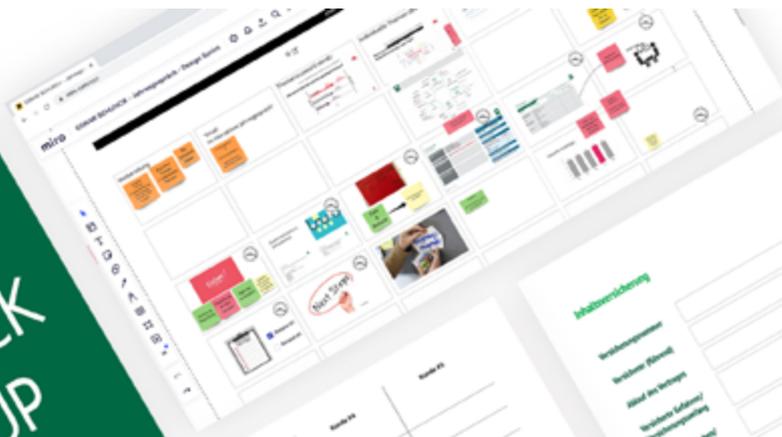


CASE STUDY

# Klassischen B2B Vertrieb digitalisieren

Die SCHUNCK GROUP stellt sich für die Zukunft gut auf

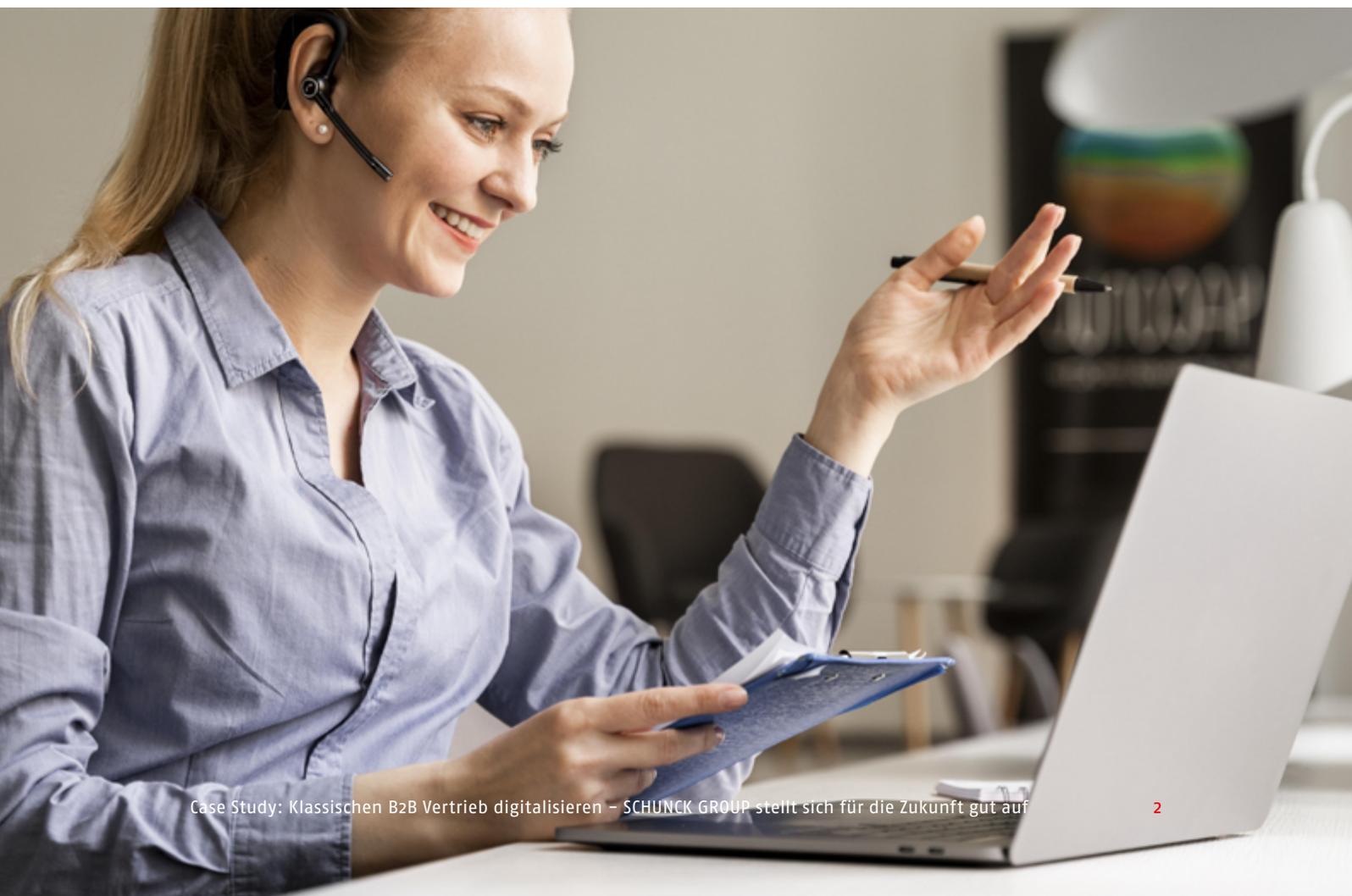


## Die Aufgabe

Die Pandemie hat sich für viele B2B Unternehmen zum Beschleuniger für digitalisierte Prozesse herausgestellt. So musste auch unser Kunde die **SCHUNCK GROUP** – ein internationaler Versicherungsmakler mit Spezialisierung auf die Logistik-Industrie – seine Strategie für gemeinsame Kundentermine überdenken. Konkret handelte es sich dabei um ein mehrstündiges Beratungsgespräch, das bisher einmal im Jahr bei den Kunden vor Ort durchgeführt wurde.

In Hinblick auf die Pandemie aber auch aus Gründen der Effizienz und der unkomplizierten Einbeziehung weiterer Experten in dieses Gesprächsformat sollen diese Termine zukünftig auch virtuell stattfinden.

Nachdem wir gemeinsam einen ersten Kennenlernermin mit SCHUNCK mit Hilfe verschiedener Methoden digital durchgeführt haben, stand für unseren Kunden fest: "Sowas möchten wir auch, um die Grundlage für den digitalen Vertrieb zu schaffen."



## Die Herausforderungen

- ✓ Entwicklung eines digitalen Besprechungsformats, das den Bedarfen aller Stakeholder der verschiedenen Unternehmensbereiche gerecht wird
- ✓ Berücksichtigung datenschutz-rechtlicher Vorgaben bei der Auswahl der Technik und Durchführung des Termins
- ✓ Verwendung technischer Lösungen, die für alle leicht zugänglich sind

## Die Lösung

### Design Sprint als Methodik zur Lösungserarbeitung

Um gemeinsam mit der SCHUNCK GROUP in möglichst kurzer Zeit ein anwendbares Ergebnis zu entwickeln, wählten wir für die Lösungserarbeitung die Methodik des Design Sprints. Diese Methode wurde von Google Ventures entwickelt und ist ein kompaktes Framework, um Ideen zu validieren und Probleme zu lösen.

Sie vereint Ansätze des Design Thinkings, UX Designs, Lean Startups und agiler Entwicklung und ermöglicht es, komplexe Themen zügig in das Prototypen-Stadium zu bringen und Feedback von Anwendern zu erhalten.



Den für diesen Anwendungsfall verkürzten Design Sprint teilten wir auf 2,5 Tage auf und führten ihn gemeinsam mit Key Account Managern, Marketing Verantwortlichen, Geschäftsführern und unterschiedlichen Bereichsexperten der SCHUNCK GROUP digital durch.



Zu Beginn stand das Zielbild im Fokus. Dazu wurden folgende Fragestellungen bearbeitet:

- Um welches Thema geht es konkret?

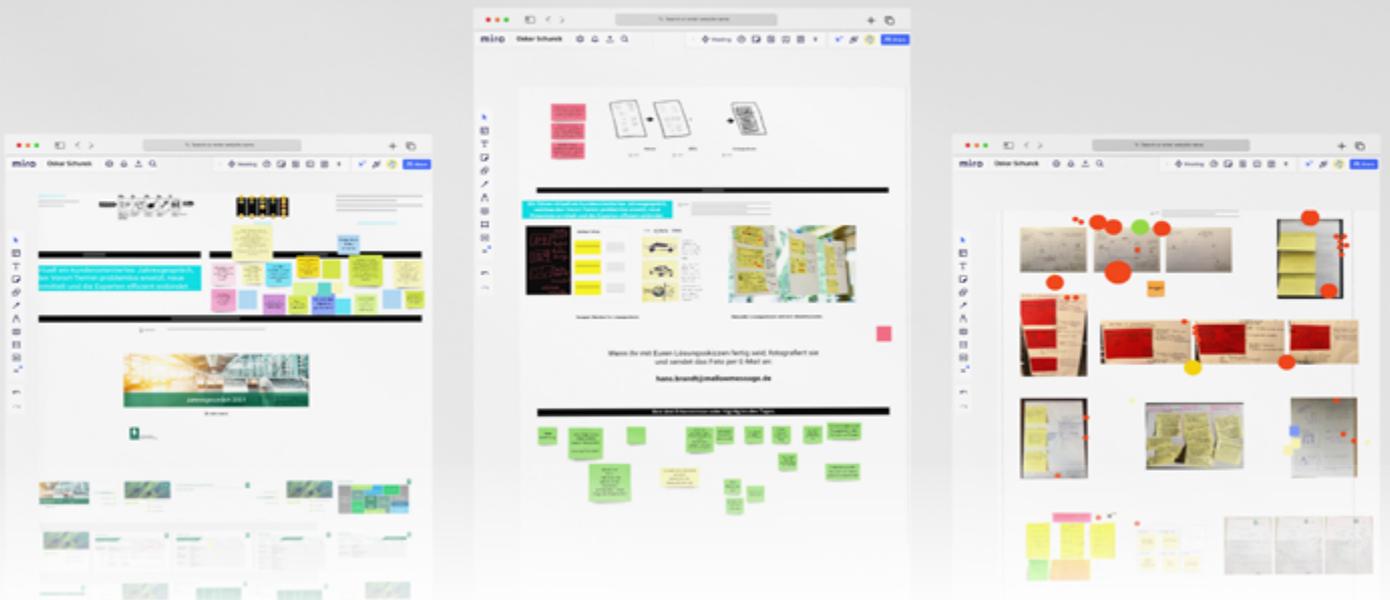
---

- Was soll optimiert werden?

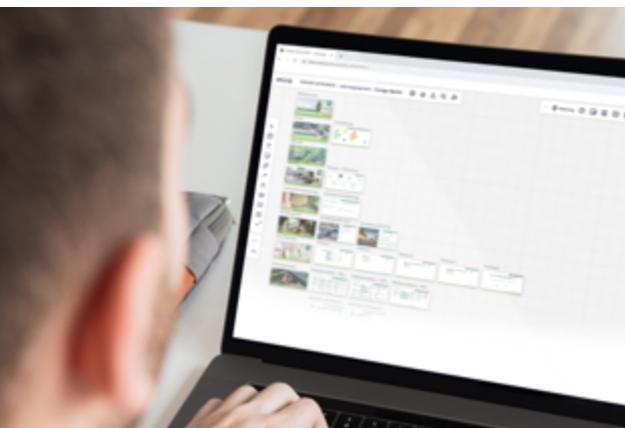
---

- Welches Ergebnis soll am Ende entstehen?

Anschließend wurde der Ist-Stand des aktuellen Jahresgesprächs sowie der verwendeten Vorlagen analysiert, indem Experten aus dem Unternehmen interviewt wurden und die Teilnehmer des Design Sprints währenddessen bereits geäußerte Wünsche und Bedarfe dieser in so genannte "Wie können wir"-Fragen übersetzten. Die Fragestellungen sowie weitere Inspiration in Form verschiedener Tools und Methoden, die wir in unserer Praxis nutzen, stellten die Grundlage für die Erarbeitung der Lösungsskizzen dar. Jeder der Teilnehmer modellierte eine Lösung für das Zielbild.

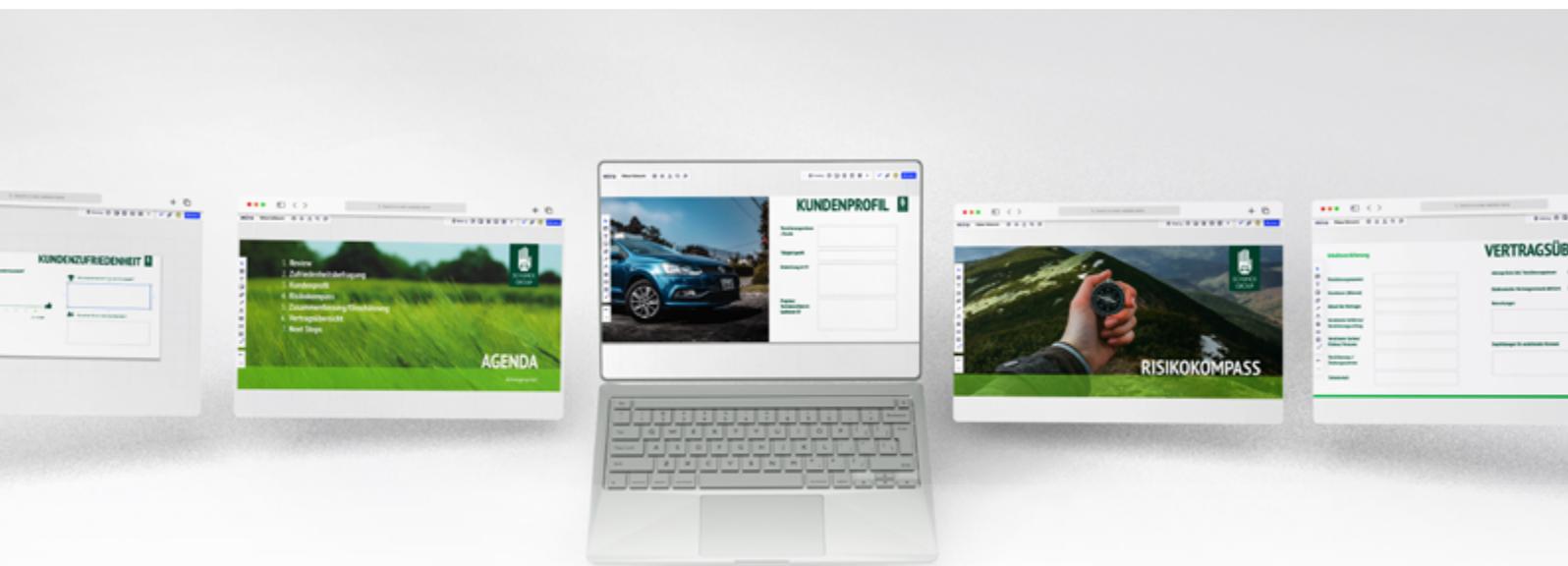


Anschließend wurden die Vorschläge in der Gruppe vorgestellt und bewertet. Die besten Aspekte jeder Lösung wurden zu einem gemeinsamen Konzept für das digitale Besprechungsformat zusammengetragen. Anhand dieser Vorstellung wurde ein Storyboard für das Verkaufsgespräch entwickelt. mellowmessage übernahm daraufhin die Umsetzung des Prototyps, indem eine Vorlage für das gesamte Gespräch inklusive interaktiver Elemente wie eine Bedarfsanalyse und die Zufriedenheitsbefragung in **Miro** – einer virtuellen Online Kollaborations-Plattform für Teams – aufbereitet wurde.



Nach einem Monat wurde der Prototyp des digitalen Jahresgesprächs von der SCHUNCK GROUP an einem ihrer Kunden getestet. Im Vorfeld wurden bereits die Themenschwerpunkte für dieses Gespräch über **mentimeter** – einer interaktiven Software für Echtzeit-Feedback – eingeholt, sodass die Inhalte auf die Bedarfe des Kunden abgestimmt waren.

Wir fungierten bei dem Jahresgespräch als stille Zuhörer und achteten auf Feedback der Teilnehmer und Optimierungsansätze. Dabei fiel zum Beispiel auf, dass es je nach Browser-Aktualität zu technischen Problemen kommen kann, die sich über einen kurzen Technik-Check im Vorfeld schnell aus dem Weg räumen lassen.



## Fazit

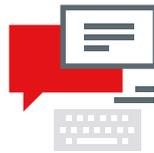
Das Feedback unseres Kunden zu dem virtuellen Gesprächsformat und dem Weg dorthin war sehr positiv. Gemeinsam mit den Teilnehmern der SCHUNCK GROUP entstanden konstruktive, inspirierende Workshops, die den digitalen Vertrieb bei der SCHUNCK GROUP nachhaltig vorangetrieben haben.

So wurde innerhalb kürzester Zeit ein Prototyp entwickelt, der direkt an einem Kunden getestet wurde. Alle Beteiligten können sich vorstellen, das Gespräch in dieser Form erneut durchzuführen. Dazu möchte unser Kunde zukünftig weitere Fachexperten des Unternehmens punktuell einbinden und prüfen, inwiefern Teilbereiche des neuen Formats weiter automatisiert werden können. Somit wurde der Grundstein für den digitalen Vertrieb geschaffen, um gut und effizient für die Zukunft aufgestellt zu sein.

## Leistungen und Features



Beratung



Moderation und  
Nachbereitung



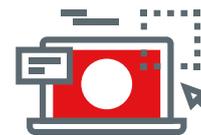
Prototyp-Entwicklung inkl.  
Konzeption und Design



Konzeption und Durchfüh-  
rung von Workshops



Abteilungsübergreifende  
Zusammenarbeit



Durchführung eines  
Usability-Tests



Methoden-Anwendung  
und -Schulung



Analyse des  
Ist-Stands

## Unternehmens-Steckbrief



Die SCHUNCK GROUP ist ein Unternehmen der Ecclesia Gruppe, die mit mehr als 2.400 Mitarbeitenden der größte deutsche Versicherungsmakler für Unternehmen und Institutionen ist. SCHUNCK ist der führende Spezialmakler für die Logistikbranche. Im Fokus stehen die Beratung und die Vermittlung von maßgeschneiderten Versicherungslösungen für individuelle Risiken bei mittelständischen Unternehmen. Das Versicherungs-Portfolio reicht von Verkehrshaftung und Warentransport über Betriebs-, Umwelt- und Produkthaftpflicht, Vorsorgemanagement bis hin zu Forderungsausfall und Factoring sowie Cyberversicherung.

[www.schunck.de](http://www.schunck.de)

## Und was sagt SCHUNCK



“Gemeinsam haben wir innerhalb von kürzester Zeit ein super Ergebnis erzielen können. Die Einbindung einzelner Abteilungen lief reibungslos und so konnte das Projekt für alle zufriedenstellend abgeschlossen werden. Der von mellowmessage entwickelte Prototyp für Verkaufsgespräche ist perfekt auf unsere Bedürfnisse zugeschnitten und kann gut in die Praxis eingeflochten werden. Natürlich war das zunächst ein einzelner Meilenstein für den digitalen Vertrieb und wir werden gerne weitere Beratung von mellowmessage in Anspruch nehmen .”

Thomas Wicke | Geschäftsführer SCHUNCK GROUP,  
Leiter Vertrieb und Kundenberatung

## Ihr Ansprechpartner



**Hans-Christian Brandt**  
Senior Consultant Digital Marketing

Tel: +49 341 140 655 85

E-Mail: [hans.brandt@mellowmessage.de](mailto:hans.brandt@mellowmessage.de)

Web: [www.mellowmessage.de](http://www.mellowmessage.de)

# Kontakt

Benötigen Sie Unterstützung bei Ihrem Einstieg in den Bereichen digitale Transformation oder Marketing Automatisierung? Dann rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns. Wir beraten Sie gern.

mellowmessage GmbH  
Härtelstraße 27  
04107 Leipzig

Tel: +49 341 140 655 0

Fax: +49 341 140 655 10

E-Mail: [kontakt@mellowmessage.de](mailto:kontakt@mellowmessage.de)

Web: [www.mellowmessage.de](http://www.mellowmessage.de)

# Newsletter

Kennen Sie schon unseren Newsletter? Brandaktuell und frei Haus erhalten Sie jeden Monat – sorgfältig ausgewählt und zusammengestellt – das Wichtigste aus der Branche, aus unserem Unternehmen, Tipps & Tricks sowie Berichte und Studien, die Ihre Arbeit bereichern werden.

[Hier können Sie unseren kostenlosen Newsletter abonnieren.](#)



[www.mellowmessage.de](http://www.mellowmessage.de)

© 2023 mellowmessage GmbH