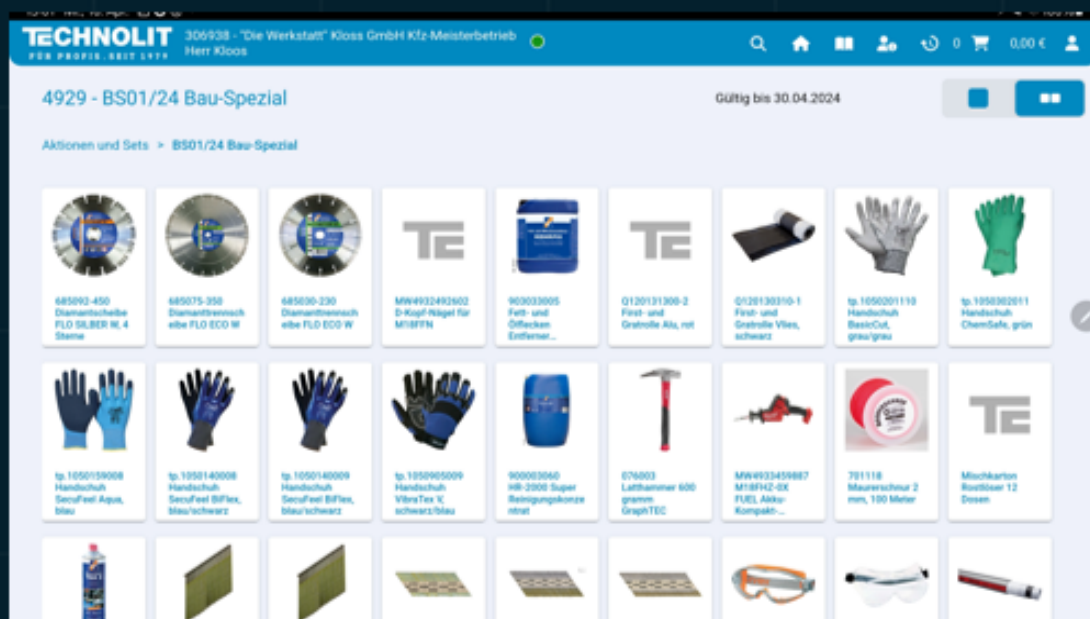




Internationale Vertriebstransformation im industriellen Maßstab



Durchgängige Transformation des mobilen Vertriebs bei
TECHNOLIT und IWETEC – über fünf Länder, vier Sprachen
und rund 1.200 Außendienstmitarbeitende hinweg,

Autor: Jonathan Grochla (Langgroup)

Internationale Vertriebstransformation im industriellen Maßstab

Wie Jonathan Grochla die durchgängige Transformation des mobilen Vertriebs bei TECHNOLIT und IWETEC verantwortete - über fünf Länder und vier Sprachen hinweg, in einer Organisation mit rund 1.200 Außendienstmitarbeitenden und gemeinsam mit SIC! Software.

97 % der Außendienstaufträge laufen digital	400.000 Kundendatensätze in der Plattformlogik	24 Monate von Projektstart bis Produktivsetzung
2 × 95.000 mehrsprachige Artikel je Sortiment	40+ klickbare PDF-Kataloge	200.000+ direkte Warenkorb-Verlinkungen

Führung und Skalierung

25 FTE direkte Führungsverantwortung, ein bereichsübergreifendes Programmtteam von mehr als 50 Beteiligten, ein Rollout- und Change-Scope von rund 1.200 Außendienstmitarbeitenden in fünf Ländern und vier Sprachen sowie die Steuerung eines Multi-Provider-Ökosystems aus App-Entwicklung, PIM, E-Shop/E-Business, Telefonverkauf und ERP.

EXECUTIVE SUMMARY

Die Digitalisierung des Außendienstes bei TECHNOLIT und IWETEC war kein klassisches App-Projekt, sondern eine unternehmensübergreifende Transformation zentraler Vertriebs- und Betriebsprozesse. Das Vorhaben griff gleichzeitig in Pricing, E-Commerce, Produktdaten, ERP-Abläufe, Telefonverkauf, Tourenplanung, Logistik und Change Management ein. Die Lösung musste in einer dezentralen Vertriebsorganisation mit rund 1.200 Außendienstmitarbeitenden in fünf Ländern und vier Sprachen skalieren - und auch ohne Netzverbindung zuverlässig funktionieren.

Jonathan Grochla, Leiter IT & E-Commerce der LANGGROUP, verantwortete auf Kundenseite die strategische Ausrichtung und Gesamtsteuerung des Transformationsprogramms. Mit direkter Führungsverantwortung für 25 FTE führte er ein bereichsübergreifendes Programmteam von mehr als 50 Beteiligten aus Innen- und Außendienst, IT, E-Commerce, Produktdaten, Pricing und Führung zusammen. Zugleich orchestrierte er ein Multi-Provider-Ökosystem aus SIC! Software sowie spezialisierten Dienstleistern für PIM, E-Shop/E-Business, Telefonverkauf und ERP. Er verband die kommerziellen Ziele der Geschäftsleitung mit der Vertriebspraxis, übersetzte sie in ein tragfähiges Produkt- und Prozessmodell und steuerte die Umsetzung von der Analyse bis zum internationalen Rollout. André Rancke unterstützte das Projektteam auf Kundenseite.

Das Ergebnis ist eine vollständig offlinefähige, KI-gestützte SalesApp, die heute den mobilen Vertriebsprozess von TECHNOLIT und IWETEC prägt. 97 Prozent aller Außendienstaufträge werden über die Plattform abgewickelt. Bei Nutzung des Guided Sellings entsteht im Durchschnitt eine zusätzliche Auftragsposition pro Bestellung. Ein Großteil der Aufträge wird vollautomatisch geprüft und erreicht innerhalb weniger Minuten die Logistik.

Projekt auf einen Blick

Kunde	LANGGROUP mit den Vertriebsunternehmen TECHNOLIT und IWETEC
Branche	B2B-Direktvertrieb für Handwerk, Industrie und Handel
Projekt	Unternehmensübergreifende und internationale Digitalisierung des mobilen Vertriebs durch eine vollständig offlinefähige, KI-gestützte SalesApp
Projektzeitraum	März 2022 bis April 2024; anschließend kontinuierliche Produktweiterentwicklung
Dimension	Rund 400.000 Kundendatensätze, zwei Sortimente mit jeweils rund 95.000 Artikeln, vier Sprachen, fünf Länder, mehr als 40 klickbare PDF-Kataloge und über 200.000 direkte Warenkorb-Verlinkungen
Kundenseitige Gesamtverantwortung	Jonathan Grochla, Leiter IT & E-Commerce der LANGGROUP: direkte Führungsverantwortung für 25 FTE; Leitung eines bereichsübergreifenden Programmteams mit mehr als 50 Beteiligten; strategisches Zielbild; Business-IT-Alignment; fachliche und technische Priorisierung; Produkt- und Prozessdesign; Systemintegration; internationaler Rollout und Change für rund 1.200 Außendienstmitarbeitende; Steuerung externer Partner für App-Entwicklung, PIM, E-Shop/E-Business, Telefonverkauf und ERP
Unterstützende Projektmitarbeit	André Rancke unterstützte das Projektteam auf Kundenseite.
Entwicklungspartner	SIC! Software: technische Konzeption, Software Engineering und Umsetzung
Zentrales Ergebnis	97 Prozent aller Außendienstaufträge laufen über die SalesApp; Guided Selling erzeugt im Durchschnitt eine zusätzliche Auftragsposition pro Bestellung.

AUSGANGSLAGE

Bewährte Vertriebsprozesse - und immer weniger Spielraum

Der Außendienst von TECHNOLIT und IWETEC arbeitete über viele Jahre erfolgreich mit gedruckten Katalogen und papiergestützten Abläufen. Dieses Modell war vertraut, robust und eng mit der täglichen Arbeit beim Kunden verbunden. Mit steigenden Anforderungen an Geschwindigkeit, Flexibilität, Datenverfügbarkeit und kanalübergreifende Konsistenz geriet es jedoch zunehmend an strukturelle Grenzen.

Kunden erwarteten verlässliche Preis- und Verfügbarkeitsinformationen unmittelbar im Gespräch. Angebote und Aufträge sollten schneller verarbeitet werden. Außendienst, Innendienst, E-Shop und Logistik mussten mit denselben Informationen arbeiten. Gleichzeitig wuchsen Sortimente, Datenmengen und die Zahl individueller Preis- und Kundenlogiken.

Die bestehende Systemlandschaft konnte Anforderungen wie Guided Selling, flexible kundenindividuelle Preisfindung, mobile Offlinefähigkeit und die durchgängige Verzahnung verschiedener Vertriebskanäle nur eingeschränkt abbilden. Besonders anspruchsvoll war die Größenordnung: Die Plattform musste zwei Unternehmen mit zusammen rund 400.000 Kundendatensätzen, zwei Sortimenten mit jeweils rund 95.000 Artikeln sowie länder- und sprachspezifischen Anforderungen in vier Sprachen und fünf Ländern zuverlässig tragen. Gleichzeitig musste das Veränderungs- und Rolloutmodell für eine dezentral organisierte Vertriebsorganisation mit rund 1.200 Außendienstmitarbeitenden skalieren.

Die Geschäftsleitung unterstützte das Vorhaben strategisch. Der Außendienst sollte als zentraler Wachstumstreiber weiter gestärkt und zugleich technologisch zukunftsfähig aufgestellt werden.

STRATEGISCHER AUFTRAG

Kein digitales Formular, sondern eine unternehmensweite Vertriebsplattform

Von Beginn an war klar: Eine reine mobile Auftragserfassung würde die eigentliche Herausforderung nicht lösen. Gesucht war eine Plattform, die den vollständigen mobilen Vertriebsprozess abbildet, bestehende Systeme integriert, kommerzielle Entscheidungen direkt beim Kunden unterstützt und zugleich eine hohe Akzeptanz im Außendienst erreicht.

Im Mittelpunkt standen folgende Ziele:

- Digitalisierung des vollständigen mobilen Vertriebsprozesses
- Steigerung von Vertriebseffizienz und Verarbeitungsgeschwindigkeit
- Verbesserung der Beratungsqualität im Kundengespräch
- Unterstützung des Außendienstes durch intelligentes Guided Selling und KI-gestützte Cross-Selling-Empfehlungen
- Transparente, kundenindividuelle Preisfindung innerhalb definierter Leitplanken
- Aktuelle Preis- und Verfügbarkeitsinformationen im Kundengespräch
- Verbesserung von Datenqualität und Prozessdurchgängigkeit
- Aufbau eines konsistenten Omnichannel-Erlebnisses
- Hohe Nutzerakzeptanz und nachhaltige Verankerung im Arbeitsalltag

Ein besonderer Fokus lag auf messbarem kommerziellem Nutzen. KI-gestützte Empfehlungen und Guided-Selling-Logiken sollten nicht als Technologiedemonstration neben dem Prozess stehen, sondern automatisch passende Saisonartikel, branchenspezifische Empfehlungen, ergänzende Produkte und Schnelldreher in das Verkaufsgespräch einbringen.

STRATEGISCHE UND OPERATIVE GESAMTSTEUERUNG

Die Verbindung von Business, Technologie und Organisation

Jonathan Grochla übernahm auf Kundenseite die Gesamtverantwortung für das Vorhaben. In seiner Führungsfunktion verantwortete er 25 FTE direkt; für das Transformationsprogramm führte er ein bereichsübergreifendes Team von mehr als 50 Beteiligten aus Innen- und Außendienst, IT, E-Commerce, Produktdaten, Pricing und Führung zusammen. Seine

Rolle ging deutlich über klassisches IT-Projektmanagement hinaus: Er verband strategische Zielsetzung, kommerzielle Anforderungen, Prozessdesign, technische Architektur, Partnersteuerung und organisatorische Einführung in einem durchgängigen Steuerungsmodell.

Zu seinem Verantwortungsumfang gehörten insbesondere:

- Übersetzung der strategischen Wachstums- und Digitalisierungsziele in ein belastbares Produktzielbild
- fachliche und technische Priorisierung der Anforderungen entlang von Kundennutzen, Vertriebswirkung und Umsetzbarkeit
- **Führung eines bereichsübergreifenden Programmtteams mit mehr als 50 Beteiligten sowie direkte Führungsverantwortung für 25 FTE**
- **Steuerung eines Multi-Provider-Ökosystems aus SIC! Software und spezialisierten Dienstleistern für PIM, E-Shop/E-Business, Telefonverkauf und ERP**
- Verzahnung von SalesApp, E-Commerce, Pricing, Produktdaten und bestehenden Enterprise-Systemen
- **Skalierung von Pilotierung, Change und Rollout auf rund 1.200 Außendienstmitarbeitende in fünf Ländern und vier Sprachen**
- **Sicherstellung von Nutzerakzeptanz, Skalierbarkeit und kontinuierlicher Produktweiterentwicklung nach dem Go-live**

Damit wurde die SalesApp nicht als isolierte Anwendung geführt, sondern als strategisches digitales Produkt der LANGGROUP mit internationaler Skalierung. André Rancke unterstützte das Projektteam auf Kundenseite und begleitete die Umsetzung in einer unterstützenden Rolle.

Führungsprinzip des Projekts

Technische Entscheidungen wurden nicht isoliert bewertet, sondern konsequent daran gemessen, ob sie Geschwindigkeit, Beratungsqualität, Vertriebswirkung, Datenkonsistenz oder Nutzerakzeptanz verbessern.

LÖSUNG

Von der Fokusgruppe zur fertigen SalesApp

Die Anforderungen an die neue SalesApp wurden von Beginn an aus der Vertriebspraxis heraus entwickelt. In mehreren moderierten Workshops definierte eine Fokusgruppe aus rund 30 Außendienstmitarbeitern und Führungskräften die fachlichen und vertrieblichen Anforderungen an die zukünftige Lösung. Bestehende Abläufe wurden systematisch analysiert, Schwachstellen sichtbar gemacht und zentrale Anwendungsfälle priorisiert. Über die Fokusgruppe hinaus arbeiteten mehr als 50 Beteiligte im bereichsübergreifenden Programmtteam an Konzeption, Validierung und Einführung.

Jonathan Grochla stellte auf Kundenseite die Verbindung zwischen strategischen Zielen, operativer Vertriebspraxis und technischer Umsetzung sicher. SIC! Software moderierte die Workshops, analysierte die Ergebnisse gemeinsam mit der Projektleitung und überführte das abgestimmte Zielbild in eine skalierbare technische Lösung.

Der entscheidende Grundsatz lautete: Die Anwendung wurde nicht nur für den Außendienst, sondern gemeinsam mit dem Außendienst entwickelt.

Die zentralen Funktionen der Plattform

- Mobile Auftragserfassung
- Angebotsverwaltung und Angebotsnachverfolgung
- Guided Selling
- KI-gestützte Cross-Selling-Empfehlungen
- Anzeige von Artikelverfügbarkeiten
- Kundenindividuelle Preisfindung
- Erstellung von Merklisten
- Integration klickbarer PDF-Kataloge
- Tourenplanung
- Vollständige Offlinefähigkeit

Das Ergebnis ist eine mobile Vertriebsplattform, die den vollständigen Außendienstprozess vom Kundengespräch über Angebot und Auftrag bis zur Übergabe in die nachgelagerten Systeme abbildet.

VERTRAUTES BEWAHREN, VERHALTEN VERÄNDERN

Mehr als 40 klickbare Kataloge als Brücke in die digitale Arbeitswelt

Eine der wirkungsvollsten Designentscheidungen war die Einbindung von mehr als 40 klickbaren PDF-Katalogen mit über 200.000 direkten Warenkorb-Verlinkungen. Der vertraute Katalogprozess wurde nicht abrupt abgeschafft, sondern intelligent in die neue digitale Arbeitswelt überführt.

Außendienstmitarbeiter können weiterhin in bekannten Katalogstrukturen arbeiten, Produkte dort auswählen und direkt in den digitalen Warenkorb der SalesApp übernehmen. Damit entstand ein kontrollierter Übergang vom klassischen analogen Katalogverkauf zum vollständig digitalen Vertriebsprozess.

Diese Verbindung aus vertrautem Einstieg und neuer Prozesslogik war zugleich eine zentrale Change-Management-Maßnahme. Sie senkte die Einstiegshürde spürbar, erleichterte die Umstellung im Arbeitsalltag und trug wesentlich zur hohen Nutzerakzeptanz bei.

INTELLIGENTE PREISFINDUNG UND OMNICHANNEL

Kommerzielle Entscheidungskompetenz direkt im Kundengespräch

Ein besonderes Highlight der Lösung ist die kundenindividuelle Preisfindung direkt in der SalesApp. Innerhalb klar definierter Rahmenbedingungen kann der Außendienst gemeinsam mit dem Kunden einen individuellen Preis festlegen - mit unmittelbarer Einsicht in Mengenrabattstaffeln, kundenindividuelle Konditionen, Marktpreise und weitere vertriebsrelevante Informationen.

Die vereinbarten Preise werden in Echtzeit mit dem E-Shop, Telefonverkauf und anderen Kanälen synchronisiert. Dadurch erhält der Kunde unabhängig vom gewählten Vertriebskanal identische Preis- und Angebotsinformationen. Außendienst, Innendienst und digitaler Vertrieb arbeiten auf einer konsistenten kommerziellen Grundlage.

Die Verzahnung von SalesApp, Pricing und E-Commerce war ein zentraler Bestandteil des von Jonathan Grochla verantworteten Omnichannel-Zielbilds. Die App wurde damit nicht nur zum mobilen Werkzeug des Außendienstes, sondern zu einem verbindenden Element der digitalen Vertriebsarchitektur.

NAHTLOSE SYSTEMINTEGRATION

Eine Plattform, die in die bestehende Enterprise-Landschaft eingebettet ist

Die SalesApp wurde vollständig in die vorhandene Systemlandschaft integriert. Zu den zentralen Anbindungen gehören:

- ERP-System
- E-Shop
- Tourenplanungssoftware
- PDF-Katalogsysteme
- Schnittstellen zur Preis- und Verfügbarkeitslogik

Die über die SalesApp erfassten Aufträge werden automatisiert an das ERP-System übertragen. Dort erfolgt eine intelligente Prüfung anhand zuvor gemeinsam mit Vertriebsleitung und Innendienstleitung definierter Kriterien. Ein Großteil der Aufträge läuft dadurch vollautomatisch durch und erreicht bereits wenige Minuten nach dem Abschluss die Logistik.

Besonders anspruchsvoll war die vollständige Offlinefähigkeit. Auch ohne Netzverbindung müssen große Mengen an Kunden-, Produkt-, Preis- und Prozessdaten zuverlässig zur Verfügung stehen. Sobald wieder eine Verbindung besteht, werden Änderungen konsistent mit den angebundenen Systemen synchronisiert.

Die technische Architektur musste daher gleichzeitig hohe Datenvolumina, Performance, Synchronisationssicherheit und einfache Bedienbarkeit beherrschen. Jonathan Grochla koordinierte auf Kundenseite die fachlichen und systemischen

Abhängigkeiten und orchestrierte die Zusammenarbeit zwischen SIC! Software, den internen Fachbereichen und den spezialisierten Partnern für PIM, E-Shop/E-Business, Telefonverkauf und ERP. So entstand keine Insellösung, sondern ein belastbarer Bestandteil der bestehenden Vertriebs- und E-Commerce-Landschaft.

KI ALS PRODUKTIVE VERTRIEBSFUNKTION

Von besserer Suche bis zu messbarem Cross-Selling

KI wurde innerhalb des Projekts nicht als separater Demonstrator umgesetzt, sondern in konkrete, wiederkehrende Arbeitsschritte des Außendienstes integriert. Zur Verbesserung der Suchqualität wurden Artikeldaten mithilfe von KI-Technologien um intelligente Suchbegriffe, Synonyme und vertriebsrelevante Zusatzinformationen erweitert.

Dadurch finden Außendienstmitarbeiter Produkte auch dann zuverlässig, wenn Kundensprache, Suchbegriffe und formale Produktbezeichnungen voneinander abweichen. Parallel liefern KI-gestützte Algorithmen automatisch passende Cross-Selling-Vorschläge, Saisonartikel, branchenspezifische Empfehlungen und Schnelldreher.

Die Verbindung aus Datenqualität, intelligenter Suche und konkreter Verkaufsunterstützung erzeugt einen unmittelbar messbaren Effekt: Bei Nutzung des Guided Sellings entsteht im Durchschnitt eine zusätzliche Auftragsposition pro Bestellung.

BESONDERE HERAUSFORDERUNGEN

Komplexität skalieren, ohne die Nutzung kompliziert zu machen

Die größte Herausforderung bestand darin, eine hochkomplexe Vertriebswelt mit zahlreichen individuellen Anforderungen in einer einzigen mobilen Plattform abzubilden - und gleichzeitig eine Lösung zu schaffen, die zwei Unternehmen, fünf Länder, vier Sprachen und eine dezentral organisierte Vertriebsorganisation mit rund 1.200 Außendienstmitarbeitenden zuverlässig trägt.

Besonders anspruchsvoll waren:

- Integration großer Datenmengen bei gleichzeitig hoher Performance
- vollständige Offlinefähigkeit trotz komplexer Synchronisationsanforderungen
- Synchronisation verschiedener Systeme wie ERP, E-Shop und Tourenplanung
- Abbildung individueller Preis-, Verfügbarkeits- und Kundenlogiken
- Verbindung klassischer Katalogprozesse mit digitalen Vertriebsprozessen
- **Sicherstellung hoher Akzeptanz und skalierbarer Einführung in einer großen, dezentralen Außendienstorganisation**

Durch die enge Zusammenarbeit von Außendienst, Fachbereichen, Projektleitung und SIC! Software konnten Risiken früh erkannt, Entscheidungen beschleunigt und Lösungen gemeinsam validiert werden. Die klickbaren PDF-Kataloge spielten dabei eine Schlüsselrolle: Sie boten den Außendienstmitarbeitern einen vertrauten Ankerpunkt im neuen Prozess und reduzierten die Hürde für die Umstellung.

PROJEKTVERLAUF

24 Monate von der Analyse bis zur Produktivsetzung

Das Projekt startete im März 2022 und wurde nach 24 Monaten Entwicklungszeit im April 2024 produktiv gesetzt. Mehr als 50 Beteiligte aus Marketing, Vertrieb, IT, Innendienst, E-Commerce, Produktdaten und Führung arbeiteten im Programm zusammen. Jonathan Grochla steuerte die Phasen auf Kundenseite, bündelte Entscheidungen über Fachbereiche und Dienstleister hinweg und führte Anforderungen, Architektur, Tests, Change und Rollout in einem durchgängigen Gesamtprozess zusammen.

1

Analyse- und Workshopphase

Gemeinsam mit einer Fokusgruppe aus rund 30 Außendienstmitarbeitern und Führungskräften wurden bestehende Vertriebsprozesse systematisch analysiert und die fachlichen Anforderungen an die zukünftige Plattform erarbeitet.

2

Konzeptions- und Entwicklungsphase

Auf Grundlage der Workshopergebnisse entstanden technische Architektur, mobile SalesApp, Schnittstellen sowie Guided-Selling- und KI-Logiken. Anforderungen wurden entlang von Nutzen, Skalierbarkeit und Umsetzbarkeit priorisiert.

3

Test- und Pilotphase

Umfangreiche Tests durch die Fachbereiche, Feedbackrunden mit dem Außendienst und gezielte Usability-Optimierungen stellten sicher, dass die Anwendung nicht nur technisch funktioniert, sondern im realen Kundeneinsatz überzeugt.

4

Rolloutphase

Anwenderschulungen, Produktivsetzung und intensive Einführungsbegleitung sorgten für einen reibungslosen Übergang. Key-User und erfahrene Außendienstmitarbeiter wirkten als interne Multiplikatoren.

EINFÜHRUNG UND BEGLEITENDE MASSNAHMEN

Nutzerakzeptanz als gestaltbare Führungsaufgabe

Bereits während der Entwicklung wurden ausgewählte Key-User und erfahrene Außendienstmitarbeiter intensiv eingebunden - zunächst als Feedbackgeber, später als interne Multiplikatoren, die ihre Kolleginnen und Kollegen im Arbeitsalltag unterstützten. Nach der Pilotierung wurde das Einführungs- und Change-Modell auf die gesamte Vertriebsorganisation mit rund 1.200 Außendienstmitarbeitenden in fünf Ländern und vier Sprachen skaliert.

Durch diese frühe Einbindung entstand bereits vor dem offiziellen Rollout eine hohe Identifikation mit der Lösung. Ergänzend wurden während der Einführungsphase umfangreiche Anwenderschulungen und Workshops durchgeführt. Rolloutplanung, Kommunikation und Befähigung mussten dabei unterschiedliche Länder- und Sprachkontexte berücksichtigen - eine Investition, die sich in der außergewöhnlich hohen Nutzerakzeptanz unmittelbar widerspiegelte.

Die Einführung wurde damit nicht als letzter technischer Projektschritt verstanden, sondern als eigenständige Transformationsphase. Produktdesign, Prozessänderung und Befähigung der Anwender wurden bewusst miteinander verzahnt.

NUTZEN UND MESSBARE ERGEBNISSE

97 Prozent digital - schneller, transparenter und vertriebswirksamer

Die SalesApp erzielte in der dezentralen, mehrsprachigen Vertriebsorganisation eine außergewöhnlich hohe Akzeptanz. Heute werden 97 Prozent aller Außendienstaufträge von TECHNOLIT und IWETEC über die Plattform abgewickelt.

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick:

- 97 Prozent aller Außendienstaufträge laufen über die SalesApp.
- Bei Nutzung des Guided Sellings entsteht durchschnittlich eine zusätzliche Auftragsposition pro Bestellung.
- Ein Großteil der Aufträge wird vollautomatisch verarbeitet.
- Zwischen Abschluss beim Kunden und Übergabe an die Logistik liegen häufig nur wenige Minuten.
- Preis- und Verfügbarkeitsinformationen stehen direkt im Kundengespräch zur Verfügung.
- Außendienst und E-Shop liefern konsistente Preis- und Angebotsinformationen.
- Die vollständige Offlinefähigkeit ermöglicht einen zuverlässigen Einsatz unabhängig von der Netzabdeckung.
- **Die frühe Einbindung des Außendienstes ermöglichte nachhaltige Nutzerakzeptanz über fünf Länder und vier Sprachen hinweg.**

Die Ergebnisse zeigen, dass technologische Leistungsfähigkeit allein nicht ausreicht. Der nachhaltige Geschäftsnutzen entstand aus der Verbindung von klarer Digitalstrategie, kommerzieller Zielsetzung, nutzerzentrierter Produktentwicklung, belastbarer Systemintegration und konsequentem Change Management.

WARUM DIE TRANSFORMATION FUNKTIONIERT HAT

Fünf Prinzipien hinter dem hohen Nutzungsgrad

- Business-Wirkung vor Funktionsumfang: Anforderungen wurden danach priorisiert, welchen Beitrag sie zu Vertrieb, Geschwindigkeit und Beratungsqualität leisten.
- End-to-End statt Insellösung: Mobile App, Pricing, E-Commerce, ERP, Produktdaten und Logistik wurden als zusammenhängendes System betrachtet.
- Nutzerbeteiligung von Beginn an: Der Außendienst gestaltete Anforderungen, Tests und Einführung aktiv mit.
- Skalierbarkeit und Integration als Architekturprinzip: Datenmengen, Offlinefähigkeit und Schnittstellen wurden nicht nachträglich ergänzt, sondern von Beginn an mitgedacht.
- Produktverantwortung über den Go-live hinaus: Die SalesApp wird als strategische Plattform kontinuierlich weiterentwickelt.

STIMME ZUM PROJEKT

„Wir haben das Vorhaben bewusst als unternehmensweites Transformationsprogramm geführt. Die Plattform musste nicht nur technisch funktionieren, sondern in einer Organisation mit rund 1.200 Außendienstmitarbeitenden über fünf Länder und vier Sprachen hinweg skalieren. Dafür haben wir mehr als 50 Beteiligte aus Innen- und Außendienst, IT, E-Commerce, Produktdaten und Führung sowie spezialisierte Partner für App-Entwicklung, PIM, E-Shop/E-Business, Telefonverkauf und ERP unter einem gemeinsamen Produkt- und Architekturziel zusammengeführt. Entscheidend war, kommerzielle Ziele, Systemlandschaft und reale Vertriebspraxis konsequent zu verbinden. Dass heute 97 Prozent der Außendienstaufträge über die Plattform laufen und Guided Selling im Durchschnitt eine zusätzliche Auftragsposition erzeugt, belegt die messbare Wirkung dieses Ansatzes.“

Jonathan Grochla

Leiter IT & E-Commerce, LANGGROUP | 25 FTE direkte Führungsverantwortung | Kundenseitiger Gesamtverantwortlicher SalesApp

AUSBLICK

Von der erfolgreichen Einführung zur strategischen Produktplattform

Die SalesApp bildet heute die strategische Grundlage für die weitere Digitalisierung des Vertriebs bei TECHNOLIT und IWETEC. Sie wird nicht als abgeschlossenes Einzelprojekt betrachtet, sondern als dauerhaftes digitales Produkt mit eigener Roadmap.

Zu den geplanten Entwicklungsschwerpunkten gehören:

- Ausbau KI-gestützter Vertriebsfunktionen
- Erweiterung des Guided Sellings
- zusätzliche Automatisierungen
- weitere Auswertungs- und Analysefunktionen
- kontinuierliche Optimierung der User Experience
- weitere Stärkung des Omnichannel-Erlebnisses

Jonathan Grochla und das Projektteam verfolgen dabei einen klaren Plattformansatz: Neue Geschäftsanforderungen, Technologien, Länder und Vertriebskanäle sollen flexibel aufgenommen werden können, ohne die erreichte Prozessdurchgängigkeit, Skalierbarkeit und Nutzerfreundlichkeit zu verlieren.

PROJEKTVERANTWORTUNG

Klare Führung in einem internationalen Multi-Partner-Programm

Jonathan Grochla fungierte als zentraler kundenseitiger Verantwortlicher und Entscheidungspartner. Er verantwortete Strategie, Priorisierung, Business-IT-Alignment, Architektur- und Partnersteuerung sowie Rollout und Weiterentwicklung. In seiner Linienfunktion führte er 25 FTE direkt; im Programm koordinierte er mehr als 50 Beteiligte aus Innen- und Außendienst sowie die Zusammenarbeit mit spezialisierten Dienstleistern für App-Entwicklung, PIM, E-Shop/E-Business, Telefonverkauf und ERP.

Der Steuerungs- und Change-Scope umfasste eine Vertriebsorganisation mit rund 1.200 Außendienstmitarbeitenden in fünf Ländern und vier Sprachen. André Rancke unterstützte das Projektteam auf Kundenseite; SIC! Software verantwortete die technische Konzeption, das Software Engineering und die Umsetzung der SalesApp.

ÜBER DEN KUNDEN

Die LANGGROUP vereint unter ihrem Dach unter anderem die Vertriebsunternehmen TECHNOLIT und IWETEC. Beide Unternehmen sind auf die Versorgung von Handwerk, Industrie und Handel mit Verbrauchsmaterialien, Werkzeugen und technischen Produkten spezialisiert.

Mit zusammen rund 400.000 Kundendatensätzen, mehrsprachigen Produktsortimenten von jeweils rund 95.000 Artikeln, einer Vertriebsorganisation mit rund 1.200 Außendienstmitarbeitenden sowie Aktivitäten in fünf Ländern und vier Sprachen zählen TECHNOLIT und IWETEC zu den bedeutenden B2B-Direktvertriebsunternehmen im deutschsprachigen und europäischen Raum.

ÜBER SIC! SOFTWARE

SIC! Software ist ein erfahrener Software-Engineering-Spezialist und Digitalisierungspartner mit Fokus auf individuelle B2B-Lösungen, IoT-Systeme und mobile Vertriebsapplikationen. Als Entwicklungspartner begleitet SIC! Software Unternehmen von der Anforderungsanalyse über die technische Umsetzung bis zum produktiven Betrieb – praxisnah, flexibel und mit tiefem Verständnis für industrielle und vertriebliche Prozesse.



SIC! Software GmbH

Im Zukunftspark 10

74076 Heilbronn

Tel: +49 7131 13355-00

E-Mail: info@sic.software

www.sic.software