

CALL FOR PAPERS

Consumer Sales Innovation - Kanäle, Strategien, Touchpoints und Technologien im B2C-Vertrieb - in Zusammenarbeit mit Springer Gabler

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

die Anforderungen von Endkund:innen in der heutigen Zeit sind hoch – gerade im Vertrieb, der hier den direkten unmittelbaren Kontakt an einer steigenden Zahl von Touchpoints hat, ist dieser Wandel sehr direkt zu spüren. Kunden wollen ständig informiert bleiben, individuell angesprochen, betreut und beraten werden und eine besondere Wertschätzung spüren, wobei der Preis immer im Blick bleibt. Die Vielfalt der Vertriebskanäle zu Endkund:innen und die Komplexität der Journey betrifft nicht nur den B2C Vertrieb, sondern auch den Bereich der Zulieferer, im B2B Segment. Manche Autoren sprechen gar von einer „Konsumerisierung“ in diesem Bereich.

Dennoch führen die wachsenden Ansprüche der Endkund:innen auch zu kontinuierlicher Innovation, die Veränderungen in der gesamten Vertriebsorganisation auslöst. Unternehmen, die diese Veränderungen in den Erwartungen ihrer Kunden - und auch der Kunden ihrer Kunden - ignorieren, werden früher oder später negative Auswirkungen auf ihren Umsatz und Rückmeldungen von ihren Kunden erfahren.

Wir, Prof. Dr. Gabriele Schuster und Prof. Dr. Benjamin Schulte, wollen in unserem Herausgeberband ein Schlaglicht auf die beschriebenen Veränderungen werfen, bei dem die Anforderungen von Endkund:innen an den Vertrieb im Fokus stehen – hierbei sollen sowohl wissenschaftliche Forschungsansätze erörtert, wie auch Fälle der praktischen Implementierung von Strategien und Technologien thematisiert werden. Der Band wird Beiträge in deutscher und englischer Sprache enthalten und bei Springer Gabler erscheinen.

Wir freuen uns über **Abstracts bis zum 30.09.2023** an editedvolumesales@iu.org in einem der folgenden Themengebiete:

Vertriebskanäle im Wandel: Anpassung an die digitale Welt

- Bedeutung des direkten Kundenkontakts: Retail as a Service, Fulfillment und Returns
- Integration von stationärem Shopping im Multi- und Omnichannel-Vertrieb
- Einbindung des Kunden in den Verkaufsprozess: Self-Check-out, Click and Collect und Co-Creation
- Kanal-Management und Umgang mit Kanal-Kannibalisierung

Innovative Vertriebsstrategien

- Strategien in Direktvertrieb und im indirekten Vertrieb
- Herausforderungen für Unternehmen im Mehrkanal-System (D2C, B2C, B2B2C, and B2B Vertrieb)
- Neue Ansätze für Upselling und Cross-Selling
- Strategischer Vertriebsfokus versus strategischer Marketing-Fokus
- Distribution, Logistikoptimierung und die letzte Meile als Wettbewerbsfaktor

Touchpoints und Kundenerlebnis

- In- und Outbound Sales Development, Kundenakquise, Leadgenerierung und Leadmanagement
- Servitization Case Studies aus verschiedenen Branchen
- Kundenbeziehungen, Account- und Key-Account-Management
- Personalisierung und Individualisierung in After-Sales-Service und Sales Automation

Vertriebstechnologie und Digitalisierung: Neue Wege zum:r Endkunde:in

- Automatisierter Vertrieb, intelligente Kommunikation, Predictive Sales Intelligence und Self-Service
- Ausblick auf die Integration neuer Technologien in Vertriebsprozesse (Salestech, KI, AR, VR, Metaverse, IoT, etc.)
- Nutzung von Kennzahlensystemen, Big Data und Analytics für Vertriebsentscheidungen
- Sales Outsourcing, Datenschutz und Datensicherheit im digitalen Vertrieb

Falls der Wunsch besteht, ein Abstract einzureichen, welches außerhalb dieser Themen liegt, bitten wir um vorherige Absprache mit den Herausgeberinnen.

Ablauf

Alle Abstracts werden in einem anonymisierten Review-Verfahren von mindestens 2 Reviewer*innen anhand folgender Kriterien begutachtet:

- Thematische Passung zum Call
- Angemessenheit der Methode/Vorgehensweise
- Neuigkeitswert/Originalität
- Klarheit & Prägnanz der Darstellung

Deshalb bitten wir darum, die Einreichung mit einem gesonderten Deckblatt zu versehen, auf welchem der Beitragstitel sowie Name und Kontaktdaten der Einreichenden angegeben sind.

Timelines

Deadline Einreichung des Abstracts (halbe DIN A4-Seite)

30. September 2023

Feedback zum Abstract

28. Oktober 2023

Deadline Einreichung Beiträge (2.000-3.500 Wörter)

31. Januar 2024

Feedback an die Autor:innen zum Beitrag

15. März 2024

Geplante Veröffentlichung

Herbst 2024

CALL FOR PAPERS

Consumer Sales Innovation – Channels, Strategies, Touchpoints, and Technologies in B2C Sales - in collaboration with Springer Gabler

Dear colleagues,

customers nowadays become more and more demanding. This is most apparent in sales, where customer interaction is direct, immediate, and involves a growing number of touchpoints. They seek continuous updates, personalized attention, guidance, and support while also expecting to feel valued while always keeping tabs on pricing. The variety of sales channels to end customers and the complexity of the journey affect not only B2C sales but also their suppliers up the line in the B2B segment. Certain authors even refer to this phenomenon as the "consumerization" in this domain.

Nonetheless, the growing demands of end customers also lead to continuous innovation in this field, which triggers changes throughout the sales organization. Companies that overlook these evolving customer expectations, including those of the customers of clients, will eventually face negative impact on their revenue and receive unfavorable feedback from their customers.

We, Prof. Dr. Gabriele Schuster and Prof. Dr. Benjamin Schulte, want to shed light on the outlined changes in our edited volume, focusing on the effects B2C customer demands have on sales. In the contributions we look for both discussions of scientific research approaches and practical implementation cases of strategies and technologies. The volume will contain contributions in both German and English and will be published by Springer Gabler.

We welcome your **abstracts until** September 30th, 2023 at editedvolumesales@iu.org one of the following areas:

Transforming Sales Channels: Adapting to the Digital World

- The importance of direct customer contact: Retail as a Service, Fulfillment, and Returns
- Integration of brick-and-mortar shopping in multi- and omnichannel sales
- Involving the customer in the sales process: Self-checkout, Click and Collect, and Co-creation
- Channel-Management and handling Channel cannibalization

Sales Strategy Innovation

- Strategies in direct and indirect sales
- Challenges for multi-channel businesses (D2C, B2C, B2B2C, and B2B sales)
- New approaches for upselling and cross-selling
- Strategic sales focus vs. strategic marketing focus
- Distribution, logistics optimization, and the last mile as a competitive factor

Touchpoints and Customer Experience

- In- and outbound sales development, customer acquisition, lead generation, and lead management
- Servitization case studies from various industries
- Customer relationship-, account- and key account-management
- Personalization and individualization in after-sales service and sales automation

Sales Technology and Digitalization: New Paths to the End Consumer

- Automated sales, intelligent communication, predictive sales intelligence, and self-service
- Outlook on the integration of new technologies in sales processes (Salestech, AI, AR, VR, Metaverse, IoT, etc.)
- Use of performance measurement systems, big data, and analytics for sales decisions
- Sales outsourcing, data protection, and data security in digital sales

In case you would like to propose a topic that is outside of these areas, please get in touch with the editors.

Process

All abstracts will be evaluated in an anonymous process by two reviewers, according to the following criteria:

- Thematic fit to the topics
- Adequate methodology/approach
- Originality
- Clear and concise style of writing

We therefore kindly ask to submit your abstract with a separate cover page stating the title of the contribution as well as the author's name and contact information.

Timelines

Deadline abstract submission (1/2 - 1 page)	September 30th, 2023
Feedback on the abstract	October 28 th , 2023
Deadline for the contribution (2,000 – 3,500 words).	January 31 st , 2024
Feedback on the article	March 15 th , 2024
Publication	planned for autumn 2024