



PRESSEMELDUNG

Designed to Trust – Vertrauen als Schlüssel innovativer B2B-Plattform-Ökosysteme in der Vermittlung von Beratungsleistungen

- Ergebnis des White Label Advisory Beitrags auf dem Hamburg Innovation Summit 2021: Vertrauen ist der wesentliche Erfolgsfaktor in der Etablierung plattformbasierter Geschäftsmodelle
- Bewertungen sorgen auf B2C-Plattformen für einen nachgelagerten Reputationsaufbau; White Label Advisory setzt in seiner eigenen B2B-Plattform auf das „Designed to Trust“-Prinzip
- Durch eine gesteigerte Transparenz, ein faires Monetarisierungsmodell und den Verzicht von den in der Personalvermittlung üblichen Umgehungsverboten wird proaktiv Vertrauen aufgebaut

Hamburg, 24. August 2021 | Im Rahmen des diesjährigen Hamburg Innovation Summits (HHIS) am 20.05.2021 nahm White Label Advisory als Ausstellungspartner auf der virtuellen Expo teil und unterstützte das Academy-Programm mit einem Beitrag zum Thema „Vertrauen als Schlüssel innovativer B2B-Ökosysteme“. Co-Founder und Geschäftsführer Philipp Maier ging der Frage nach was eine erfolgreiche Plattform im B2B-Geschäft ausmacht und wie man insbesondere für Branchen mit analogen Einkaufs- und Vertriebsprozessen das Vertrauen beim Aufbau und Betrieb digitaler B2B-Plattformen schafft. Am Beispiel der eigenen Plattform zur Vermittlung und Abrechnung mittelständischer Beratungsleistungen wurde aufgezeigt, wie sich ein innovatives Business Ökosystem schaffen lässt und sich von bereits am Markt befindlichen Plattformen unterscheiden kann. Der vorgestellte Impuls, sowie die daraus hervorgegangenen Fachgespräche mit Expertinnen und Experten im Einkauf und Vertrieb von Beratungsleistungen sind nun in das „Designed to Trust“-Prinzip geflossen, unter das White Label Advisory fortan seine vertriebliche und technologische (Weiter-) Entwicklung stellt.

Während bei etablierten B2C-Plattformen häufig nachgelagerte Bewertungsfunktionen ein bewährtes Mittel für einen Reputationsaufbau sind und damit bei Nutzerinnen und Nutzern für Vertrauen sorgen, sieht Maier für neuere B2B-Plattformen, insbesondere wenn diese mit geringeren User-Zahlen und in konservativeren Marktumfeldern operieren, die Notwendigkeit, Vertrauen mehrdimensionaler zu denken.

„Beratung ist People-Business. Darum sind wir der Überzeugung, dass sich „analoge“ Einkaufs- und Vertriebsprozesse für hochpreisige Dienstleistungen nur dann erfolgreich digitalisieren lassen, wenn das Vertrauen in die Plattformlösung bereits Teil des Geschäftsmodells ist und unsere Partner aus sich heraus motiviert werden den Service zu nutzen.“, erklärt Philipp Maier das selbst entwickelte „Designed to Trust“-Prinzip. Ihr Ansatz sorgt dabei entlang der drei Dimensionen Transparenz, Monetarisierung und Kontrahierung dafür, Vertrauen als Schlüssel innovativer B2B-Plattform-Ökosysteme in der Vermittlung von Beratungsleistungen bereits vor der eigentlichen Geschäftsanbahnung aufzubauen.

In der Praxis bedeutet dies, dass White Label Advisory in seiner Händlerfunktion bewusst auf eine gesteigerte Transparenz, ein faires Monetarisierungsmodell und den Verzicht von den in der Personalvermittlung üblichen Umgehungsverboten setzt:



1. Mehr **Transparenz** schafft White Label Advisory durch standardisierte und somit vergleichbare Berater-Lebensläufe, auf denen Unternehmens-Namen und Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner mit Klarnamen sichtbar sind. „Wir arbeiten weder mit Chiffren, noch erfährt man bestimmte Informationen erst gegen Bezahlung. Wir sind der festen Überzeugung, dass sich digitale B2B Plattformen nur dann etablieren können, wenn ich weiß um wen es sich handelt und wie ich bestimmte Leistungen vergleichbar mache.“, erläutert Maier. Sein Beispiel aus der B2C Welt: bei dem Mobilitätsdienstleister FreeNow wisse man auch vorab welcher Taxi-Fahrer oder welche Taxi-Fahrerin mit was für einem Fahrzeug auf dem Weg sei.
2. Bei der **Monetarisierung** setzt White Label Advisory auf eine faire und leistungsabhängige Bezahlung erbrachter Beratungsleistungen. Das bedeutet, dass es keine Fixkosten und keine versteckten Gebühren für den Plattformzugang oder die vermittelte und erbrachte Beratungsleistung gibt. Klienten zahlen demnach nur für abgenommene Leistungen und White Label Advisory erhält eine vertraglich fixe und vorab kommunizierte Marge. „Durch unsere standardisierten Tagessätze und der vorab bekannten Marge wissen beide Seiten was wir als Plattform an einer Vermittlung verdienen. In der Beratungspraxis kommt es heute leider immer noch oft vor, dass, gerade bei mehrstufigen Sub-Sub-Sub-Lieferantenbeziehungen, die Tagessätze zwischen dem was der Kunde zahlt und dem was der jeweilige - oft freiberufliche - Berater aufgrund der verschiedenen Zwischenstufen und diversen Vermittlungsgebühren erhält, um mehrere hundert Euro auseinanderliegen.“, berichtet Maier aus der eigenen Beratungserfahrung.
3. Wenn es um die **Kontrahierung** der Subdienstleister geht, verzichtet White Label Advisory auf das Mittel der Umgehungsverbote. Für die Advisor ist somit im Vertriebsmodell von White Label Advisory eine eigene Follow-Up Akquise möglich. Und die Klienten können bei möglichen Folgeprojekten direkt auf das vermittelte Beratungsunternehmen zugehen. Auch hier nutzt Maier das Taxi-Beispiel zur Veranschaulichung: „Wenn ich mit der Fahrt vom Hamburger Flughafen in die Innenstadt zufrieden war, kann eine Plattform nicht verhindern, dass ich für die Rückfahrt die Kontakt-daten des Fahrers austausche. Das bringt mir aber wenig, wenn ich eine Fahrgelegenheit in Berlin oder München suche. Oder mein neuer Stammfahrer Urlaub hat. Sprich: das Ziel als Plattform ist es, über die Breite des Leistungsangebots (zeitlich, örtlich, thematisch) in der Erinnerung des Kunden zu bleiben und nicht immer wieder eine bereits bestehende Verbindung zu vermitteln. Konkret heißt das für White Label Advisory: wenn wir z.B. eine Einkaufsberatung zu einem unserer Klienten vermitteln und eine Projektverlängerung oder Folgegeschäft entsteht, ist es allen Parteien frei zu entscheiden, über welchen Weg man ins Geschäft kommt. Unser Anspruch ist es Klienten und Advisor möglichst viele Anreize einer Zusammenarbeit zu geben und so das Vertrauen in ein digitales B2B-Geschäftsmodell im Bereich der Beratungsvermittlung zu stärken“.

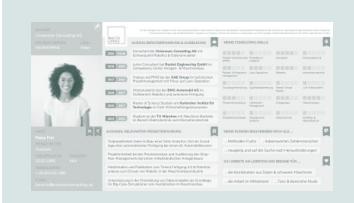
Fazit: Vertrauen ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für digitale Plattformen. Die Vermittlung von Personal-dienstleistungen folgt häufig noch nach einer „analogen“ Einkaufs- und Vertriebslogik. Mit mehr Transparenz, einem fairem Pricing und dem Wegfall von Kontrahierungen hat White Label Advisory ein „Designed to Trust“-Prinzip entwickelt, wodurch das Vertrauen aller Partien in die Plattform proaktiv gestärkt wird.



Das WLA “Designed to Trust“-Prinzip

Transparenz. Faire Bezahlung. Kein Umgehungsverbot.

... TRANSPARENZ



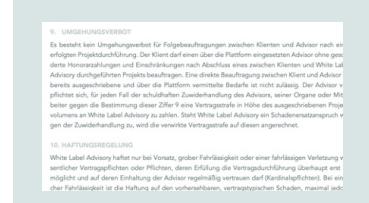
- ✓ Unternehmens-Namen und Ansprechpartner/innen mit Klarnamen sichtbar
- ✓ Vergleichbarkeit von CVs und Fähigkeiten unterschiedlicher Berater/innen

... MONETARISIERUNG



- ✓ Keine Fixkosten. Keine Gebühren. Gezahlt wird durch Klienten nur bei Leistung
- ✓ Marge / Einkaufspreis der Advisor (15%) vertraglich fix und offen kommuniziert

... KONTRAHIERUNG



- ✓ Keine Umgehungsverbote für Advisor. Eigene Follow-Up Akquise möglich
- ✓ Keine Exklusivität. Vertragspartner können andere Einkaufs- / Vertriebswege nutzen



„Beratung ist People-Business. Darum sind wir der Überzeugung, dass sich „analoge“ Einkaufs- und Vertriebsprozesse für hochpreisige Dienstleistungen nur dann digitalisieren lassen, wenn das Vertrauen in die Plattformlösung bereits Teil des Geschäftsmodells ist und unsere Partner aus sich heraus motiviert werden den Service zu nutzen.“

ÜBER WHITE LABEL ADVISORY

White Label Advisory ist die führende Plattform für die Vermittlung und Abrechnung mittelständischer Beratungsunternehmen. Wir glauben, dass der Einkauf und der Vertrieb von Beratungsleistungen transparent, kompetenzgetrieben, nachhaltig und technologiegestützt erfolgen sollte. Deshalb verbindet White Label Advisory die ausgezeichnete Beratungsqualität seiner angeschlossenen Beratungsunternehmen mit innovativen Technologien und Vertriebsansätzen, um die passenden Beraterinnen und Berater für die Projekte unserer Kunden zu finden. Unternehmen jeder Größe und Branche - vom Start-Up bis zum DAX-Konzern - schätzen die hohe Qualität, garantierte Verfügbarkeit und finanzielle Planbarkeit von White Label Advisory und können so optimale Projekterfolge erzielen. Das kuratierte Advisory-Netzwerk umfasst derzeit mehr als 2.500 Beraterinnen und Berater von über 60 Beratungshäusern und wächst täglich. White Label Advisory wurde Mitte 2019 von Philipp Maier (ex Horváth & Partners) und Philipp Weber (ex Ginkgo Consulting) in Hamburg gegründet.

PRESSEKONTAKT

Philipp Maier | Co-Founder & Geschäftsführer

E-Mail: pmaier@whitelabeladvisory.de | Mobil: +49 176 61 56 3778

Weitere Informationen & Bildmaterial zum Download unter: www.whitelabeladvisory.de/de/presse