



Was sind die Geheimnisse von Sales Excellence?

Fragen Sie sich manchmal:

- **Warum bestimmte Unternehmen herausragende Vertriebsergebnisse erreichen?**
- **Was ihre Erfolgstreiber sind, unabhängig von Branche, Größe oder wirtschaftlichen Rahmenbedingungen?**
- **Wie diese Erkenntnisse auf andere Unternehmen übertragen werden können?**

Um diese und weitere Fragen zu beantworten, führt Mercuri International regelmäßig weltweite Studien durch. Unsere aktuelle Studie – die Sales Excellence-Studie 2017 – wurde Mitte 2016 gestartet und beschreibt, wie führende Unternehmen aus verschiedenen Branchen Sales Excellence realisieren.

920 Teilnehmer (davon 80% CEOs und Vertriebsmanager) aus 20 Ländern und 12 Branchen haben an dieser Studie teilgenommen. Untersucht wurden 53 Einflusskriterien für Sales Excellence, die in 3 Gruppen unterteilt wurden – Vertriebspraktiken, Vertriebssituationen, Vertriebsmanagement.

Die Teilnehmer wurden zusätzlich gebeten, ihren Vertriebserfolg auf einer Skala von 1 bis 10 anhand von 7 Leistungsparametern zu bewerten.

Durch die Unterschiede zwischen den jeweils 10 % erfolgreichsten und 10% weniger erfolgreichen Unternehmen wurden anschließend die entscheidenden Sales Excellence-Treiber ermittelt. Anhand der kumulierten Daten ist zunächst ein zentraler Blick („Big Picture“) aus der globalen Perspektive möglich

➤ Die 10 wichtigsten globalen Treiber von Sales Excellence



1. **Jeder Vertriebsmitarbeiter plant seine Kunden systematisch:** Planung ist die Voraussetzung für eine proaktive Kundenbearbeitung. In den leistungsstärksten Unternehmen wird für jeden Kunden einen Kundenbearbeitungsplan erstellt, der speziell auf die Anforderungen des jeweiligen Kunden zugeschnitten ist. Kunden werden systematisch und nicht zufällig bearbeitet.



2. **Die Vertriebsstrategie ist schriftlich dokumentiert:** Verschiedene Studien haben gezeigt, dass im Durchschnitt nur 14% aller Vertriebsmitarbeiter die Unternehmensstrategie kennen. Erfolgreiche Unternehmen dokumentieren ihre Strategie schriftlich und kommunizieren sie im Vertrieb durchgängig über verschiedene Kanäle. So stellen sie sicher, dass der Vertrieb die Strategie auch wirklich umsetzt und den Markt nicht nur reaktiv bearbeitet.



3. **Für jeden Arbeitsschritt des Verkaufsprozesses gibt es Trainingsmodule, Checklisten und Instrumente:** Ein Prozess ist nur so gut wie seine Umsetzung. Erfolgreiche Unternehmen definieren deshalb nicht nur Vertriebsprozesse, sondern unterstützen ihre Mitarbeiter mit verschiedenen Maßnahmen und Instrumenten, diese Prozesse auch in der Praxis umzusetzen.



4. **Die Unternehmensstrategie beinhaltet auch Vertriebsthemen:** Für führende Unternehmen ist der eigene Vertrieb weit mehr als eine rein ausführende Funktion. Ihre Unternehmensstrategie bezieht ausdrücklich den Vertrieb mit ein und schöpft so den strategischen Wert des Vertriebs weitaus besser aus. Der Verkäufer weiß, welcher Anteil der Strategieumsetzung auf ihn entfällt.



5. **Die Arbeitsschritte des Verkaufsprozesses sind detailliert beschrieben:** Verkaufsprozesse müssen vor allem gelebt werden. Erfolgreiche Unternehmen beschreiben deshalb detailliert die vertrieblichen Vorgehenseisen für jeden Arbeitsschritt des Verkaufsprozesses. Vertriebsmitarbeiter erhalten dadurch klare Handlungs-empfehlungen und die Erfolgsquoten verbessern sich spürbar.



6. **Die Unternehmensstruktur fördert bereichsübergreifende Verkaufsansätze, die vom Verkauf initiiert werden:** Moderne Verkaufsansätze basieren auf einer interdisziplinären Zusammenarbeit verschiedener Unternehmensbereiche. Führende Unternehmen haben organisatorische Strukturen geschaffen, die eine reibungslose Zusammenarbeit zwischen Vertrieb und anderen Unternehmensbereichen sicherstellen. So können sie alle Unternehmensressourcen auf den Kunden konzentrieren.



7. **Ihr CRM-System ist ein integraler Bestandteil des Unternehmens, alle relevanten Daten werden durch die Nutzer aktualisiert und aktiv genutzt:** Erfolgreiche Unternehmen unterscheiden sich dadurch, dass ihre Vertriebsmitarbeiter das CRM-System aktiv pflegen und nutzen. So erhalten sie einen umfassenden Blick auf den Kunden und können Kundenanforderungen in Echtzeit erkennen und erfüllen.



8. **Der Vertrieb hat innerhalb des Unternehmens ein hervorragendes Image:** In führende Unternehmen genießt der Vertrieb eine hohe Wertschätzung. Das stellt nicht nur sicher, dass sich das ganze Unternehmen kundenorientiert verhält, sondern die interne Anerkennung der Leistung des Vertriebs ist ein zusätzlicher Leistungsanreiz für die Vertriebsmitarbeiter.



9. **Die Kompetenzentwicklung Ihrer Vertriebsmitarbeiter erfolgt über Blended Learning-Ansätze:** Erfolgreiche Unternehmen nutzen das Potenzial von virtuell gestützten Weiterbildungsmaßnahmen. Sie können so die Kompetenz ihrer Vertriebsmitarbeiter nicht nur unabhängig von Zeit und Ort ausbauen, sondern statt Einmal-Events komplette Lernpfade anbieten. (eLearning, virtuelles Lernen in Kombination mit Präsenztrainings)



10. **Die Vertriebsstrategie ist klar definiert:** Die Definition der Vertriebsstrategie ist der erste Schritt, um eine effiziente Ausrichtung der Vertriebsaktivitäten auf die Ziele zu gewährleisten. Führende Unternehmen schaffen so die Voraussetzung, dass einzelne Vertriebsmitarbeiter an verschiedenen Standorten konsequent die richtigen Schwerpunkte bei der täglichen Vertriebsarbeit setzen können.

Sind die Erkenntnisse der Studie für alle Branchen und Regionen relevant?

Unsere Welt ist zu komplex, um sie nur von einer Perspektive aus zu betrachten. Auch wenn die Vogelperspektive wertvoll und wichtig ist, sieht man von dort nicht jedes Detail. Daher haben wir zusätzlich zur globalen Sicht das Thema Sales Excellence aus weiteren Blickwinkeln untersucht.

➤ Welche Sales Excellence Schwerpunkte gibt es in verschiedenen Branchen?

Die Studie analysiert Antworten aus 12 verschiedenen Branchenkategorien:

- Verarbeitende Industrie
- Konsumgüter, Einzelhandel
- Software, Informationstechnologie
- Pharma, Medizinprodukte und Diagnostik
- Bauindustrie
- Rohstoffe
- Banken, Versicherungen
- Chemie
- Versorgungsbetriebe
- Telekommunikation
- Logistik und Automotive
- Medien

➤ Wie sehen Mitarbeiter aus verschiedenen Positionen innerhalb einer Organisation Sales Excellence?

Die Studie analysiert den Blickwinkel von drei unterschiedlichen Teilnehmerpositionen:

- CEO/Direktor – 41 %
- Sales Manager / Vertriebsleiter – 47 %
- Andere Vertriebspositionen – 12 %

➤ Wie sehen Vertriebsorganisationen verschiedener Größen Sales Excellence?

Die Studie analysiert Sales Excellence aus der Perspektive von fünf unterschiedlich großen Vertriebsorganisationen.

- Mehr als 100 Vertriebsmitarbeiter
- 51 bis 100 Vertriebsmitarbeiter
- 26 bis 50 Vertriebsmitarbeiter
- 10 bis 25 Vertriebsmitarbeiter
- Weniger als 10 Vertriebsmitarbeiter

Nutzen Sie die Erkenntnisse der Sales Excellence-Studie 2017 und den Vergleich mit erfolgreichen Wettbewerbern für die Steigerung Ihrer Vertriebsperformance!

Für die detaillierten Ergebnisse der Studie, für Rückfragen und Anmerkungen auch zu weiteren Vertriebsthemen kontaktieren Sie uns bitte unter:

Christian Peters
Leiter Marktentwicklung

Telefon:
+49 2132 9306-38

Email:
christian.peters@mercuri.de

www.mercuri.de

