

SIERS &  
COLLEGEN



# 7. Studie Vertriebskompass

durchgeführt von der FH Aachen  
und der Siers & Collegen GmbH

2015 / 2016





Liebe Leserinnen, liebe Leser,

das Marktumfeld wird in vielen Bereichen immer dynamischer. Die Herausforderungen an Unternehmen und im Speziellen im Vertrieb erhöhen sich dadurch stetig. Neben strukturellen Themen bekommt das Thema Unternehmenskultur durch die hohe Frequenz an Veränderungsprozessen einen immer höheren Stellenwert.

Um Antworten auf diese komplexen Herausforderungen zu erhalten, wird die Zukunfts- und Benchmarkstudie Vertriebskompass durchgeführt. Die Studie wird durch die FH Aachen und die Vertriebsberatung Siers & Collegen ein Mal jährlich erstellt. Bei dem vorliegenden Exemplar handelt es sich, durch die hohe Nachfrage, bereits um die siebte Auflage seit dem Jahr 2006. Die Dokumentation fokussiert sich auf die wesentlichen Kernergebnisse und enthält partielle Lösungsansätze. Selbstverständlich ist es aufgrund der unterschiedlichen und komplexen Marktsituationen essenziell, dass die jeweiligen Ergebnisse individuell und situativ angepasst werden. Dies adressieren wir gerne mit Ihnen in einem persönlichen Gespräch.

## Ziele der Studie:

- Wichtiger Wegweiser und Impulsgeber für das Top Management, um zukünftige Aktivitäten optimal auszurichten
- Transparenz über Maßnahmen und Aktivitäten der Top Performer im Vergleich zu den Low Performern
- Identifikation von Trends im Vertrieb

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre. Für einen vertiefenden Austausch sprechen Sie uns gerne an.

A blue ink signature of Gert Hoepner, written in a cursive style.

Prof. Dr. Gert Hoepner

A blue ink signature of Carsten Siers, written in a cursive style.

Carsten Siers

# Die Kernergebnisse der Studie Vertriebskompass

1 Erfolgreiches Change Management und Lösungsvertrieb sind die Kernherausforderungen

2 Lösungsvertrieb: Wichtiges Thema - schwache Umsetzung

3 Best Practice Leitplanken ersetzen das Zufallsprinzip

4 Culture eats strategy for breakfast – an der Umsetzung hapert es

5 Verzahnte Qualifizierung – Basis einer erfolgreichen Implementierung

6 Onboarding – einflussreicher Schritt zur Integration neuer Mitarbeiter

7 Aktive Verkaufszeit – Erfolgsfaktor mit Kundenfokus

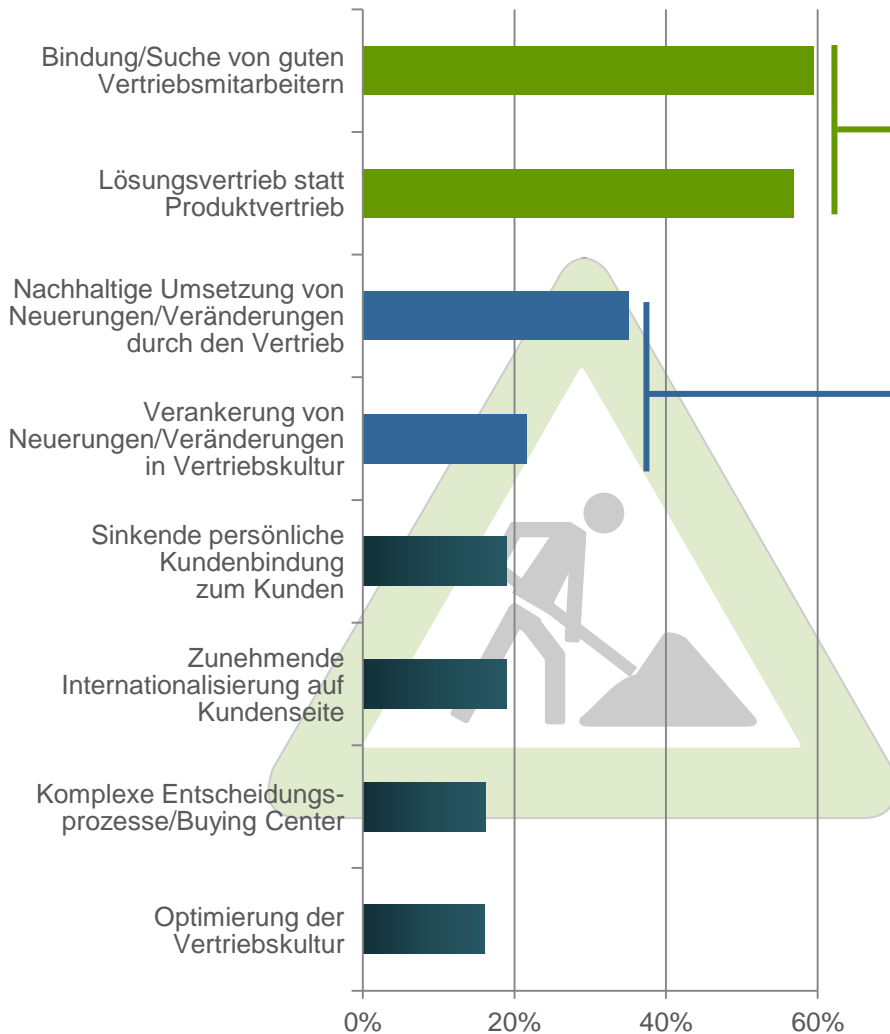
8 Marketing und Vertrieb – Maßnahmen einer erfolgreichen Verzahnung

9 Multi Channel Vertrieb – auf das schlüssige Konzept kommt es an

# 1

## Erfolgreiches Change Management und Lösungsvertrieb sind die Kernherausforderungen

Was sind zukünftig die größten Herausforderungen für den Vertrieb?



### Key Findings:

Betrachtet man die Kernherausforderungen für den Vertrieb, so sind dies die Themen Lösungsvertrieb und Change Management.

### Lösungsvertrieb:

Der Preisdruck der Wettbewerber und die komplexen Kundenanfragen führen zu einer immer höheren Notwendigkeit von Lösungsvertrieb. Der reine Produktvertrieb gehört in immer mehr Branchen der Vergangenheit an. (siehe auch Kapitel 2)

### Change Management:

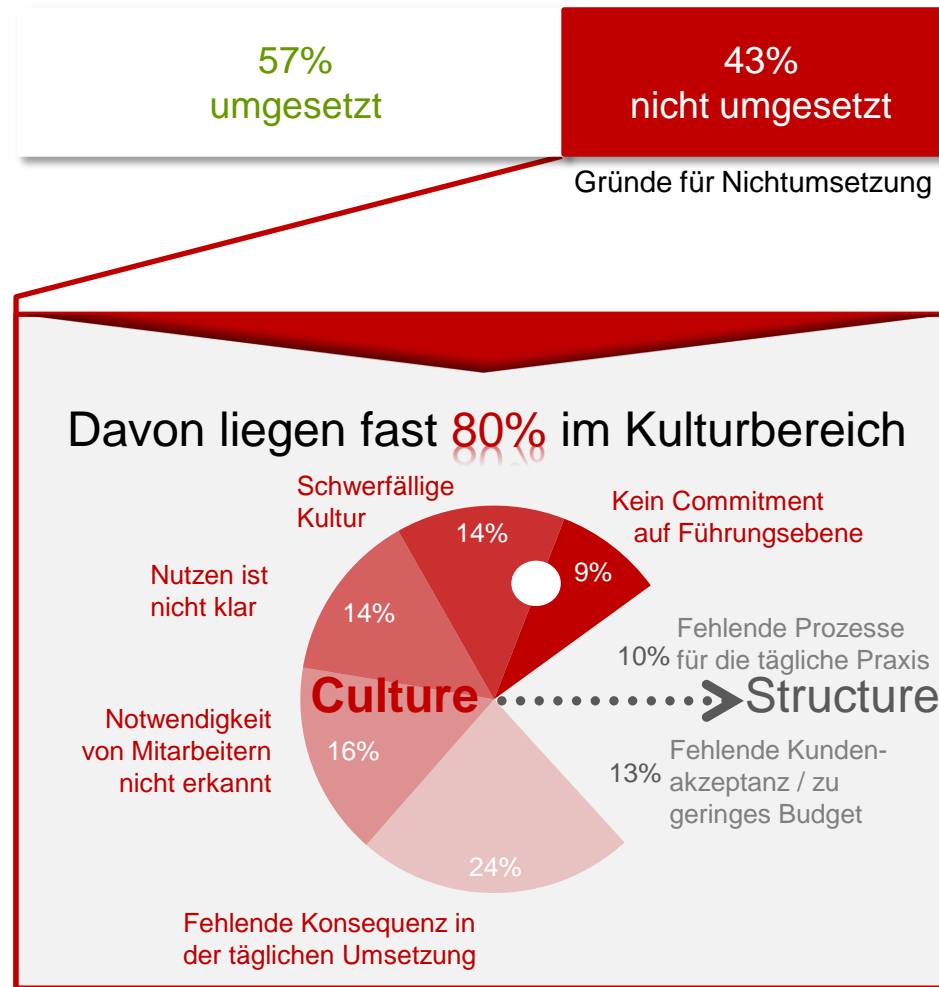
Eine sich immer schneller entwickelnde Umwelt erfordert eine immer schnellere Anpassung im Unternehmen. Die Folge ist eine steigende Frequenz an Veränderungen im Unternehmen. Diese hohe Frequenz stellt zahlreiche Unternehmen vor neue Herausforderungen, die aber für das erfolgreiche Fortbestehen zumeist unausweichlich sind.

# 4

## Culture eats strategy for breakfast\* – an der Umsetzung hapert es

\*Peter Drucker

Wie viel Prozent der Strategie wird umgesetzt bzw. nicht umgesetzt?



### Key Findings:

Der Anteil an nicht umgesetzten Strategien und Konzepten nimmt kontinuierlich ab. Waren es in der letzten Studie (2014) noch 60%, die umgesetzt wurden, so sind es heute nur noch 57%.

Die Gründe für die Verschlechterung liegen z.B. an der hohen Frequenz an Veränderungsprozessen, hohen Komfortzonen durch gute Zeiten in der Vergangenheit, nicht optimal durchgeführten Change Prozessen etc. All dies führt dazu, dass der Umsetzungsgrad immer weiter abnimmt.

Dies hat zur Folge, dass die wichtigen Zukunftsstrategien / Konzepte in der täglichen Marktbearbeitung häufig gar nicht mehr ausreichend ankommen.

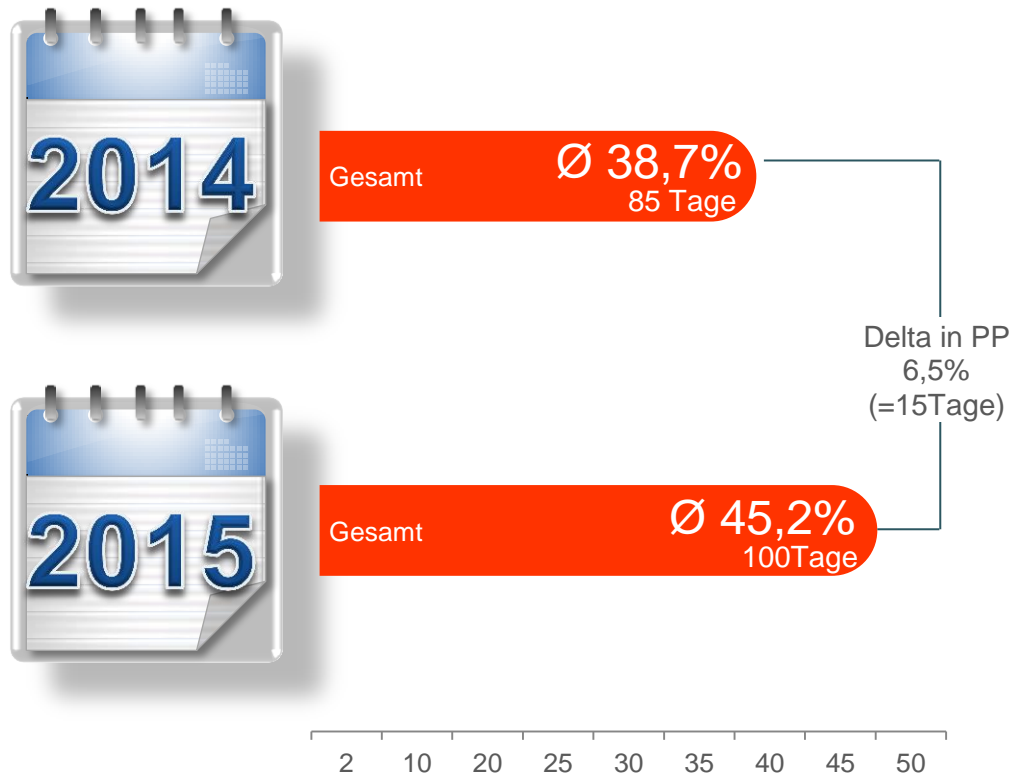
Die Unternehmen realisieren dabei aber immer mehr, dass der Schlüssel für eine erfolgreiche Umsetzung auf der Ebene der Unternehmenskultur zu finden ist (fast 80% der Gründe liegen im Kulturbereich).

Daher gilt es gezielt an dem Thema Kultur zu arbeiten. Eine genaue Beschreibung wie dies erfolgen kann, finden Sie auf den folgenden Seiten.

# 7

## Aktive Verkaufszeit - Zunehmender Erfolgsfaktor mit Kundenfokus

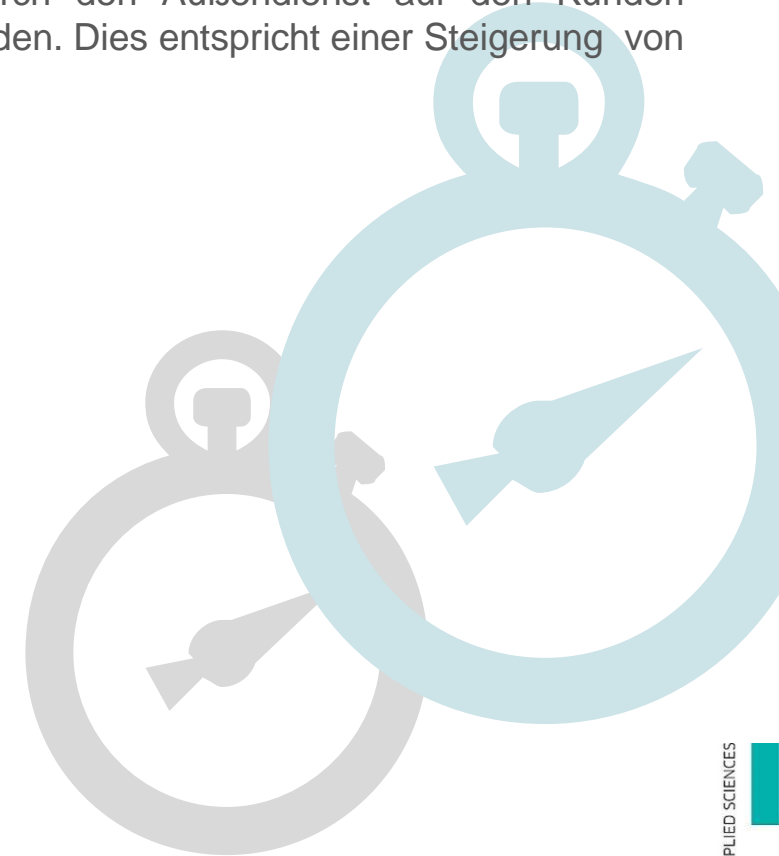
Ø AVZ wird immer wichtiger



### Key Findings:

Dass die Wichtigkeit, Zeit beim bzw. mit dem Kunden zu verbringen, zunimmt, verdeutlicht auch ein Vergleich der aktuellen mit der vorherigen Vertriebsstudie.

Seit der letzten Studie waren es im Schnitt 6,5% mehr Tage, die durch den Außendienst auf den Kunden verwandt wurden. Dies entspricht einer Steigerung von 15 Tagen.



Basis 220 Arbeitstage

# Ansprechpartner und Kontakt

## Zu Inhalten der Studie:

**Siers & Collegen GmbH**  
Rheinhöfe  
Reisholzer Werftstraße 31  
40589 Düsseldorf

Tel. +49 211 / 82 80 57 20

Fax. +49 211 / 82 80 57 29

[www.siers-collegen.com](http://www.siers-collegen.com)

[www.vertriebskultur.com](http://www.vertriebskultur.com)



**Carsten Siers**  
Geschäftsführer  
Siers & Collegen GmbH

[carsten.siers@siers-collegen.com](mailto:carsten.siers@siers-collegen.com)



**Dhani Bendig**  
Senior Berater  
Siers & Collegen GmbH

[dhani.bendig@siers-collegen.com](mailto:dhani.bendig@siers-collegen.com)

## Zur Durchführung und Auswertung der Studie:

**FH Aachen**  
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften  
Professor Dr. Gert Hoepner  
Eupener Straße 70  
52066 Aachen

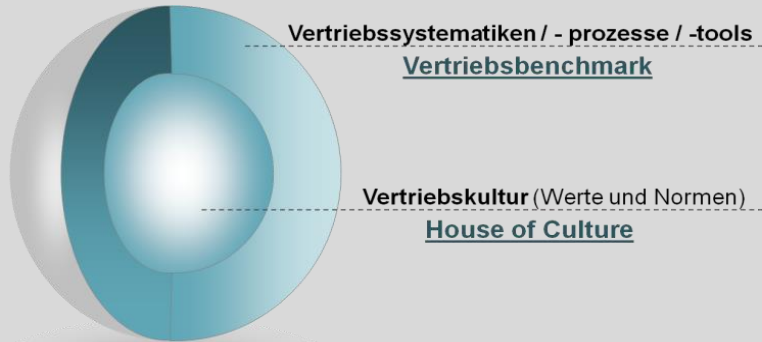


**Prof. Dr. Gert Hoepner**  
Professor für Marketing  
FH Aachen, University of Applied Sciences

[hoepner@fh-aachen.de](mailto:hoepner@fh-aachen.de)

# Siers & Collegen: Mit systematischer Vernetzung von Struktur & Kultur zu mehr Erfolg im Vertrieb

## Praxiserprobtes Konzept



## Starke Referenzen



## Top Consultant Zertifizierung



## Hochschulkooperation mit der FH Aachen



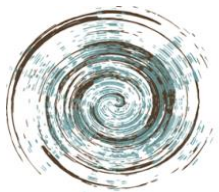


Herausgegeben von der Siers & Collegen GmbH in Kooperation mit der FH Aachen. Autoren Prof. Dr. Gert Hoepner und Carsten Siers.

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigungen, Mikroverfilmung, die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Medien sind ohne Zustimmung der Autoren nicht gestattet.

Meinungsbeiträge geben die Meinung der Autoren wieder.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde in diesem Text durchgehend die maskuline Form verwendet. Selbstverständlich sind jeweils beide Geschlechter gemeint.



SIERS &  
COLLEGEN