Vertriebsstrategien 2020: Wie Digitalisierung und Corona-Krise den Vertrieb verändern

(Mynewsdesk) Die Vertriebs-Beratung Mercuri International präsentiert die Ergebnisse einer Umfrage zu den aktuellen Entwicklungen im B2B-Vertrieb.

Meerbusch, 21. August 2020. Vor welche Herausforderungen stellt die Corona-Krise Unternehmen und insbesondere den Vertrieb? Wo und wie müssen Organisationen ihre Vertriebsstrategie verändern, um zukunftsfähig zu bleiben? Diese und weitere Fragen hat die Unternehmensberatung Mercuri International (https://mercuri.de) gestellt. Im Rahmen einer Online-Umfrage gaben Anfang August 115 Geschäftsführer, Marketing- und Vertriebsmanager in Deutschland Einblicke in die für sie wichtigen Themen und Vertriebsstrategien. 91 Prozent der Befragten halten die Überprüfung ihres bestehenden Geschäftsmodells aktuell für wichtig bis sehr wichtig - branchen-übergreifend.

?Der enorm schnelle Wandel von etablierten Vertriebsstrategien hin zu digitalen und teil-automatisierten Vertriebsprozessen wird durch die Pandemie zur neuen Normalität. Corona wirkt hier wie ein Katalysator, und Vertriebsorganisationen müssen ihre Techniken und Fähigkeiten künftig in immer kürzeren Abständen überprüfen, neu justieren und trainieren,? sagt Dr. Matthias Huckemann, Geschäftsführer der Mercuri International Deutschland GmbH. ?Folglich spielen die Kompetenzen der Führungskräfte und Mitarbeiter im Vertrieb sowie deren Weiterentwicklung eine entscheidende Rolle für die erfolgreiche Zukunft eines Unternehmens.? Die Überprüfung und Anpassung von Schulungskonzepten und Trainingsmaßnahmen für Führungskräfte und Mitarbeiter im Vertrieb halten nahezu alle Befragten für wichtig bis sehr wichtig.

?Beherrschendes Thema ist der nun stark erhöhte Handlungsdruck bei sowieso fälligen Veränderungen,? erläutert Huckemann. ?Stichwort Digitalisierung: Dabei geht es nicht nur um das Abbilden der Geschäftsprozesse im digitalen Raum, sondern ebenfalls um digitale, bzw. virtuelle Produkte. Viele Märkte verschieben sich zunehmend vom traditionellen Geschäft ? offline ? hin zu neuen Absatzmärkten, digitalen Kanälen, Online-Vertrieb und interaktiven Vertriebs-Tools.?

?Es wird in Zukunft eher wenige große Key-Accounts für erklärungsbedürftige Produkte geben, die intensiv, individuell und persönlich vom Vertrieb betreut werden,? prognostiziert Huckemann. ?Beim Verkauf von Standard-Produkten hingegen setzen Unternehmen künftig zunehmend auf Automatisierung im Vertrieb.? Viele der von Mercuri befragten Unternehmen beobachten ein verändertes Kaufverhalten ihrer Kunden und beschäftigen sich mit technologischen Entwicklungen wie Künstlicher Intelligenz (KI) und Automatisierung. 91 Prozent der Befragten setzen vermehrt auf virtuelle Kundenkontakte durch ihren Außendienst. ?Und sogar Social Selling, also Marketing- und Verkaufsaktivitäten auf Social-Media-Plattformen, spielt eine zunehmend wichtige Rolle im B2B-Vertrieb.?

Die Kommentare der Teilnehmer zeigen, dass die Mehrheit nicht mit einer Rückkehr zur ?alten Normalität? im Vertrieb rechnet. ?Vertriebsmanager müssen sich fast täglich kritisch mit der Frage auseinandersetzen: Wie zukunftsträchtig ist das aktuelle Geschäftsmodell??, fasst Huckemann zusammen. ?Durch die Krise ist Wichtiges nun auch dringend geworden. Ganz klar ist: Wer wettbewerbsfähig bleiben will, für den kann es ein ?weiter so wie bisher? nicht geben.?

Für weitere Informationen zur Mercuri-Umfrage kontaktieren Sie bitte info@mercuri.de .

Diese Pressemitteilung wurde via Mynewsdesk versendet. Weitere Informationen finden Sie im LFLM Media

Pressekontakt

Mynewsdesk

Herr Mynewsdesk Client Services
Ritterstraße -14 12
10969 Berlin

press-de@mynewsdesk.com

Firmenkontakt

Mynewsdesk

Herr Mynewsdesk Client Services
Ritterstraße -14 12
10969 Berlin

press-de@mynewsdesk.com

Über Mercuri International:

Mercuri International ist die weltweit führende Vertriebsberatung mit dem Schwerpunkt auf Vertriebstrainings und -coaching, strategisches Kompetenzmanagement und Sales Excellence. Das Unternehmen beschäftigt weltweit mehr als 500 Mitarbeiter, berät Unternehmen in 50 Ländern und führt jedes Jahr rund 18.000 Schulungen und Workshops für Vertriebsmitarbeiter und Führungskräfte durch. Die Berater von Mercuri International unterstützen ihre Kunden dabei, moderne Vertriebsstrategien zu entwickeln und diese erfolgreich umzusetzen. Mit individuellen Trainingsprogrammen begleitet Mercuri die Implementierung neuer Vermarktungs- und Vertriebsstrategien unter Berücksichtigung von lokalen Marktsituationen und Kulturen. Die Mercuri Deutschland GmbH sitzt in Meerbusch bei Düsseldorf. Weitere Informationen unter https://mercuri.de

---

Pressekontakt:
David Kirchmann
+49 2132 93 06 38
info@mercuri.de
https://mercuri.de