

Skalierung des B2B-Vertriebs

*4 essenzielle Strategien für
mittelständische Unternehmen*

2025



ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK

In diesem Whitepaper werden wir die Schlüsselstrategien zur Skalierung des B2B-Vertriebs für mittelständische Unternehmen untersuchen.

Die wichtigsten Erkenntnisse zusammengefasst:



Optimierung der Vertriebsstruktur

Eine klare Vertriebsorganisation ist essenziell, um effizient arbeiten zu können.



CRM-Integration

Der richtige Einsatz eines CRM-Systems kann signifikant zur Umsatzsteigerung beitragen.



Synergien zwischen Marketing & Vertrieb

Durch die Integration beider Bereiche entstehen wertvolle Synergien, die den Vertrieb ankurbeln können.



Datengetriebene Entscheidungen

Der Einsatz von Daten zur Entscheidungsfindung ist ein Schlüssel zum Erfolg.

MÖGLICHE TRENDS FÜR DAS JAHR 2025



KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

- KI wird zunehmend in der Analyse von Kundendaten und zur Vorhersage von Kaufverhalten eingesetzt.



AUTOMATISIERUNG

- Automatisierte Prozesse werden die Effizienz weiter steigern und die Ressourcen besser nutzen.



HYPERPERSONALISIERUNG

- Die Fähigkeit, Kunden individuelle Erlebnisse zu bieten, wird zu einem entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

“Um nicht ins Hintertreffen zu geraten, sollten Unternehmen frühzeitig in entsprechende Technologien investieren und Schulungsmaßnahmen für ihre Mitarbeiter einführen.

MarketDialog kann hier wertvolle Unterstützung bieten, um Unternehmen auf diesem Weg zu begleiten und sie mit der notwendigen Vertriebsunterstützung, Beratung und Tools auszustatten.”

Kasimir Patzwald
Director Sales bei MarketDialog

EINLEITUNG



HINTERGRUND & ZIEL

In der heutigen dynamischen Geschäftswelt stehen mittelständische Unternehmen vor der Herausforderung, ihre B2B-Vertriebsstrategien kontinuierlich zu optimieren und an die sich wandelnden Marktbedingungen anzupassen. Die Fähigkeit, effizient zu wachsen und gleichzeitig flexibel zu bleiben, ist entscheidend für den langfristigen Erfolg. Ziel dieses Whitepapers ist es, Ihnen wertvolle Erkenntnisse zu vermitteln, wie Sie die Chancen der Skalierung Ihres Vertriebs nutzen können, ohne dabei den Überblick zu verlieren.

Mittelständische Unternehmen sind oft agil, jedoch können sie in Bezug auf Ressourcen und Technologien hinter größeren Wettbewerbern zurückbleiben. Daher ist es wichtig, gezielte Strategien zu entwickeln, um die Vorteile der Kundenindividualisierung & Digitalisierung optimal zu nutzen.

RELEVANZ FÜR DEN B2B MITTELSTAND

Ein skalierbarer Vertrieb ist für mittelständische Unternehmen von hoher Relevanz. Die Fähigkeit, flexibel auf Marktveränderungen zu reagieren und gleichzeitig eine effiziente Vertriebsstruktur zu schaffen, ist der Schlüssel zu nachhaltigem Wachstum. In diesem Kontext werden wir kurz die Herausforderungen des Vertriebs untersuchen und herausfinden, wie Sie diese meistern können.

Wir von MarketDialog möchten Ihnen mit diesem Whitepaper wertvolle Ansätze und Best Practices vorstellen. Dabei beleuchten wir aktuelle Trends und bewährte Methoden, die dazu beitragen, Ihren Vertrieb effizienter zu gestalten.

Mit jahrzehntelanger Erfahrung in der operativen B2B-Vertriebsunterstützung und strategischen Vertriebsberatung unterstützen wir mittelständische Unternehmen dabei, ihre Vertriebsprozesse zu optimieren – und so ihre Ziele zu erreichen sowie ihre Marktposition nachhaltig zu stärken.



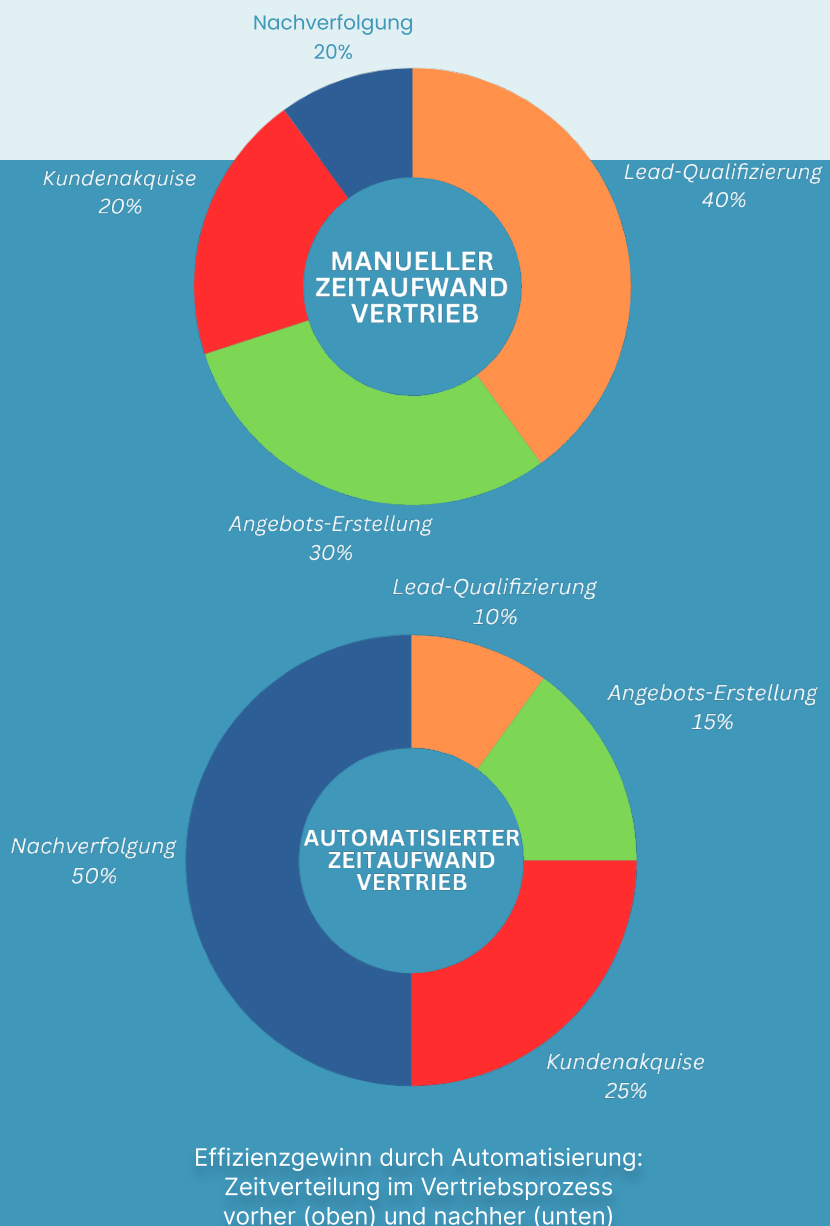
HERAUSFORDERUNGEN & TRENDS IM B2B-VERTRIEB

Die B2B-Vertriebslandschaft verändert sich rasant, und Unternehmen stehen vor einer Vielzahl von Trends und Herausforderungen, die speziell für den Mittelstand von Bedeutung sind. Im Folgenden werden drei zentrale Trends erläutert, die das Potenzial haben, den Vertrieb maßgeblich zu beeinflussen.

DIGITALISIERUNG & AUTOMATISIERUNG

Die Digitalisierung hat den Vertriebsprozess grundlegend verändert. Unternehmen setzen zunehmend auf CRM-Systeme und Marketing-Automation-Tools, um ihre Vertriebsaktivitäten zu optimieren.

Ein Beispiel hierfür ist die Bauer GmbH, die durch die Implementierung eines CRM-Systems ihre Vertriebsprozesse vollumfänglich revolutioniert hat. Mit der Automatisierung von Lead-Qualifizierungsprozessen konnte die Bauer GmbH die durchschnittliche Lead-Zeit um 30 % verkürzen, was zu schnelleren Abschlüssen und einer insgesamt effizienteren Vertriebsstrategie führte.



Trotz dieser Vorteile stehen Unternehmen vor der Herausforderung, die passende Technologie auszuwählen und ihre Mitarbeiter umfassend zu schulen. Hier kann MarketDialog unterstützen, indem wir maßgeschneiderte Schulungen und Beratung anbieten, aber auch durch professionelle Leadgenerierung und Terminvereinbarungen die Vertriebsaktivitäten effizienter gestalten.

PERSONALISIERUNG & KUNDENZENTRIERUNG

In der heutigen Geschäftswelt erwarten Kunden maßgeschneiderte Lösungen, die auf ihre spezifischen Bedürfnisse zugeschnitten sind. Die Personalisierung wird daher zu einem entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Unternehmen müssen ihre Angebote individualisieren und einen kundenzentrierten Ansatz verfolgen, um im Markt erfolgreich zu sein.

68%

"68% der B2B-Kunden erwarten Personalisierung bei der Produkt- und Servicehilfe..."
(Quelle: Adobe, 2024)

Ein gutes Beispiel ist die Klein & Partner AG, die durch den Einsatz von Datenanalysen personalisierte Produktvorschläge erstellt hat. Durch gezielte Ansprache ihrer Kunden konnte das Unternehmen die Abschlussquote um ganze 20 % erhöhen.

Unternehmen müssen jedoch über effektive Datenmanagementsysteme verfügen, um diese personalisierten Lösungen erfolgreich umzusetzen und sicherzustellen, dass sie die richtigen Tools zur Analyse der Kundendaten nutzen.



Radiales Diagramm mit Kunden im Zentrum, umgeben von personalisierten Ansätzen wie Angebote, Inhalte und Empfehlungen.

DATENGETRIEBENE ENTSCHEIDUNGSFINDUNG

Die Fähigkeit, datengetriebene Entscheidungen zu treffen, ist ein weiterer essenzieller Erfolgsfaktor im Vertrieb. Unternehmen müssen lernen, Daten effektiv zu nutzen, um strategische Entscheidungen zu treffen, Leads vorherzusagen und Upselling-Potenziale zu erkennen.

Ein Beispiel für den erfolgreichen Einsatz von Business Intelligence ist die Schmidt AG, ein Unternehmen der Elektroindustrie, das durch KPI-basierte Steuerungen und Predictive Analytics nicht nur die Umsätze steigern, sondern auch ihre Vertriebsressourcen optimal einsetzen konnte. Die Herausforderung besteht vor allem darin, gesammelte Daten in umsetzbare Erkenntnisse umzuwandeln

4 KERNSTRATEGIEN ZUR SKALIERUNG DES VERTRIEBS



Um im B2B-Vertrieb erfolgreich zu wachsen und sich an die sich ständig ändernden Marktbedingungen anzupassen, müssen mittelständische Unternehmen gezielte Strategien implementieren. In diesem Kapitel stellen wir vier zentrale Strategien vor, die Ihnen helfen können, Ihren Vertrieb effizient zu skalieren und dabei nachhaltig zu wachsen.

OPTIMIERUNG DER VERTRIEBSSTRUKTUR

Eine effiziente Vertriebsstruktur ist der Grundpfeiler eines erfolgreichen Vertriebs. Der Einsatz von cross-funktionalen Teams und klaren Zuständigkeiten sorgt für eine effektive Zusammenarbeit und steigert die Effizienz.

Die Müller AG, ein mittelständisches Unternehmen im Maschinenbau, hat beispielsweise ihre Vertriebsteams nach Kundensegmenten reorganisiert. Anstatt eine einheitliche Verkaufsabteilung zu haben, wurden Teams gebildet, die sich auf spezifische Branchen konzentrieren.

1

Diese Fokussierung ermöglichte es den Teams, tiefere Einblicke in die Bedürfnisse ihrer Zielkunden zu gewinnen und maßgeschneiderte Lösungen anzubieten.

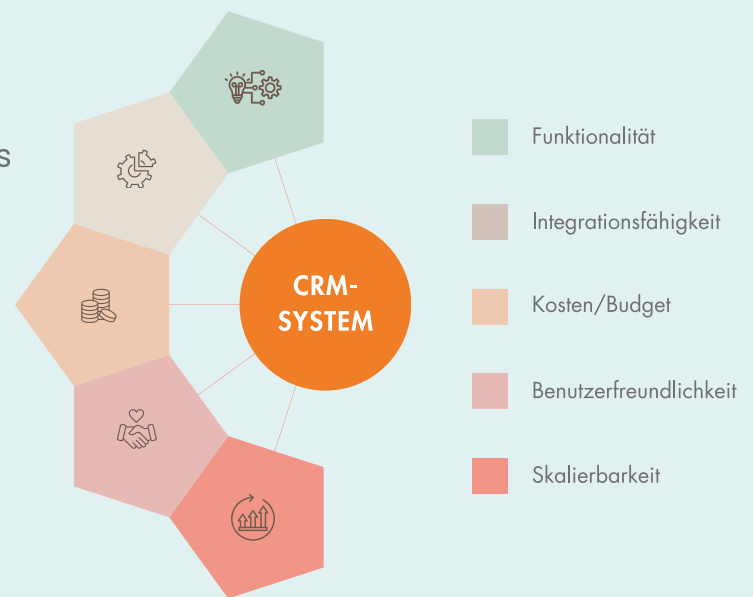
Das Ergebnis war eine Umsatzsteigerung von 15 % im ersten Jahr nach der Umstellung, da die Kunden nun gezielter angesprochen und besser betreut wurden.

Durch die Schaffung klarer Zuständigkeiten können Unternehmen sicherstellen, dass jeder Mitarbeiter weiß, welche Rolle er im Verkaufsprozess spielt. Dies führt zu einer schnelleren Entscheidungsfindung und einem verbesserten Kundenservice.

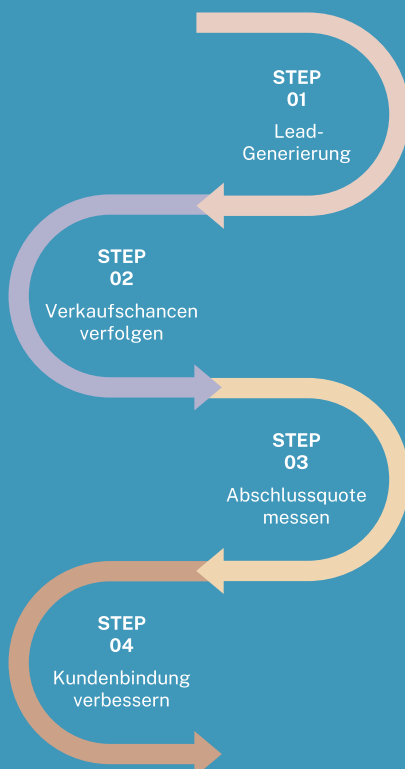
EINSATZ VON CRM & TECHNOLOGIE

Die Wahl des richtigen CRM-Systems ist entscheidend für die Effizienz des Vertriebsprozesses. Ein gut implementiertes CRM-System ermöglicht es Unternehmen, Kundenbeziehungen besser zu verwalten, Verkaufschancen zu verfolgen und die Kommunikation zu verbessern.

Bei der Auswahl eines CRM-Systems sollten mittelständische Unternehmen ihre spezifischen Anforderungen und Budgets berücksichtigen. Die Hin- und Zunahme einer Expertenmeinung ist ebenfalls empfehlenswert.



Die wichtigsten Faktoren bei der Auswahl eines CRM-Systems als Übersicht



KPI-Tracking im CRM ermöglicht es Unternehmen, den ROI ihrer Vertriebsaktivitäten zu messen und effektive Verkaufsstrategien zu optimieren.

MarketDialog bietet beispielsweise maßgeschneiderte Vertriebsunterstützungsleistungen an, die ohne eines umfangreichen, intelligenten und modernen CRMs gar nicht möglich wäre.

Die Schmidt GmbH, um ein weiteres Beispiel zu nennen, integrierte ein cloudbasiertes CRM in ihre Prozesse, zentralisierte Kundenhistorien und optimierte die Nachverfolgung von Vertriebsaktivitäten.

Durch den Einsatz von KPI-Tracking im Vertrieb, können Unternehmen zusätzlich den ROI ihrer CRM-Investitionen besser nachvollziehen, die effektivsten Verkaufsstrategien identifizieren und diese weiter optimieren.

INTEGRATION VON MARKETING UND VERTRIEB

Die enge Zusammenarbeit zwischen Marketing und Vertrieb ist entscheidend für den Erfolg im B2B-Vertrieb. Die Integration dieser beiden Bereiche fördert Synergien, die sich positiv auf die Lead-Generierung und die Konversionsraten auswirken.

Der Nutzen von Marketing- und Vertriebssynergien ergibt sich durch eine gemeinsame Zieldefinition und ein effektives Lead-Scoring als zentrale Elemente dieser Integration.

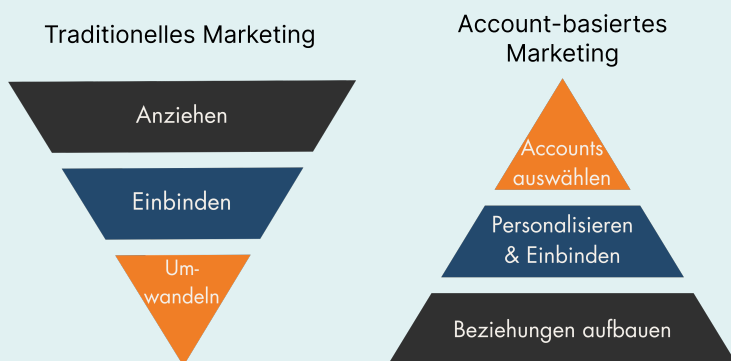


Die Synergie-Verstärker zwischen Marketing und Vertrieb als Übersicht

Ein Beispiel hierfür ist die Fischer GmbH, die Account-Based Marketing (ABM) erfolgreich implementierte. Durch die enge Zusammenarbeit zwischen Marketing- und Vertriebsteams konnten gezielte Kampagnen für ausgewählte Schlüsselkunden entwickelt werden.

Dies führte zu einer höheren Engagement-Rate und einer 25 %igen Steigerung der Abschlussquoten.

Durch regelmäßige Meetings und einen transparenten Austausch von Informationen können Marketing und Vertrieb so ihre Strategien stetig anpassen und optimieren.



Unterschiedliche Herangehensweisen zwischen traditionellem und Account-basierten Marketing als Pyramidenmodell dargestellt

MarketDialog bietet spezialisierte B2B-Telemarketing-Dienste, Workshops und Schulungen an, um Unternehmen bei der Integration ihrer Marketing- und Vertriebsstrategien sowie bei der direkten Kundenansprache und Lead-Generierung zu unterstützen.

PRAXISORIENTIERTE & DATENGESTÜTZTE ENTSCHEIDUNGEN

Die Nutzung von Daten ist ein entscheidender Faktor für die Effektivität von Vertriebsstrategien. Unternehmen müssen lernen, ihre Vertriebs- und Marketingdaten zu analysieren, um fundierte Entscheidungen zu treffen und ihre Strategien anzupassen.

Der Einsatz von Predictive Analytics ermöglicht es Unternehmen, Upselling-Potenziale besser zu erkennen und Umsatzprognosen genauer zu erstellen. Die Berger AG aus der IT-Branche nutzte Predictive Analytics, um das Kaufverhalten ihrer Bestandskunden zu analysieren.

4



DATEN SAMMELN

- CRM-DATEN,
- KUNDENFEEDBACK
- VERKAUFSTRENDS



DATEN ANALYSIEREN

- IDENTIFIKATION VON UPSELLING-POTENZIAL UND ERSTELLUNG VON PROGNOSEN



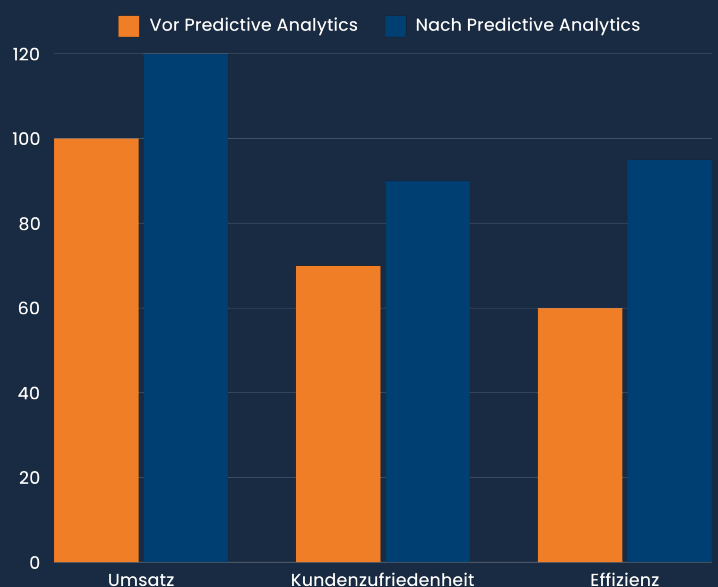
MAßNAHMEN UMSETZEN

- 20 % MEHR UMSATZ & HÖHERE KUNDENZUFRIEDENHEIT DANK PERSONALISierter ANGEBOTE

Weg von der Datennutzung zur Ergebnisverbesserung als angelehntes Flussdiagramm

Anhand dieser Daten konnte das Unternehmen personalisierte Angebote entwickeln und gezielt an die Kunden kommunizieren. Dies führte nicht nur zu einer Umsatzsteigerung von 20 %, sondern auch zu einer höheren Kundenzufriedenheit, da die Kunden das Gefühl hatten, dass ihre individuellen Bedürfnisse besser verstanden werden.

MarketDialog kann als externe Stütze agieren und Unternehmen dabei helfen, datenbasierte Entscheidungsprozesse zu implementieren und die richtigen Tools für die Datenanalyse auszuwählen.



Auswirkungen von Predictive Analytics auf die Vertriebsergebnisse in Prozent





MarketDialog

[Kontaktieren Sie uns >](#)

MarketDialog GmbH | Düsseldorf Straße 40 | D-65760 Eschborn
+49 (0) 6196 - 7695 100 | sales@marketdialog.com