

UDO ZEFFERER & KOLL.



5 neuen

Spielregeln im B2B-Vertrieb

Warum traditionelle Akquise nicht mehr funktioniert und was Sie jetzt tun müssen

Management Summary

In der letzten Dekade hat sich das B2B Geschäft fundamental verändert. Was früher planbar war, findet heute buchstäblich im Dunklen statt.

Die Konsequenzen sind enorm:



Sales-Cycle dauern \approx 20 – 30% länger als 2015 *



Vertriebskosten und die Kosten der Neukundengewinnung steigen spürbar [7 – 8% jährlich] *



CRM- und Tool-Investitionen liefern keine spürbare Entlastung *



Entscheidergruppen [Buying Center] werden B2B signifikant größer [6 - 10] *

Das Ergebnis:

Längere Verkaufszyklen, steigende Vertriebskosten, machtlose Verkäufer

*Quellen: Gartner · Salesforce · Harvard Business Manager · 6sense · Stat.-Bundesamt



Komplexe Entscheidergruppen haben die Kontrolle über den Kaufprozess.

Dr. Anton Holenstein, Bühler Group

Wer mit „mehr vom Gleichen“ reagiert, verschärft das Problem.

Denn die Spielregeln im B2B-Geschäft haben sich signifikant verändert.



Kaufentscheidungen werden von einer wachsenden Anzahl an Entscheidungsträgern [Buying Center] intensiv vorbereitet



Informationen werden online gesammelt · Entscheidung offline getroffen



Der Kunde erwartet die perfekte hybride Buyers-Journey



Die Flut an Daten & Kennzahlen führt zu Intransparenz und Desinformation



Der demografische Wandel nimmt an Fahrt auf

Hier erfahren Sie wie sie die neuen Spielregeln zum eigenen Vorteil zu nutzen.



Buyers-Journey 2025

1. Wachsende Buying Center führen zu Kontrollverlust

Was sich geändert hat:

Entscheidungsgremien [Buying Center] werden größer [6-10 Personen]

Buying Center wollen Angebote durch Online-Recherche vergleichen

70% der Kaufentscheidung werden auf Online verfügbaren Daten gestützt

Die neue Spielregel:

- Digitale Touchpoints müssen so gestaltet sein, dass Kunden Problembewusstsein entwickeln und Lösungsansätze erkennen
- Die unterschiedlichen Interessen im Buying Center müssen definiert und mithilfe von KI-gestützter Personalisierung adressiert werden
- Verkäufer müssen das Wissen der Kunden über verschiedene Anbieter kuratieren und die eigene Lösung souverän positionieren

2. Information werden online gesammelt, Entscheidungen offline getroffen

Was sich geändert hat:

Ein nahtloses Käuferlebnis von der Leadgenerierung bis zum loyalen Kunden ist der entscheidende Erfolgsfaktor

Leads werden online generiert, Kunden offline gewonnen

Der Vertrieb ist der Trusted Advisor im persönlichen Verkauf

Die neue Spielregel:

- Die hybride Buyer-Experience muss den Kunden durch digitale Inhalte abgeholt und in relevante Verkaufsgespräche führen
- Digitale Inhalte und persönlicher Verkauf greifen ineinander
- Marketing generiert Leads, der Vertrieb gewinnt daraus neue Kunden

3. Der Kunde erwartet die perfekte hybride Buyers-Journey

Was sich geändert hat:

Die Kundenerwartungen sind zunehmend aus dem B2C-Umfeld geprägt

Der Vertrieb hat seinen Wissensvorsprung verloren

Die neue Spielregel:

- Vertrieb und Marketing müssen datenbasiert und KI-unterstützt in einem Prozess an gemeinsamen Zielen arbeiten
- Um Kundenerfahrung und Unternehmenswachstum zu stärken, muss eine digitale Single Source of Truth (CRM) geschaffen werden

4. Transparenz in der Datenflut

Was sich geändert hat:

Die Flut an Daten und Kennzahlen führt zu
Desinformation, Ineffizienz und verpasste Geschäftschancen

Die neue Spielregel:

- Vertrieb- und Marketing müssen eine Wachstums- und Digitalstrategie, smarte Prozesse und effektive Kennzahlenkonzepte schaffen
- Damit echte Wettbewerbsvorteile entstehen werden KI-Technologie mit menschlicher Expertise in eine produktive Symbiose überführt

5. Der Demografischer Wandel

Was sich geändert hat:

Teams altern, Nachfolger fehlen, offene Stellen bleiben lange unbesetzt

Junge Talente erwarten eine moderne, digitalisierte Arbeitsumgebung

Etablierte Leistungsträger verlangen nach Anerkennung und Flexibilität

Die neue Spielregel:

- **Der Wissenstransfer zwischen jungen Talenten und etablierten Leistungsträgern muss sicherstellen werden**
[Erfahrungswissen vs. Digitalkompetenz]
- **Gezielt eingeführte KI-Tools unterstützen und entlasten im Tagesgeschäft und schaffen zusätzliche Kapazitäten**

Ein Blick in die Zukunft im B2B-Vertrieb

2030 wird der Vertrieb hybrid aber auch zutiefst menschlich

- **Digital-Natives sind die Entscheider in Unternehmen**
- **Käufer erwarten dieselben Standards wie im B2C Geschäft**
[Echtzeit-Transparenz zu Preis, Leistung und Lieferzeit]
- **Standardgeschäft wird online abgewickelt**
- **Sondergeschäft bleibt hybrid – rund 70 % digital, 30 % persönlich**
- **KI-Anwendungen sind der Standard**
- **Kaufentscheidungen werden durch Communities & Social Proof geprägt**

Ich bin Udo – Udo Zefferer

**Gründer und Inhaber
von Udo Zefferer & Koll.**

Experten für B2B-Vertrieb
und der digitalen Transformation
im Mittelstand - über 25 Jahren Erfahrung
in Führungs- und Beratungsrollen.

**Im folgenden Self-Check finden Sie
heraus wie gut ihr Vertrieb aufgestellt
ist und oder ob Sie riskieren, den
Anschluss zu verlieren.**



Bonus: Finden Sie heraus wo Ihr Unternehmen steht Plus praktische Optimierungstipps

1 Sales-Cycle · Wie lange dauert der Weg von Erstkontakt bis Auftrag?

- A** Wir kommen schneller zum Auftrag als noch vor ein paar Jahren
 - B** Ungefähr gleich geblieben
 - C** Es dauert heute drei Monate oder länger als noch vor einigen Jahren
-

2 Buying-Center · Wie gut kennen Sie die Entscheider?

- A** Konstant, ich kenne alle an der Entscheidung beteiligten Personen
 - B** Mehr als früher, ich kenne die meisten Beteiligten, aber nicht alle
 - C** Ich bin mir unsicher, wer wirklich mitredet
-

3 Zusammenarbeit · Wie eng arbeiten Marketing & Vertrieb zusammen?

- A** Marketing und Vertrieb arbeiten in einem abgestimmten Prozess, an Zielen die gemeinsam verantwortet werden
- B** Für den Bereich Marketing und Vertrieb ist eine Person verantwortlich
- C** Die Verantwortungsbereiche sind klar getrennt

Bonus: Finden Sie heraus wo Ihr Unternehmen steht Plus praktische Optimierungstipps

4 Kundenzeit · Wie viel Zeit verbringt Ihr Vertrieb wirklich beim Kunden?

- A** Mein Vertrieb arbeitet deutlich mehr als 30% seiner Zeit direkt mit dem Kunden
 - B** Mein Vertrieb arbeitet rd. 30% seiner Zeit direkt mit dem Kunden
 - C** Mein Vertrieb verbringt deutlich zu viel Zeit mit Admin. und Reisen
-

5 Transparenz · Wie behalten Sie Überblick in Marketing & Vertrieb?

- A** Wir arbeiten vollständig Digital und nutzen aktiv KI-Tools
 - B** Wir nutzen unser ERP oder CRM
 - C** Wir arbeiten dazu überwiegend mit Office-Tools wie z.B. Excel
-

6 Demografie · Wie leicht finden Sie neue Vertriebsmitarbeiter?

- A** Wir besetzen offene Stellen problemlos mit qualifizierten Mitarbeitern
- B** Wir brauchen länger, aber es gelingt
- C** Wir haben große Schwierigkeiten, qualifizierte Mitarbeiter zu finden

Die Auswertung

Überwiegend A

Ihr Vertrieb ist gut aufgestellt. Nutzen Sie Ihre Position, um neue Chancen durch Netzwerke & Ökosysteme zu erschließen
Skalieren Sie, indem Sie über KI Use-Cases Kapazitäten schaffen

Überwiegend B

Sie laufen stabil, aber Sie verlieren vermutlich Zeit und Effizienz durch unsaubere Prozesse und fehlende Transparenz
Prozesse sauber gestalten, Kennzahlenkonzept bereinigen,
Marketing & Vertrieb enger binden, KI für zus. Kapazitäten nutzen

Überwiegend C

Lange Vertriebszyklen kosten Sie Umsatz, Ihre Prozesse sind ineffizient, und die Demografie verstärkt den Druck
Verschlanken Sie Prozesse, bauen Sie Silos ab, schaffen sie Freiräume

Kurzempfehlungen pro Spielregel:

- **Spielregel 1 (Buying Center):** Analysieren und Dokumentieren Sie alle Entscheider in jeder Opportunity, um Transparenz zu schaffen
- **Spielregel 2 (Informationen online):** Bauen Sie digitale Touchpoints, die Kunden schon vor dem Erstkontakt gezielt abholen
- **Spielregel 3 (Hybride Buyers-Journey):** Richten Sie Marketing und Vertrieb auf gemeinsame KPIs aus
- **Spielregel 4 (Datenflut):** Konzentrieren Sie sich auf Kernkennzahlen die auf dem Weg zum Ziel [Umsatz · Ertrag] wichtig sind, dann haben Sie Steuerungsgrößen
- **Spielregel 5 (Demografie):** Kombinieren Sie Erfahrungswissen älterer Mitarbeiter mit digitaler Kompetenz junger Talente

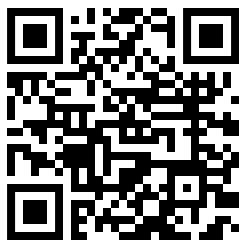
Ihr nächster Schritt

Sie kennen jetzt die neuen Spielregeln im B2B-Vertrieb und haben einen ersten Eindruck, wo Ihre Organisation steht.

Wir spiegeln Ihnen in einem 30-Minuten-Mini-Audit gerne, welcher Hebel für Ihr Unternehmen das größte Potenzial hat und wie Sie Schritt für Schritt erfolgreicher als ihr Wettbewerb sind.

Scannen Sie dazu den QR-Code und finden sie ihren Wunschtermin

Oder kontaktieren Sie mich direkt:
E-Mail: uz@udozefferer.com



Der Link zum Kalender



Die Kontaktdaten

Ich freue mich auf den Dialog mit Ihnen


Ihr Udo Zefferer

Seit über 25 Jahren erfolgreich im Mittelstand