80% der Kaufentscheidungen entstehen **vor dem ersten persönlichen Kontakt** mit dem Sales.

Methodik

Befragung

- Online-Befragung
- Befragungszeitraum: März 2023
- Anzahl: 250 Unternehmen
- Fokus: Deutscher Mittelstand

Schwerpunkte

- Wie zufrieden sind die Unternehmen mit der Zusammenarbeit von Marketing und Vertrieb?
- Wo zeichnen sich konkrete Verbesserungsmöglichkeiten im Zusammenspiel beider Abteilungen ab?

Durchgeführt von
Prof. Dr. Jens Böcker

Wissenschaftlicher Beirat & Gesellschafter

BÖCKER ZIEMEN GmbH & Co. KG

90% der Befragten bestätigen:
Der Kunde ist heute viel informierter als früher.

"**Nur 31%** der 250 Befragten Unternehmen haben einen **vollständigen 360° Blick** auf den Kunden."

Smarketing

Die Zukunft von **Sales** und **Marketing**

Dr. Mirjam Ringer

Einzigartige Beziehungen

32% mehr Umsatz generieren.
36% mehr Kunden halten.
38% mehr Kunden gewinnen.

Das ist die Smarketing Superpower.

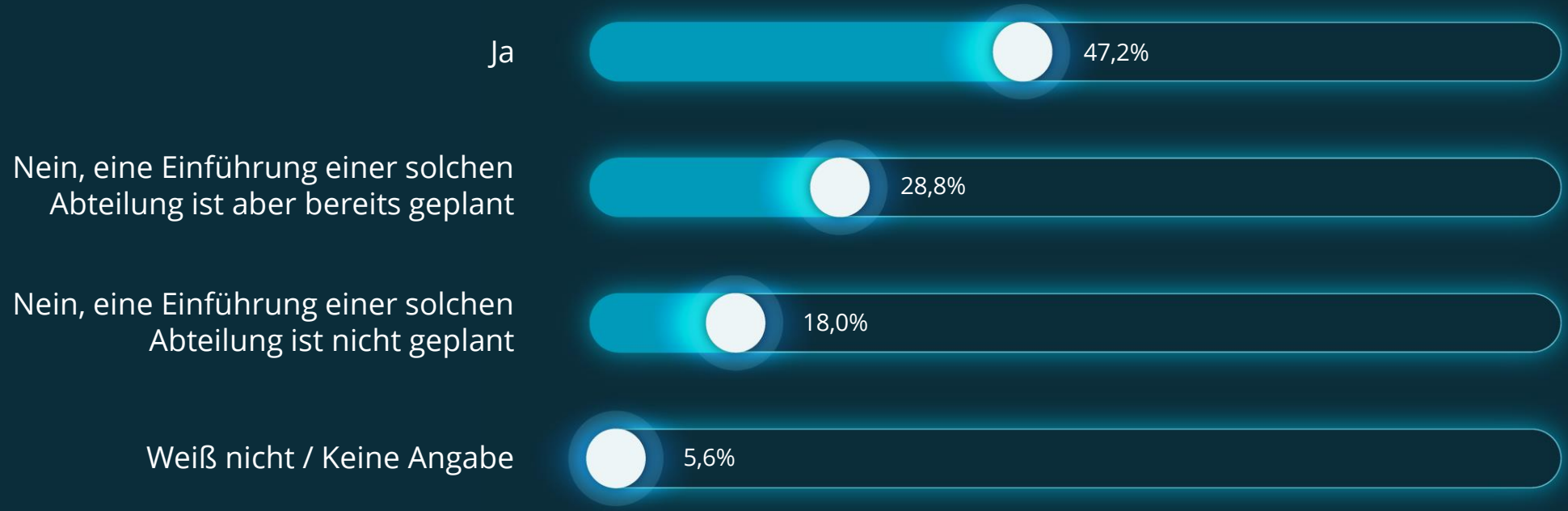
01

Daten Know-How stärken.

"Nur **31%** der Befragten verfügen über einen **vollständigen 360-Grad-Blick auf den Kunden**."

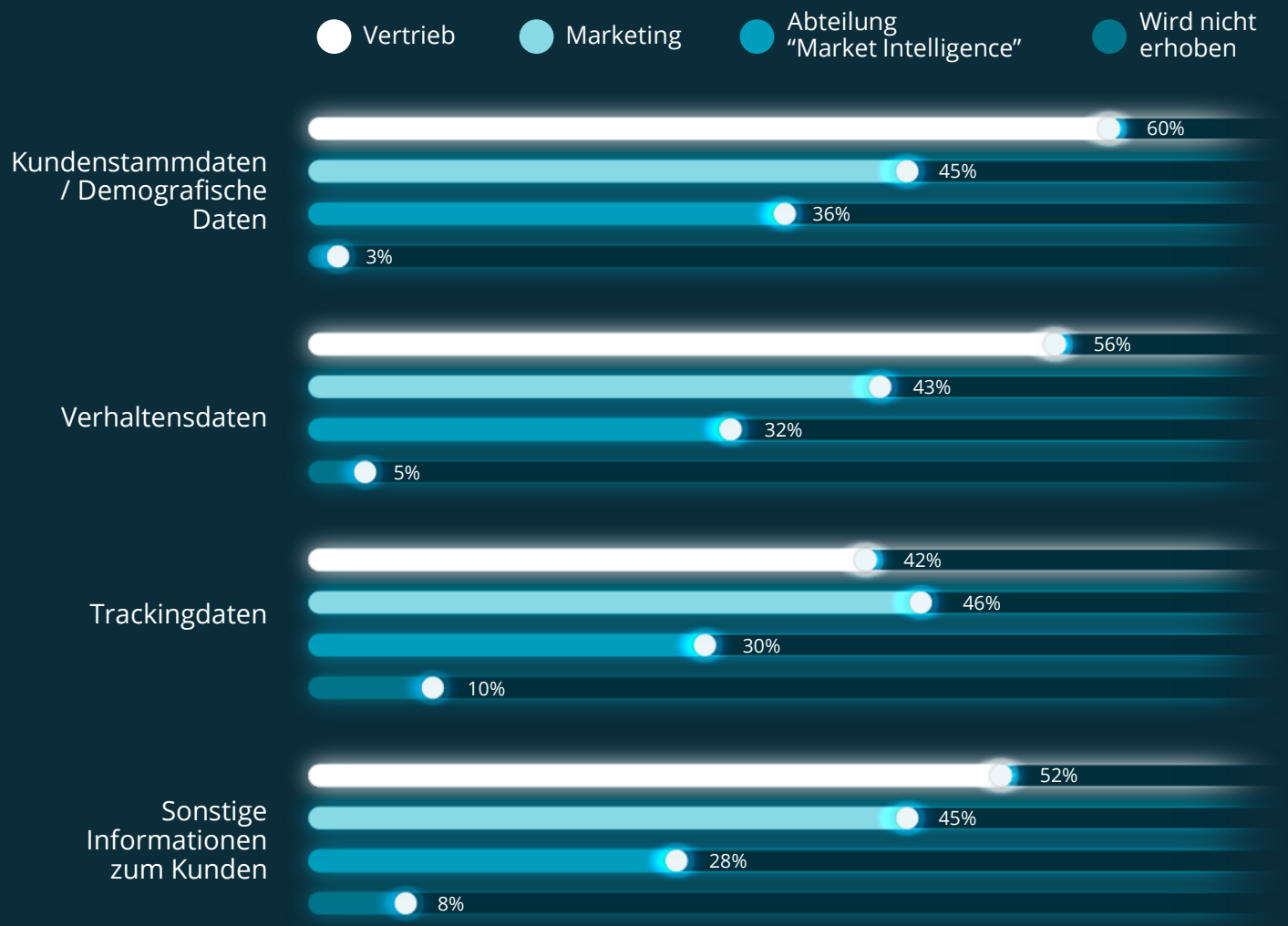
Nur jedes zweite Unternehmen hat eine Abteilung, die Sales und Marketing mit Daten versorgt.

Gibt es eine separate Abteilung, die die Abteilungen Sales und Marketing mit Daten / Informationen versorgt, wie z.B.: eine Market Intelligence Abteilung? n=250



Datenerhebung findet Primär im Vertrieb statt.

Wo werden im Folgenden genannten Daten erhoben? (Mehrfachnennung möglich)
n=250



- Vertrieb erhebt die meisten Daten.
- Trackingdaten werden insbesondere vom Marketing erhoben.
- Hohe Bedeutung von Market Intelligence. Zukünftiger Trend?

Nicht der Datentausch ist das Problem, sondern die Datennutzung.

80% sind mindestens zufrieden mit dem Datenaustausch zwischen Sales und Marketing.

30% der Befragten erheben Daten
(Trackingdaten und Verhaltensdaten)

aber nutzen sie nicht.

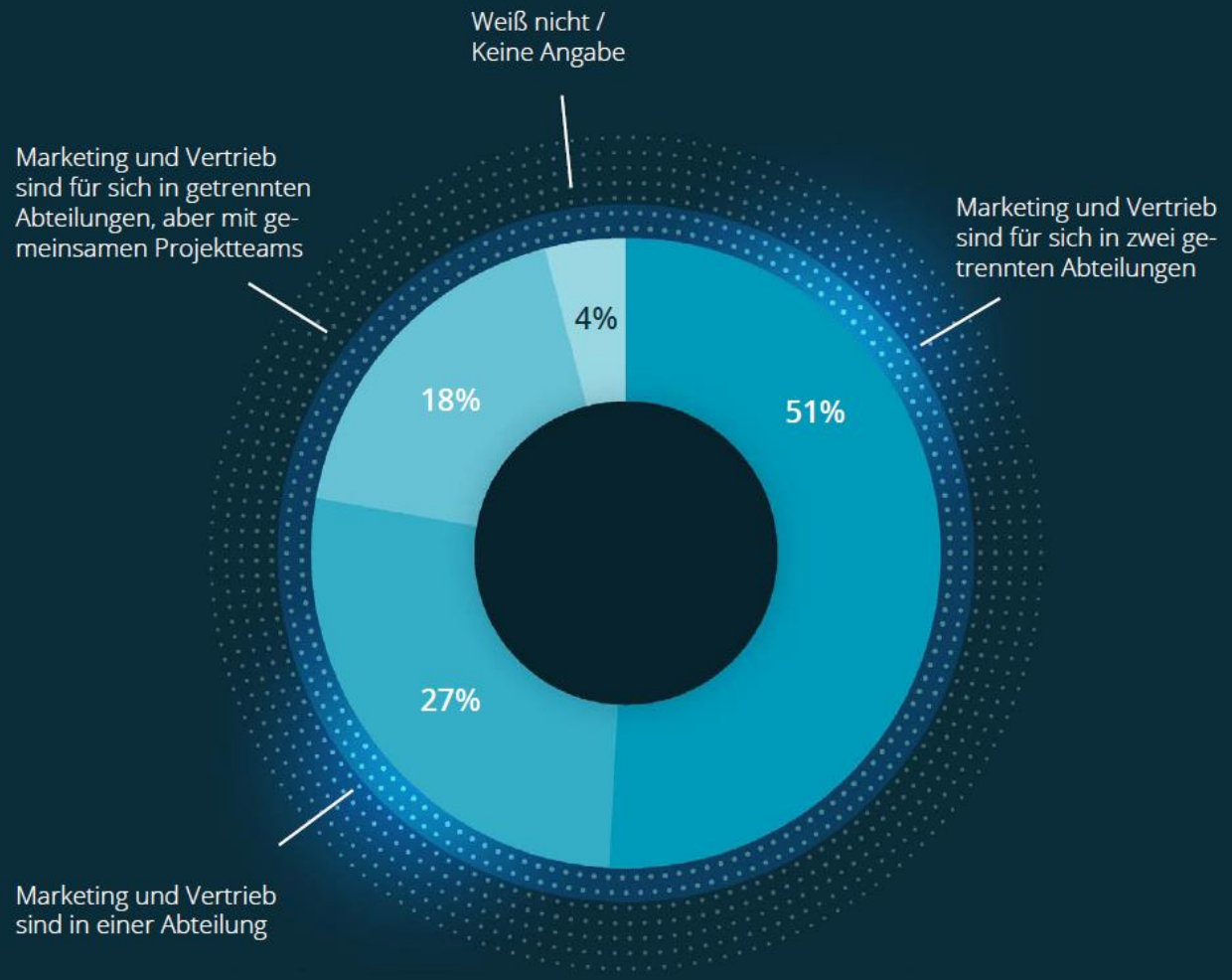
02

Abteilungs-barrieren aufbrechen.

Bei **51,2%** der befragten Unternehmen sind **Sales und Marketing in verschiedenen Abteilungen** ohne gemeinsame Projektteams.

Marketing & Vertrieb sind bei ca. 50% getrennt organisiert.

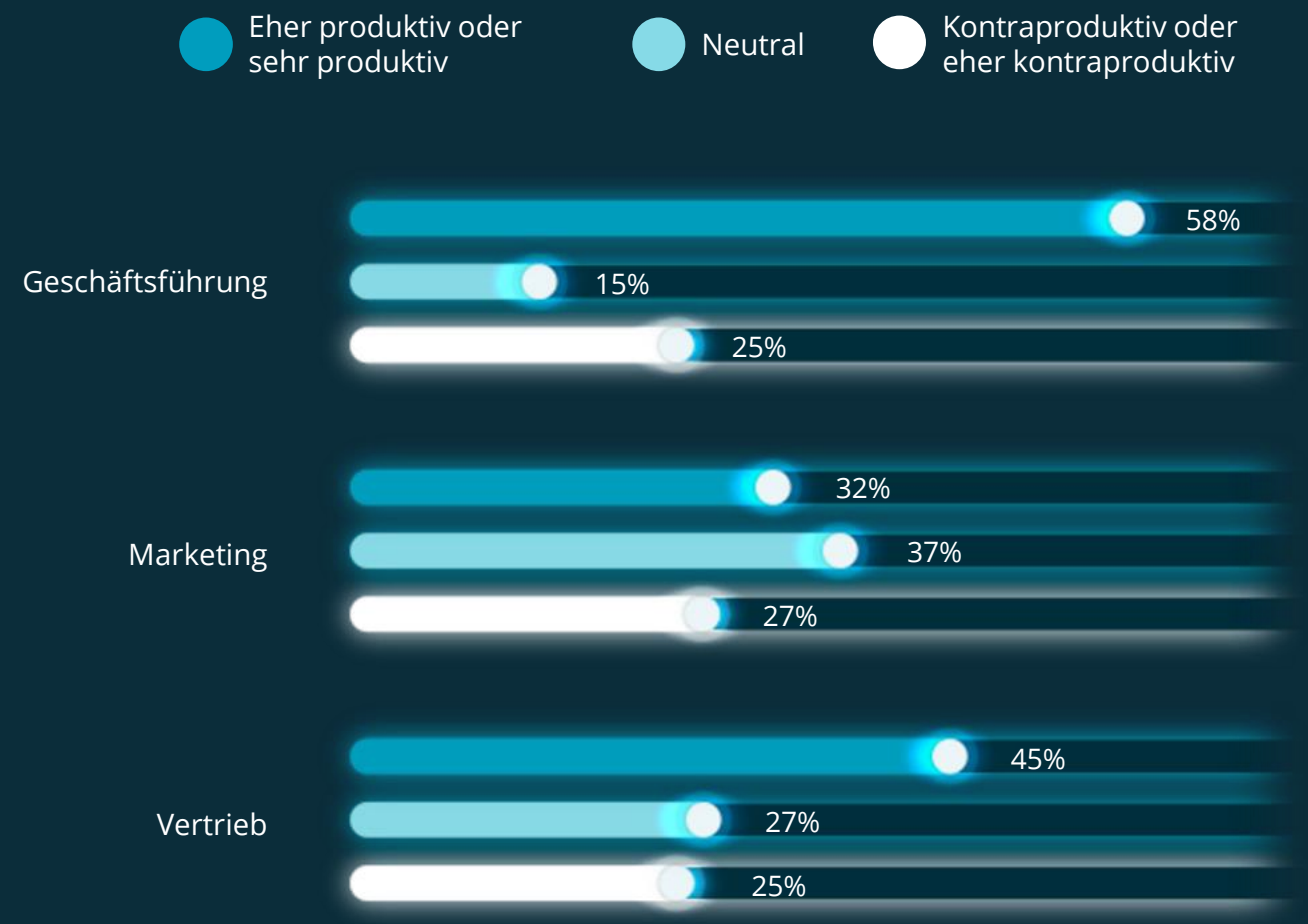
Wie sind Marketing und Vertrieb organisiert? (Mehrfachnennung möglich)
n=250



- Bei 51% der befragten Unternehmen sind Marketing und Sales in verschiedenen Abteilungen ohne gemeinsame Projektteams.
- In knapp jedem 5. Unternehmen sind Marketing und Vertrieb getrennt, aber es existieren gemeinsame Projektteams.

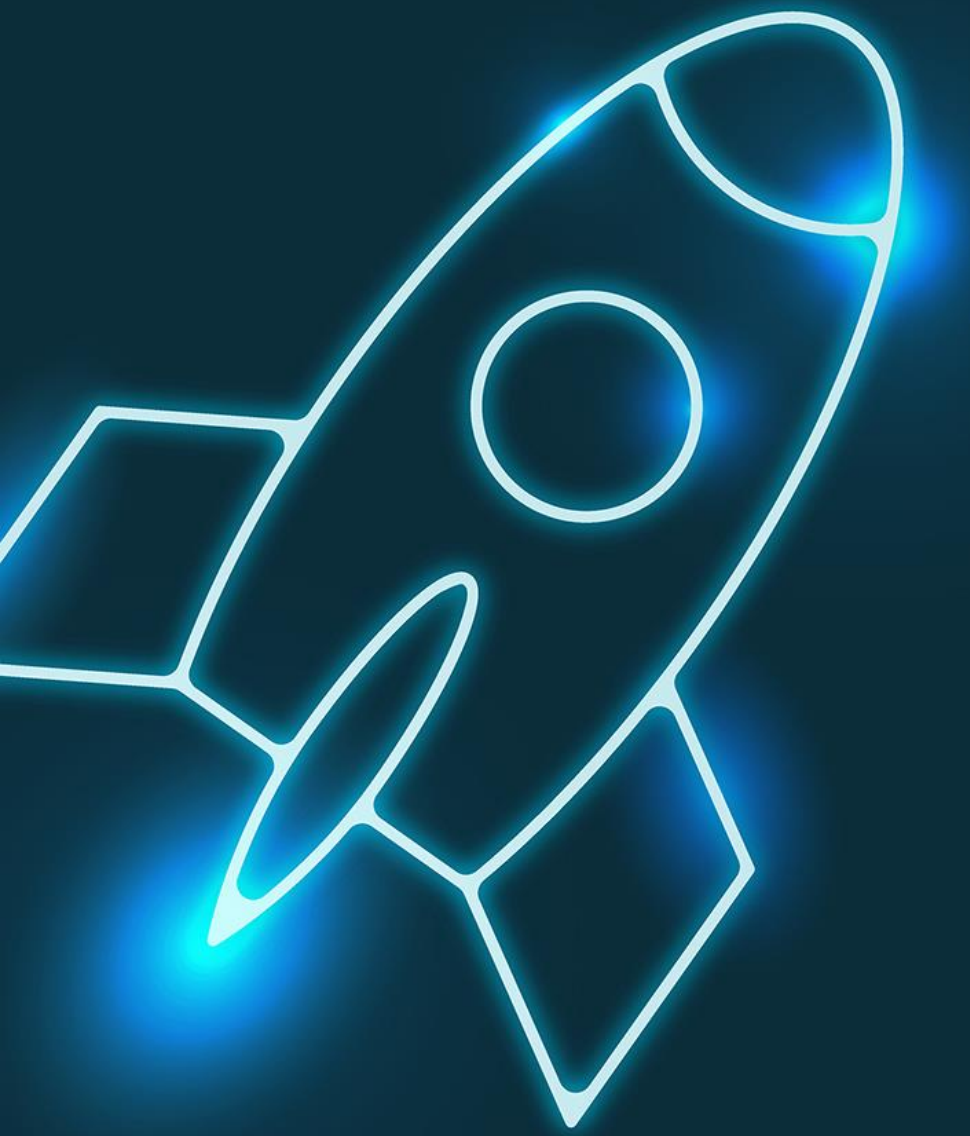
Geschäftsführung sieht Handlungsbedarf.

Angenommen Marketing und Vertrieb werden in Ihrem Unternehmen zusammengelegt – Wie würden Sie dies bewerten?
n=182



- 58% der Geschäftsführung sehen eine Zusammenlegung eher oder sehr produktiv.
- Top-Management sieht größtes Potenzial zur Verbesserung.
- Mitarbeiter in den Abteilungen weniger.

90% der Befragten gehen von einem höheren **Unternehmenserfolg** aus, wenn die Zusammenarbeit von Sales und Marketing verbessert wird!



...dazu gehören sowohl Verbesserungen im **Umsatz** als auch in der **Effizienz**."

58% der Geschäftsführer,
45% der Sales-Mitarbeiter und
32% der Marketing-Mitarbeitenden
bewerten die **Zusammenlegung** von
Sales und Marketing als **produktiv**.

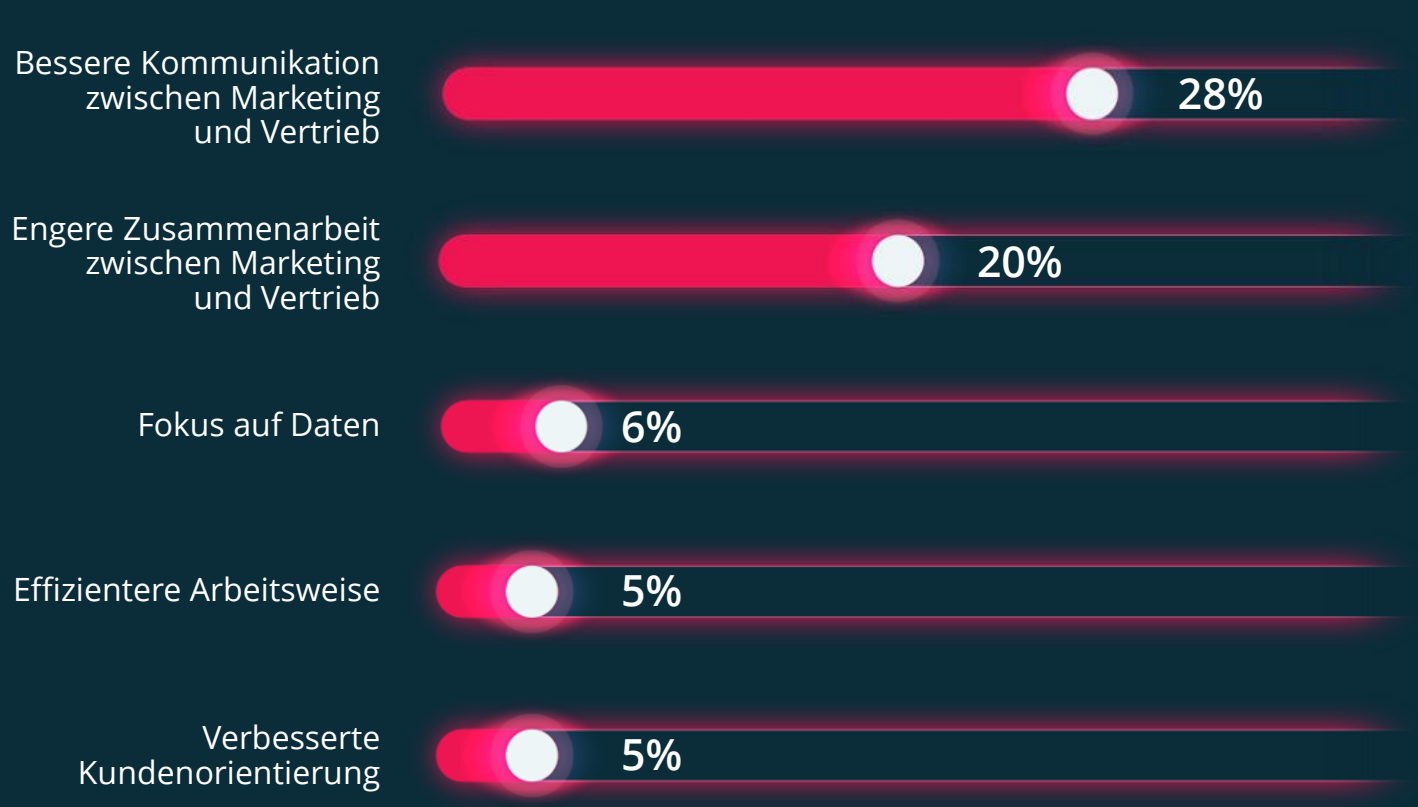
03

Collaboration Tools einsetzen.

"Mehr als 66% sehen **mindestens hohes Verbesserungspotential** in der Zusammenarbeit von Sales und Marketing."

Erfolgsfaktor #1: Verbesserte Kommunikation.

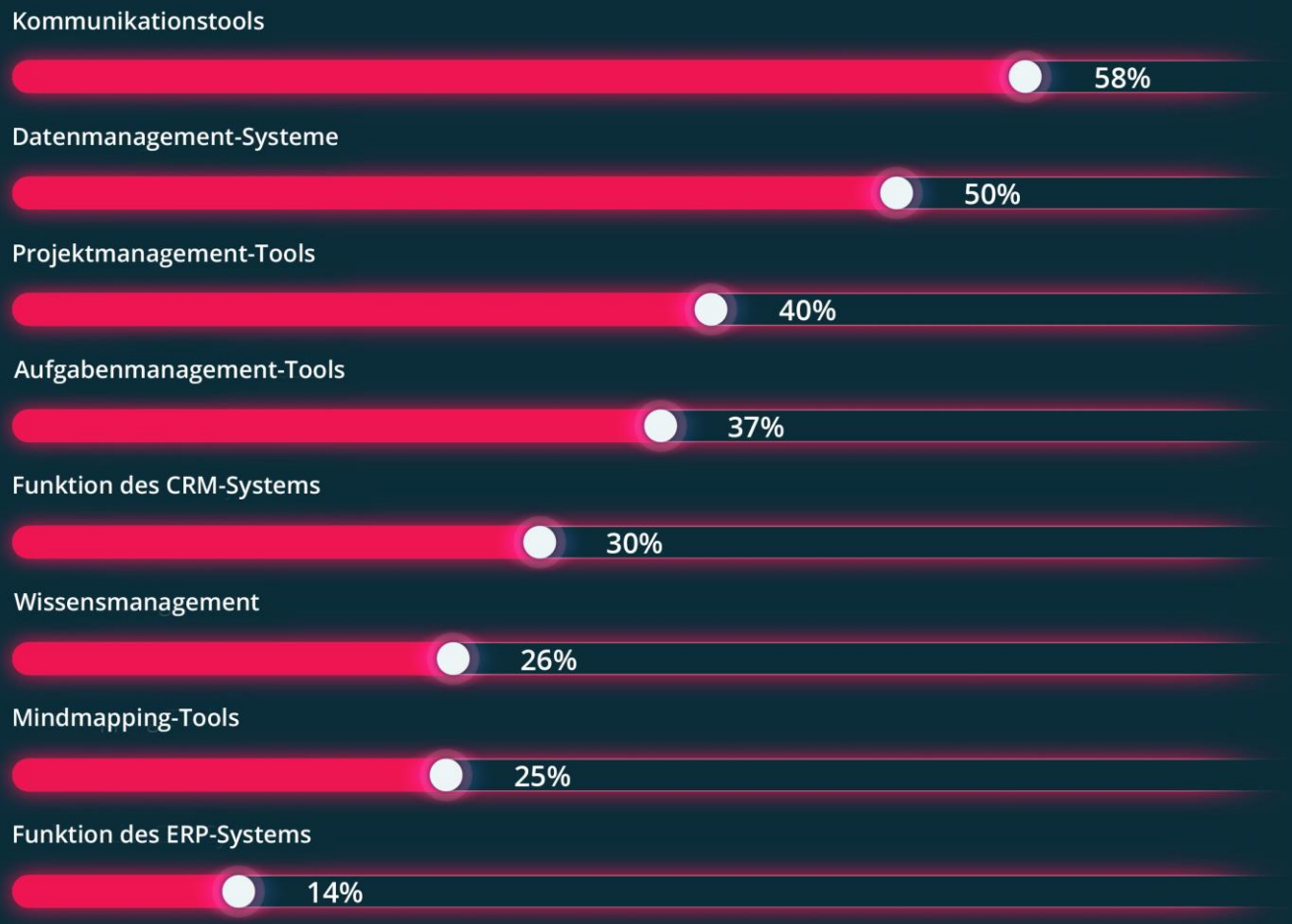
Was ist der wichtigste Faktor für die zukünftige Verbesserung der Zusammenarbeit von Marketing und Vertrieb?
n=109



- Es wird eine bessere Kommunikation und engere Zusammenarbeit zwischen Marketing und Vertrieb gefordert.

Kommunikation benötigt digitale Instrumente.

Welche digitalen Tools werden eingesetzt, um die Zusammenarbeit zwischen Marketing und Vertrieb zu unterstützen? (Mehrfachnennung möglich)
n=250



- Durch digitale Tools wird Kommunikation zwischen den Abteilungen instrumentalisiert.
- Hohe Bedeutung von Datenaggregation und Bereitstellung von Daten für die Analyse.
- Die projektbezogene Kommunikation kann u.a. im CRM-System abgebildet werden.

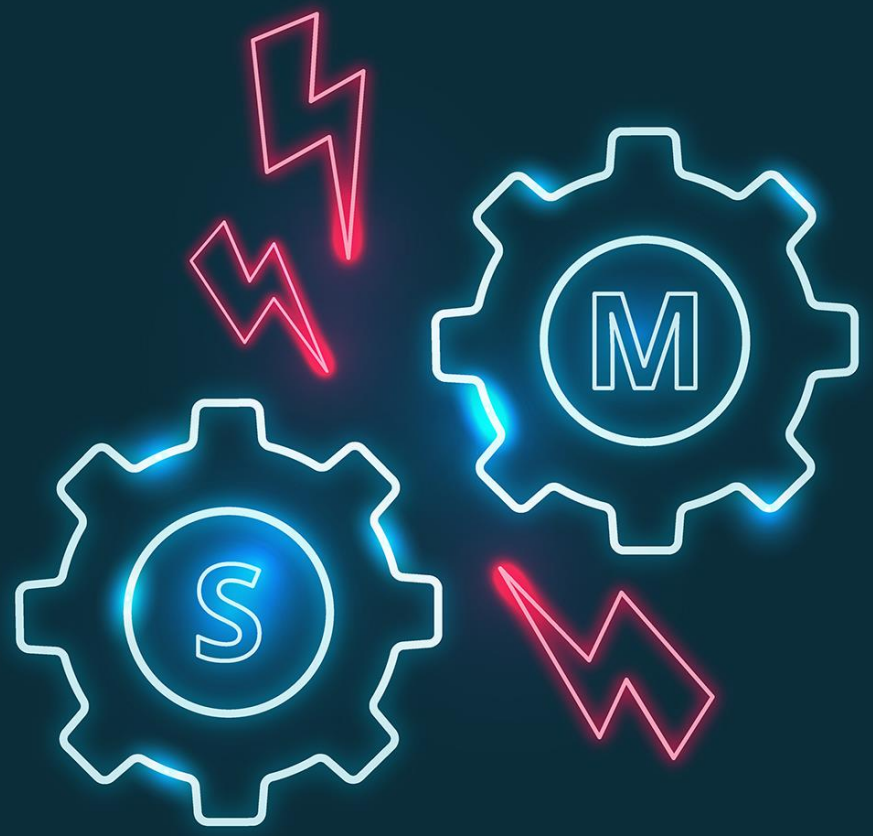
50% bestätigen:

Arbeitsprozesse und Organisation von Marketing und Vertrieb werden in Zukunft enger abgestimmt.

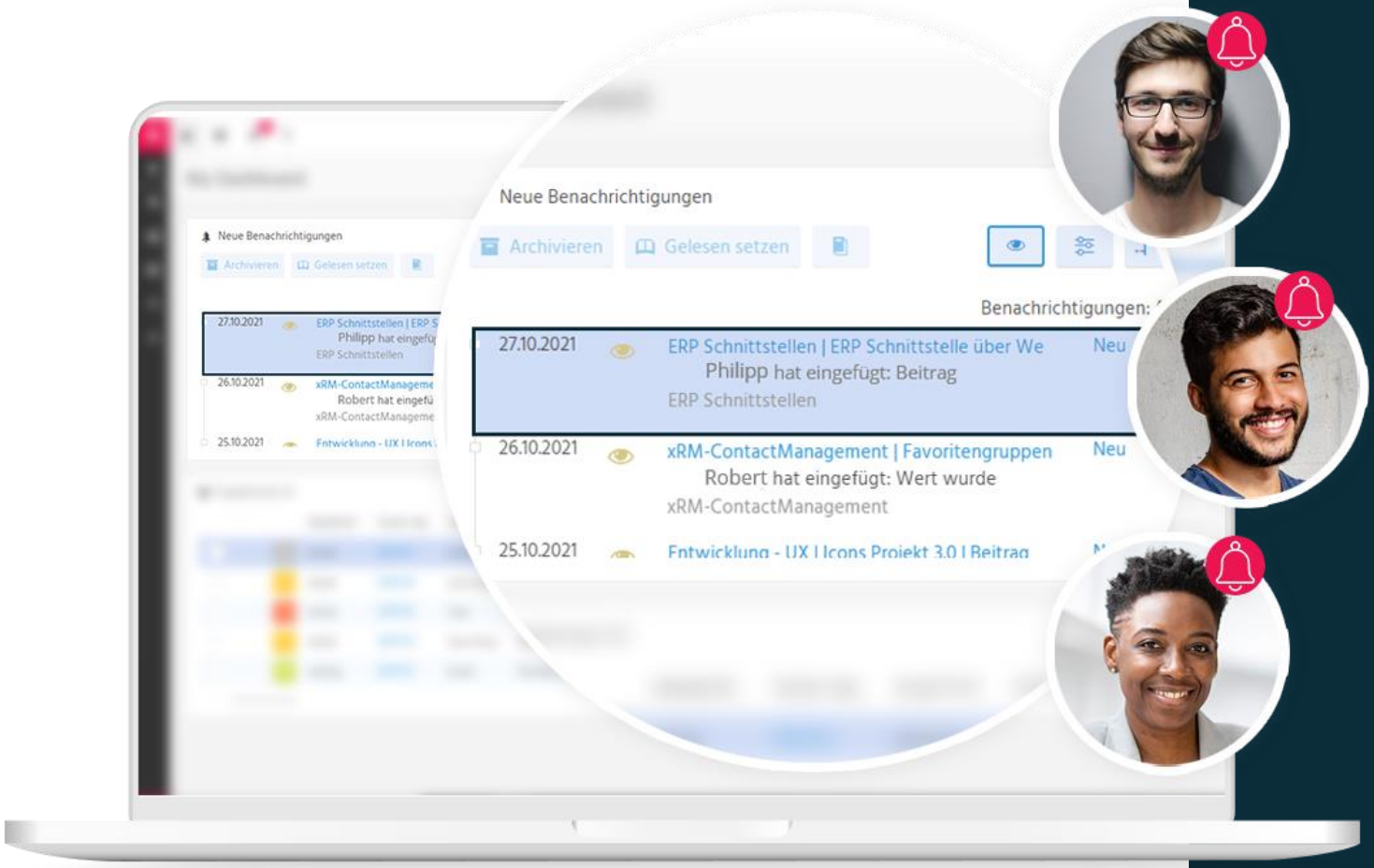
40% bestätigen:

Marketing wird in Zukunft selbstständig Leads für den Vertrieb generieren. Gemeinsame Datennutzung steigt.

Sales und Marketing haben hohes Potenzial bei der Verbesserung der Zusammenarbeit insbesondere durch die Nutzung von gemeinsamen Projekttools.

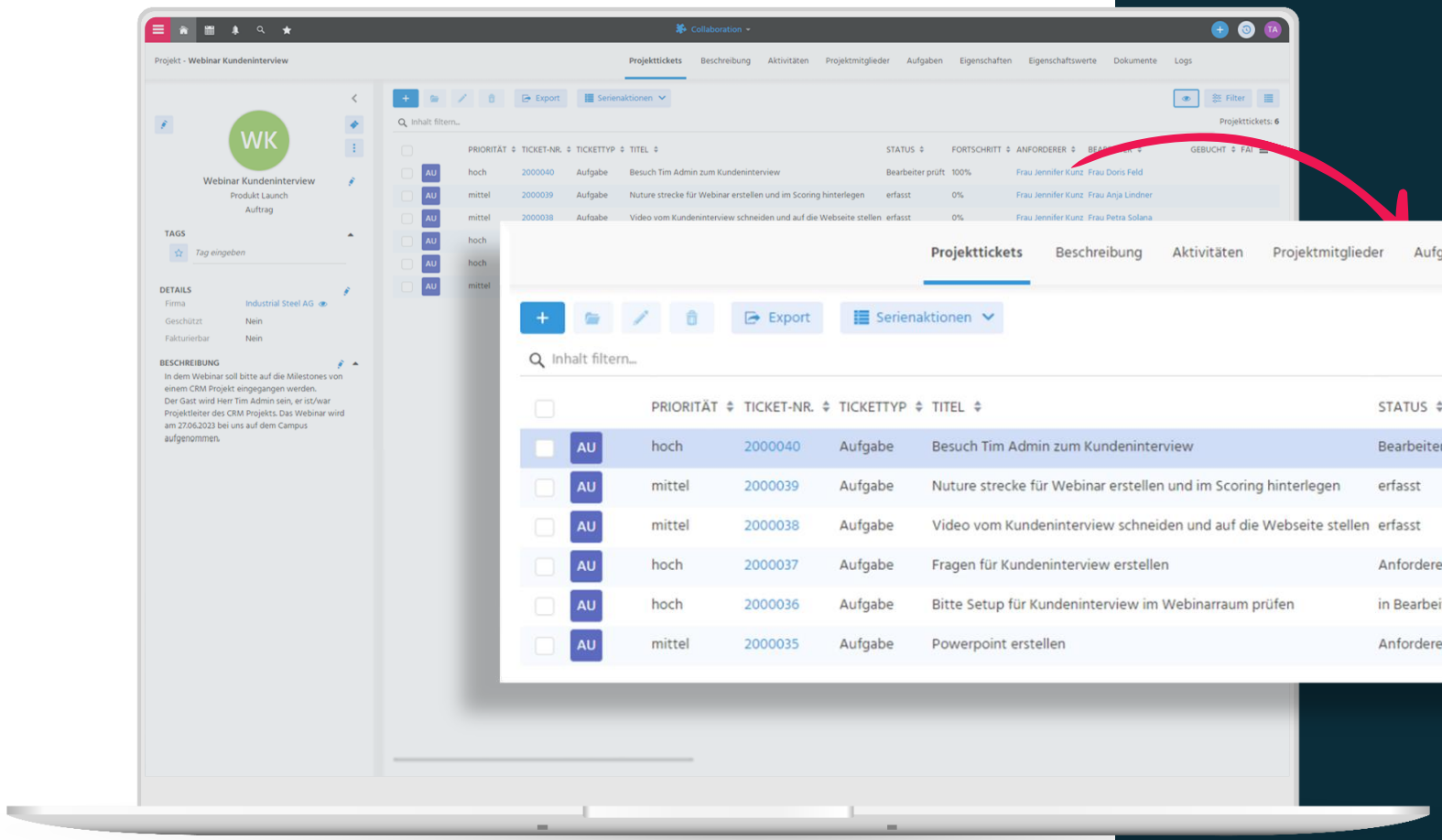


Effiziente Collaboration



- Themenbasiertes Arbeiten in Projekten und Tickets
- Newsfeed & Beobachtungen
- Zentrale Dokumente

Collaboration



Smarketing

Die Zukunft von **Sales** und **Marketing**

Dr. Mirjam Ringer

m.ringer@adito.de

Jetzt kostenfrei downloaden!

adito.de/smarketing

ADITO