

# PRESSEMITTEILUNG

## Pressekontakt

Andrea Scheibl  
Director of Marketing,  
Miller Heiman Europe GmbH  
[ascheibl@millerheiman.com](mailto:ascheibl@millerheiman.com)  
Tel.: 09621 91770 17

Melanie Vijoglavic  
Freie Journalistin  
[melanie@kommunikation-mv.com](mailto:melanie@kommunikation-mv.com)  
Tel.: 0179 2396261

## Die neuesten Ergebnisse der MHI Global Verkaufsstudie 2014 legen „Best Practices“ der Weltklasse-Vertriebsorganisationen offen

**Amberg, 28. Juli 2014** – Die zum elften Mal in Folge durchgeführte, weltweit anerkannte und größte B2B-Vertriebsstudie „Sales Best Practice“ des MHI Research Institute, ehemals Miller Heiman Research Institute, untersuchte bei ihrer letzten Umfrage die entscheidenden Verhaltensweisen von Verkaufsorganisationen, die zu einer Weltklasse-Vertriebsleistung führen. Dies beinhaltete Fragestellungen zu den Themen Neukundengewinnung, durchschnittlicher Kundenumsatz, Erreichen der Verkaufsvorgaben sowie Forecast-Genauigkeit. In all diesen Vertriebskennzahlen überragten die als Weltklasse-Vertriebsorganisationen definierten Unternehmen die anderen um mehr als 22 Prozent. Die Studie geht näher auf die Firmenkriterien ein, die es benötigt, um eine Weltklasse-Vertriebsleistung in der gesamten Vertriebsorganisation zu erreichen und aufrechtzuerhalten sowie eine leistungsorientierte Unternehmenskultur zu etablieren. Die Einblicke, die die Best Practices Studie in Vertriebsorganisationen gewährt, unterstützen Vertriebsleiter in ihren Benchmark-Analysen.

Im Jahr 2013 fand die Untersuchung drei Merkmale von Weltklasse-Vertriebsorganisationen heraus, die jeweils einer kulturellen Komponente entsprechen, welche das Verhalten und die Einstellungen des Unternehmens steuern: „Der Kunde – Dreh- und Angelpunkt“, „die ganzheitliche Kultur“ und „der bewusste Erfolg“ sind die Eckpfeiler einer leistungsorientierten Unternehmenskultur im Vertrieb. Aufbauend auf diese Unternehmensmerkmale hat die Analyse der Daten von 2014 drei entscheidende Kategorien von Verhaltensweisen im Vertrieb ergeben, die eine Weltklasse-Vertriebsleistung ausmachen. Dabei legen die neusten Studien-Ergebnisse diese drei Schlüssel-Verhaltensweisen offen:

1. Perspektive bieten: Wie geht eine Verkaufsorganisationen auf ihre Bestandskunden und potenzielle Neukunden zu, um ihnen eine einzigartige Perspektive zu bieten?
2. Bewusste Zusammenarbeit: Wie organisiert sich ein Unternehmen, um effektive Zusammenarbeit in der Verkaufsorganisation zu ermöglichen?
3. Verantwortung für die Leistung: Was misst, würdigt und belohnt eine Verkaufsorganisation, um Leistung voranzubringen?



Wie kann sich eine Organisation verhalten um in die Weltklasse aufzuschließen? Dazu analysiert die Studie strategisch folgende Erfolgskriterien für Unternehmen – bei denen die Weltklasse stets einen Vorsprung um mehr als 22 Prozent aufzeigt:

- Wie verändern Technologien – ausgerichtet auf Social Selling – das Generieren von qualifizierten Verkaufschancen (Initiativen zur Steigerung der Anzahl qualifizierter Verkaufschancen)?
- Wie kann der Verkaufsprofi einen Wissensvorsprung erreichen (Initiativen zur Neukundengewinnung)?
- Wie können Vertriebsprofis ihre Kundenbeziehungen managen und verbessern (Initiativen zur Steigerung des durchschnittlichen Kundenumsatzes)?
- Wie können Vertriebsorganisationen auf ihre Kunden zugehen beziehungsweise verschiedene „Go-to-Customer-Modelle“ managen (Initiativen zum Kundenwachstum im Vergleich zum Vorjahr)?
- Wie kann das Verstehen des Kundenumfelds dem Verkäufer helfen, eine Perspektive aufzuzeigen (Initiativen zum besseren Erreichen der Zielvorgaben)?

- Wie verbessert Forecast-Genauigkeit und Vertrauen in den Trichter die Leistung (Initiativen zur Verbesserung der Forecast-Genauigkeit)

Die ausführliche „Executive Summary“ der MHI Global Sales Best Practices-Studie 2014 ist in deutscher und in englischer Sprache verfügbar. Außerdem haben Sie Zugang zu einer Webinar-Aufzeichnung in deutscher Sprache, durchgeführt von Tamara Schenk, Research Director. Frau Schenk steht des Weiteren jederzeit für ein Interview zur Verfügung. Bitte kontaktieren Sie uns diesbezüglich.

Link zum Webinar: <http://app.brainshark.com/millerheiman/vu?pi=zGmzbTmJlzfH4Az0>.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.millerheiman.eu](http://www.millerheiman.eu) / [www.MHIGlobal.com](http://www.MHIGlobal.com).

## **Über MHI Global**

MHI Global ist ein führendes, weltweit tätiges Unternehmen, das sich der Verbesserung der Vertriebsleistung und der Kompetenzen im Kundenmanagement verschrieben hat. Die unübertroffenen Fähigkeiten und Lösungen erwachsen aus dem vereinten Fachwissen und den Erfahrungen der führenden Unternehmen, aus denen MHI Global besteht – Miller Heiman, AchieveGlobal, Huthwaite, Channel Enablers und Impact Learning Systems. Gemeinsam vertreten diese Unternehmen die konsequente Haltung, dass alle Kundenbeziehungen auf Zusammenarbeit basieren und von den speziellen Bedürfnissen und Herausforderungen jedes einzelnen Kunden gesteuert werden sollten.

Unterstützt durch die praktische Erfahrung passionierter Vertriebsprofis steuert MHI Global erstklassiges Fachwissen und praktische Erfahrung bei allen Aspekten des Verkaufs- und Kundenmanagementprozesses bei. MHI Global unterstützt Firmen in allen vertikalen Märkten weltweit beim Aufbau und dem langfristigen Erhalt kundenorientierter, leistungsstarker Unternehmen, die in der Lage sind, ein profitables, planbares Spitzenwachstum einzufahren. Mehr Informationen unter [www.MHIGlobal.com](http://www.MHIGlobal.com).

## **Über MHI Global Research Institute**

Das MHI Research Institute (ehemals Miller Heiman Research Institute) ist ein unabhängiges Forschungsunternehmen, das sich der Verbesserung der Leistung und der Produktivität von komplexen B2B-Vertriebsorganisationen verschrieben hat. Das Institut hilft ihren Mitgliedern, Verkaufsstrategien zu entwickeln und zu verfeinern, indem es Untersuchungen anbietet, die zum Nachdenken anregen sowie kritische Analysen und Benchmarks zum Vergleich mit Weltklasse-Vertriebsorganisationen und – mithilfe unseres Beratungsservices – individuelle Erkenntnisse zu strategischen Fragen ermöglicht. Durch die ausführliche Erforschung der Best Practices, Strategien und Rahmenentscheidungen einer Weltklasse-Vertriebsleistung hilft das Institut ihrem Kunden, die Erkenntnisse in ihren jeweiligen Unternehmen umzusetzen: über die Veröffentlichung von Untersuchungen, Keynotes und Präsentationen sowie durch den Beratungsservice. Für weitere Informationen besuchen Sie bitte [www.millerheiman.com/research\\_institute](http://www.millerheiman.com/research_institute).

# # #