



GLOBAL

MILLER  
HEIMAN®  
An MHI Global Company

# PRESSEMITTEILUNG

## Pressekontakt

Monika Götzmann  
Director Marketing EMEA  
MHI Global  
mgoetzmann@mhiglobal.com  
Tel.: 09621 91770 17

Melanie Vijoglavic  
Freie Journalistin  
melanie@kommunikation-mv.com  
Tel.: 0179 2396261

## Die neuesten Ergebnisse der MHI Global Verkaufsstudie 2015 „Entschlüsseln der Entscheidungsdynamik: Überzeugen von Geschäftskunden“ legen „Best Practices“ der Weltklasse-Vertriebsorganisationen offen

**Amberg, 22. Juli 2015** *„Entschlüsseln der Entscheidungsdynamik: Überzeugen von Geschäftskunden“ lautet Titel und Intention der Untersuchungen bei der zum zwölften Mal in Folge durchgeführten, weltweit anerkannten und größten B2B-Vertriebsstudie „2015 MHI Sales Best Practices Studie“ des MHI Research Institut. Dreh- und Angelpunkt sind dabei die steigenden Kundenerwartungen und wie Weltklasse-Vertriebsprofis diese erfolgreich adaptieren.*

*Die MHI Sales Best Practices Studie erfasst und misst in erster Linie Verhaltensweisen, Merkmale und Leistungen von Weltklasse-Vertriebsprofis. Sie bildet die Grundlage für Benchmark-Analysen von Unternehmen im direkten Vergleich zu den Weltklasse-Vertriebsprofis und weiteren Datensegmenten - wie zum Beispiel Branchen, Regionen oder Aufgaben im komplexen Vertrieb.*

Während die Analysen 2013 die organisatorischen Merkmale von Weltklasse-Vertriebsorganisationen und 2014 die Verhaltensweisen einer Weltklasse-Vertriebsprofis identifizierten, liegt der Fokus der Sales Best Practice Studie 2015 auf dem veränderten Kundenverhalten - welches sich von 2014 auf 2015 sprunghaft verändert hat. Die Untersuchungen ergeben diese entscheidenden Veränderungen der Käufer:

- Kunden entscheiden, auf welche Weise und zu welchem Zeitpunkt sie mit einem Vertriebsmitarbeiter **in Verbindung treten** wollen. Ihr „Customer Journey“, ihr Problemlösungs- und Einkaufsprozess, ist dabei die entscheidende Größe. Die Formalisierung dieser Kundenprozesse hat in der Wahrnehmung der Weltklasse Vertriebsprofis sprunghaft zugenommen (61 % im Vergleich zum dem Fünf-Jahresdurchschnitt von 45 %).
- Ebenso bestimmen Kunden, wie sie mit Vertriebsmitarbeitern **zusammenarbeiten** wollen und noch wichtiger: sie entscheiden auch, wie Mehrwert **kalkuliert** wird. Was eine klare Absage an ausschließlich „produktfokussierte“ Kosteneinsparungen und ROI-Kalkulationen (Return on Investment Kalkulationen) bedeutet. Entscheidend ist, was diese Einsparungen in der Kalkulation des Kunden bewirken, was sie für die kundenrelevanten Finanzkennzahlen bedeuten

Wie kann sich eine Organisation verhalten um in die Weltklasse aufzuschließen? Die Studienergebnisse zeigen, dass Weltklasse-Vertriebsprofis genau wissen, wie mit dieser wachsenden Komplexität und den steigenden Kundenerwartungen umzugehen ist. Sie involvieren mehr Entscheidungsträger und Stakeholder um Vorhaben zu gewinnen als je zuvor (5,8 Personen im Vergleich zu allen anderen Organisationen, die „nur“ 4,6 Personen involvieren). Aber damit nicht genug, Weltklasse-Vertriebsprofis binden auch mehr Kollegen in der eigenen Organisation ein (4,4 Personen im Vergleich zu allen anderen mit 3,8): Mehr Personen auf beiden Seiten führt zu mehr Komplexität und erfordert eine erfolgreiche Zusammenarbeit bei der Weltklasse. So nehmen die Profis zwar leicht längere Verkaufszyklen wahr (+2,8 %), aber weisen dafür deutlich bessere Kundenbindungsraten (+5,4 %) auf und erreichen eine 23 % bessere Vertriebs-Performance (gemessen an Kriterien, wie: durchschnittlicher Kundenumsatz, Neukundengewinnung, qualifizierte Verkaufschancen, Forecast-Genauigkeit, jährlicher Kundenzuwachs, Erreichung der Verkaufsquoten, etc.).

Die ausführliche „Executive Summary“ der 2015 MHI Sales Best Practices Studie ist in deutscher und in englischer Sprache verfügbar. Ansprechpartnerin für Pressearbeit und Marketing ist Frau Monika Götzmann, unter Telefon 09621 91770 17 oder per E-Mail unter [emeamarketing@mhiglobal.com](mailto:emeamarketing@mhiglobal.com). Außerdem steht Ihnen Frau Tamara Schenk, Research Director vom MHI Research Institut, des Weiteren jederzeit für Fragen und ein Interview zur Verfügung. Bitte kontaktieren Sie Frau Götzmann diesbezüglich. Weitere Informationen erhalten Interessierte unter [www.millerheiman.de](http://www.millerheiman.de) / [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, 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 erhalten Sie unter [www.MHIGlobal.com](http://www.MHIGlobal.com).

## **Über Miller Heiman – The Sales Performance Company**

Miller Heiman ist weltweit führend auf dem Gebiet der Leistungssteigerung im Vertrieb und fungiert seit mehr als 35 Jahren als wegweisende Ressource für Führungskräfte im Vertrieb. Mit der Erfahrung aus mehr als 20.000 Kunden-Projekten und der Arbeit mit über 1.5 Millionen Alumni helfen wir Unternehmen dabei, effiziente und strukturierte Vorgehensweisen im Vertrieb zu entwickeln, die auf Best Practices basieren und darauf abzielen, Abschlussraten zu erhöhen, Verkaufszyklen zu reduzieren und Kosten im komplexen B2B-Vertriebsumfeld zu minimieren.

Unsere Kunden profitieren dabei von unserem praxiserprobten Weltklasse-Vertriebssystem und wiederholbaren Methoden, die unsere intensiven Forschungsarbeiten sowie einen präzisen und kundenorientierten Ansatz nutzen, um nachhaltige Resultate zu erzielen. Mit Niederlassungen auf der ganzen Welt (USA, Deutschland, UK und Australien) liefert Miller Heiman beständige und zeitgemäße Vertriebslösungen. Weiterführende Informationen finden Sie unter: [www.millerheiman.de](http://www.millerheiman.de).

## **Über MHI 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 <http://mhiresearchinstitute.com/>.