



# AfM-Whitepaper „Berufsbilder im Vertrieb“

Ergebnisse des AfM-Arbeitskreises B-to-B-Marketing / Vertrieb

3. Mai 2018

Prof. Dr. Markus Besenbeck  
Hochschule für angewandte Wissenschaften  
Würzburg-Schweinfurt

Prof. Dr. Enrico Purle  
Duale Hochschule Baden-Württemberg  
Mosbach, Campus Bad Mergentheim

---

# Gliederung

- 1 Zielstellung des Whitepapers „Berufsbilder im Vertrieb“
- 2 Systematisierung der Einsatzbereiche/-felder und Aufgabenschwerpunkte
- 3 Einordnung der 20 identifizierten Berufsbilder nach Aufgabenschwerpunkten und Berufserfahrung
- 4 Kurzvorstellung der 20 Berufsbilder im Vertrieb (alphabetisch)
- 5 Typische Kompetenzanforderungen an Vertriebsmitarbeiter
- 6 Kontaktinformationen

# Zielstellung des Whitepapers „Berufsbilder im Vertrieb“

1

- Trotz einer hohen Nachfrage der Wirtschaft nach professionell ausgebildeten Absolventinnen und Absolventen mit Schwerpunkt Vertrieb ist das Angebot der Hochschulen und Universitäten an spezialisierten Studiengängen und Studienschwerpunkten in diesem Bereich begrenzt.
- Auch bei Studierenden zeigt sich, verglichen mit der weit größeren Studienrichtung Marketing, häufig eine zurückhaltende Nachfrage nach akademischen Studienangeboten zum Thema Vertrieb.
- Eine der Ursachen ist eine teilweise verzerrte und eingeengte Sicht auf Berufsperspektiven und Einstiegspositionen im Vertrieb, die oft überlagert ist von der weithin bekannten Sicht der „Verkäufers“.
- Um hierzu ein vollständigeres Bild zu vermitteln, hat der AfM-Arbeitskreis „B-to-B-Marketing / Vertrieb“ einen Überblick über 20 Berufsbilder im Vertrieb entwickelt, deren Einsatzbereiche systematisiert, typische Aufgaben zusammengefasst und wesentliche Anforderungsprofile kurz darstellt.
- Somit ist das Ziel dieses Whitepapers, sowohl mögliche Einstiegspositionen für Absolventinnen und Absolventen als auch interessante Entwicklungsmöglichkeiten im Vertrieb aufzuzeigen.

# Systematisierung der Einsatzbereiche

- Um die zahlreichen verschiedenen Berufsbilder überschaubar zu systematisieren, wurde ein Schema entwickelt. Anhand von zwei Achsen
  - Verkauf vs. Unterstützende Vertriebsprozesse und
  - Strategische vs. Operative Ausrichtung

werden die jeweiligen Berufsprofile anhand ihrer wesentlichen typischen Tätigkeitsschwerpunkte eingeteilt.

- In der Regel beinhalten Berufsbilder Aufgaben aller vier inhaltlichen Schwerpunkte. Die Positionierung auf den jeweiligen Achsen stellt daher die jeweilige qualitative Einordnung zwischen den beiden Polen dar, um die Anteile der typischen Aufgabenschwerpunkte zu visualisieren.
- Aufgrund der sehr vielfältigen, unternehmensindividuellen Interpretation von Jobprofilen kann die folgende Systematik lediglich einen Anhaltspunkt geben und keinen Anspruch auf Allgemeingültigkeit oder Repräsentativität erheben.
- Typische grundlegende Kompetenzanforderungen an Vertriebsmitarbeiter werden in den einzelnen Qualifikationsprofilen nicht gesondert genannt, sondern im Abschnitt 5 dieser Veröffentlichung gesammelt dargestellt.

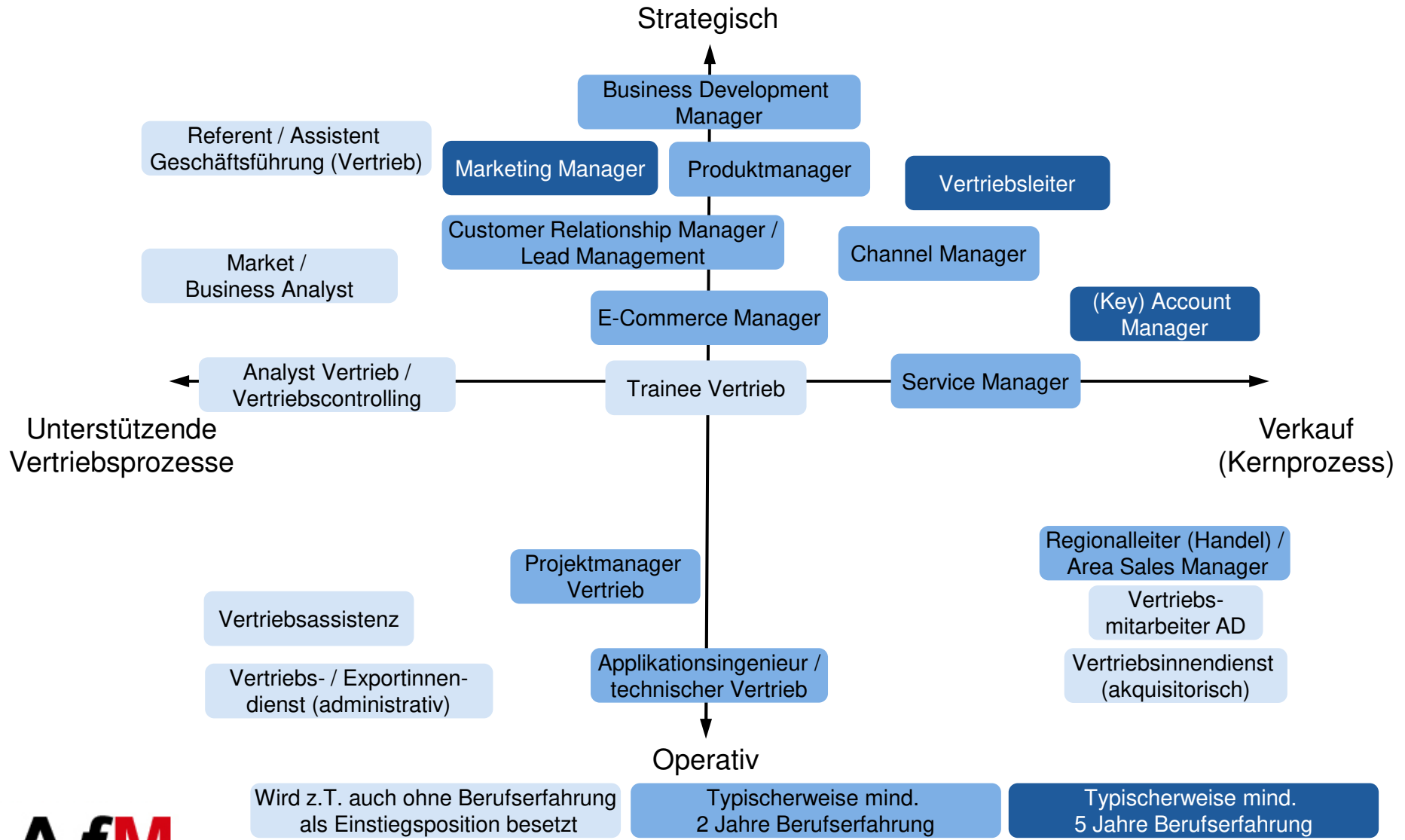
# Systematisierung der Einsatzfelder im Vertrieb: Einordnung der Aufgabenschwerpunkte

2

Strategisch	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aktivitäten, die den Fokus des zukünftigen (operativen) Geschäfts durch die Aufstellung in Märkten oder der Kompetenzen beeinflussen.</li><li>• Aktivitäten, die eher größere Teile des Vertriebs bzw. Unternehmens betreffen.</li><li>• Aktivitäten mit eher langfristigem Horizont.</li><li>• Aktivitäten mit eher individuellem, projektartigem oder planendem Charakter.</li></ul>
Operativ	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aktivitäten, die im aktuellen Kerngeschäft verankert sind und Ist-Kennzahlen zur Geschäftsentwicklung beeinflussen.</li><li>• Aktivitäten, die die typischen vertrieblichen Wertschöpfungsprozesse betreffen.</li><li>• Aktivitäten mit eher kurzfristigem Horizont.</li><li>• Aktivitäten haben regelmäßigen, häufig wiederkehrenden Charakter („Tagesgeschäft“).</li></ul>
Vertriebskernprozess (insb. Verkauf)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Wesentliche Teilprozesse: Neukundengewinnung &amp; Kundenbindung.</li><li>• Prozesse, die typischerweise direkt eine Kundenentscheidung herbeiführen.</li><li>• Prozesse, die einen signifikanten Umsatzbeitrag durch die direkte Interaktion mit dem Kunden generieren.</li></ul>
Unterstützende Vertriebsprozesse	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prozesse, deren Ergebnis nicht in direktem Zusammenhang mit Entscheidungen beim Kunden steht (Kauf- oder Wiederkaufentscheidung).</li><li>• Prozesse, die typischerweise keine direkte Kundeninteraktion enthalten.</li><li>• Prozesse, die den Kernprozess in Effektivität oder Effizienz verbessern.</li></ul>

# Einordnung der Berufsbilder im Vertrieb nach Aufgabenschwerpunkten und Berufserfahrung

3



# Analyst Vertrieb / Vertriebscontrolling

Einstieg

## Häufige Aufgaben:

- Analyse und Durchführung von kontinuierlichen Verbesserungsprojekten im gesamten Vertriebsprozess (häufig mit Bezug zur IT-Landschaft) sowie Marktanalysen
- Erhebung, Homogenisierung und Gestaltung der Vertriebsprozesse sowie deren Abbildung im CRM-System und angrenzenden Vertriebs- und Marketingsystemen
- Operative Beratung der Vertriebsorganisation durch die Erstellung von Analysen, Reports, Forecasts, Potenzialanalysen etc., häufig mit Bezug zum Vertriebscontrolling
- Management des vertrieblichen KPI Systems
- Überführung der Vertriebsdaten in entscheidungsfähige Customer Intelligence Informationen

## Häufige Qualifikationen:

- Hochschulabschluss (kaufmännisch oder Informatik/Wirtschaftsinformatik)
- Idealerweise erste Berufserfahrung aus den Bereichen Vertrieb, Vertriebssysteme, Business Analytics oder Vertriebscontrolling
- Hohe analytische Fähigkeiten zur Verdichtung von Informationen, Zahlenaffinität
- Starke prozess- und effizienzorientierte Denkweise

# Applikationsingenieur / technischer Vertrieb

> 2 Jahre

## Häufige Aufgaben:

- Applikationsunterstützung der Kunden speziell bei erklärungsbedürftigen und kundenspezifischen Produkten und Services
- Einbringung technischer Expertise und Beratung über die Applikationen im gesamten Vertriebsprozess für Kunden und den eigenen Vertrieb
- Koordination von (technisch) orientierten Kundenanfragen als Schnittstelle zwischen Vertrieb, Entwicklung und Operations
- Identifizierung neuer Kundenbedarfe sowie Ausarbeitung von Angeboten
- Teilweise Projektleitung bei Inbetriebnahmen
- Durchführung von Kundens Schulungen und Vorstellung neuer Funktionalitäten

## Häufige Qualifikationen:

- In der Regel technischer Hochschulabschluss mit Berufserfahrung
- Praktische Erfahrungen in Entwicklung und Verkauf von kundenorientierten Lösungen
- Präsentationssicherheit, Beratungskompetenz, hohe Reisebereitschaft, Lösungsorientierung und kundenorientiertes Arbeiten bei gleichzeitiger Ertragsorientierung



# Business Development Manager

> 2 Jahre

## Häufige Aufgaben:

- Entwicklung neuer Geschäftsideen und Identifikation neuer Geschäftsfelder und Märkte (Produkte, Prozesse, Geschäftsmodelle, Internationalisierung, Digitalisierung etc.)
- Durchführung strategischer Analysen zu aktuellen und künftigen Wachstumsoptionen: Markttrends, Wettbewerber, SWOT, Kernkompetenzfelder etc.
- Erarbeitung aussagekräftiger Managementempfehlungen mit Business Cases
- Leitung strategischer Initiativen und operative Umsetzung in Geschäftsentwicklungsprojekten
- Identifikation potenzieller Kooperationspartner und Aufbau strategischer Partnerschaften

## Häufige Qualifikationen:

- Hochschulabschluss (meist kaufmännisch) mit hoher betriebswirtschaftlicher Kompetenz
- Mehrjährige praktische Erfahrungen in strategisch orientierten Unternehmensbereichen wie Strategie, Business Development, Corporate Development, Innovationsmanagement etc. und/oder Erfahrungen aus dem Beratungsumfeld
- Hervorragende analytische und beratungsorientierte Fähigkeiten
- Projektmanagementenerfahrung, Kommunikations- und Moderationserfahrung

# Channel Manager

> 2 Jahre

## Häufige Aufgaben:

- Planung, Koordination und Kontrolle eines oder mehrerer Vertriebskanäle zur Optimierung von Absatz und Vertriebskosten und Vermeidung von Vertriebskanalkonflikten
- Identifikation und Gewinnung von neuen Kunden, Vertriebspartnern und Partnernetzwerken
- Durchführung von Analysen über Kunden, Kaufverhalten und interne Prozesse im Offline- und Online-Vertrieb sowie Umsetzung von Aktivitäten zur Verbesserung der Conversion
- Konzeption und Durchführung kanalspezifischer Marketingstrategien sowie Steuerung von Budgets, Ressourcen und Preisen sowie Überwachung mit geeigneten Reportings
- Koordination zwischen verschiedenen Abteilungen und ggf. Ländergesellschaften
- Projektleitung oder Mitarbeit in Projekten im digitalen Umfeld von E-Commerce, Apps und Omni-Channel-Lösungen

## Häufige Qualifikationen:

- Hochschulabschluss (kaufmännisch, Wirtschaftsinformatik)
- Mehrjährige Erfahrungen in den Bereichen Channel Management, Business Development, Vertriebs- & Partnermanagement oder Marketing sowie digitale Vermarktungsplattformen
- Gute Markt- und Produktkenntnisse, hohes Kundenverständnis, Ergebnisorientierung

# Customer Relationship Manager / Lead Management

> 2 Jahre

## Häufige Aufgaben:

- Entwicklung und Umsetzung der CRM Strategie und des operativen CRM/Direktmarketing
- Kanalübergreifende Entwicklung von Kundensegmentierungen, Kommunikationsstrategien und Kampagnen für Lead Generierung und Lead Nurturing
- Auswertung der Buyer Personas, deren Customer Journey und der Touchpoints
- Planung, Durchführung und Überwachung von onlinebasierten Kampagnen mit CRM, E-Mail, Social Media, Mobile Marketing etc., u.a. mit Marketing-Automation-Methoden
- Steuerung der Content-Entwicklung und des Content-Marketing-Prozesses
- Übernahme von Schnittstellenfunktionen zwischen Marketing und Vertrieb
- Auswertung von Analysen, KPIs, und Reports und Ableitung von Handlungsempfehlungen

## Häufige Qualifikationen:

- Hochschulabschluss (kaufmännisch, Wirtschaftsinformatik oder Medienmanagement)
- Mehrjährige Erfahrung mit Online-Marketing, CRM-Tools, Marketing Automation und/oder Kampagnenmanagement und den entsprechenden Tools mit hoher IT-Affinität
- Sehr gute Kommunikationsfähigkeit und analytisches Denkvermögen

# E-Commerce Manager

> 2 Jahre

## Häufige Aufgaben:

- Definition der E-Commerce-Strategie für Produktbereiche oder Marken
- Konzeption und Weiterentwicklung der E-Commerce-Plattform unter Berücksichtigung der IT-Infrastruktur (ERP, CRM, Marketing Automation etc.)
- Verantwortung für die Customer Journey entlang der Touchpoints, Reichweitengenerierung und Conversion-Optimierung auch im internationalen Kontext
- Entwicklung digitaler E-Commerce-Geschäftsmodelle und Produktideen
- Gestaltung der partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit Online-Kooperationspartnern
- Koordination und Umsetzung von Online-Werbekampagnen mit KPI-Reportings

## Häufige Qualifikationen:

- Hochschulabschluss (Wirtschaftsinformatik/E-Commerce/Informatik, kaufmännisch)
- Mehrjährige Erfahrungen im E-Commerce und Performance-Marketing sowie Kenntnisse im Umgang mit Shop-, CMS-, PIM-Systemen, Web-Analyse-Tools, SEO/SEA, User Experience
- Starke strategische, analytische und konzeptionelle Fähigkeiten
- Hohe Koordinationsfähigkeit, Kennzahlorientierung, strukturiertes Denken

# (Key) Account Manager

> 5 Jahre

## Häufige Aufgaben:

- Betreuung der Schlüsselkunden in allen Fragen des Kundenbeziehungsmanagements
- Akquise von Neugeschäft für Folgeprojekte/-verträge, Cross- oder Up-Selling und Verhandlung der dazugehörigen (Rahmen-) Verträge
- Akquisition neuer Key Accounts bzw. Aufbau von Kunden zu Schlüsselkunden
- Erster Ansprechpartner des Kunden zur internen Sicherstellung der Produkt- und Projektabwicklungen und Einleiten von Gegenmaßnahmen bei Störungen (z.B. Lieferverzug)
- Kommerzielle Umsatz- und DB-Verantwortung für die zugewiesene Kundenbasis
- Etablierung einer stabilen langjährigen Kundenbeziehung mit Durchdringung der Kundenorganisationsstruktur

## Häufige Qualifikationen:

- Hochschulabschluss (je nach Branche eher technisch oder eher kaufmännisch) oder kaufmännische Weiterbildung im Vertrieb mit langjähriger Erfahrung
- Mehrjährige Vertriebserfahrungen in der Betreuung von Kunden zur Geschäftsentwicklung
- Organisatorisches Verständnis der eigenen und der Kunden-Organisation
- Kommunikationsstärke, Verhandlungsgeschick und Kenntnisse im Vertragsrecht

# Market / Business Analyst

Einstieg

## Häufige Aufgaben:

- Systematische Beschaffung, Analyse, Interpretation und Aufbereitung von Informationen für eine fundierte Entwicklung, Durchführung und Kontrolle der Aktivitäten am Markt
- Durchführung von Kunden-, Markt-, Wettbewerbs- und Geschäftsanalysen
- Kontinuierliche Beobachtung von Schlüsselkunden, -märkten und –wettbewerbern
- Ausarbeitung von Prognosen mit geeigneten Tools wie etwa Szenario- und Trendanalysen
- Aufbereitung o.g. Daten zur Entscheidungsvorbereitung durch Business Cases
- Mitarbeit in Business-Development-Projekten

## Häufige Qualifikationen:

- Hochschulabschluss (kaufmännisch oder mathematisch)
- Erste Berufserfahrung aus den Bereichen Vertrieb, Marketing, Business Analytics oder Vertriebscontrolling wünschenswert
- Hohe analytische Fähigkeiten zur Verdichtung von Informationen, Zahlenaffinität
- Selbständig, kommunikativ, hohes Maß an Eigeninitiative

# Marketing Manager

> 5 Jahre

## Häufige Aufgaben:

- Verantwortung für die erfolgreiche Planung, Umsetzung und das Monitoring aller Aktivitäten entlang des Marketingmix und entsprechender Marketing-Kampagnen
- Ausführung von Marketing- und Kommunikationsplänen zur Stärkung des Vertriebs
- Umsetzung von Angebots- und Vermarktungsstrategien
- Strategische und operative Markenführung
- Konzeption und Steuerung der Kernbotschaften über alle genutzten Kanäle hinweg
- Budgetverantwortung und Steuerung externer Dienstleister

## Häufige Qualifikationen:

- Hochschulabschluss (kaufmännisch)
- Relevante mehrjährige Marketingerfahrung
- Umfassende Kenntnisse aktueller Marketingtrends und -Tools
- Konzeptionelle und kreative Fähigkeiten, sehr gute Kommunikations-, Präsentations- und Empathiefähigkeiten, hohe Koordinationsfähigkeit mit internen und externen Partnern

# Produktmanager

> 2 Jahre

## Häufige Aufgaben:

- Sicherstellung des Erfolgs einer Produktgruppe oder –linie über den gesamten Produktlebenszyklus; im Konsumgüterbereich speziell Verantwortung als Brand Manager
- Wahrnehmung einer Schnittstellenfunktion zwischen Technik (F&E), Marketing (Marktforschung, Kommunikation), Operations und Vertrieb
- Analyse der Produkthanforderungen, Produktdefinition, Varianten und Erstellung Lastenhefte
- Ableitung, Initiierung und Durchführung von Produktpflegemaßnahmen bis zur Elimination
- Koordination des Kampagnenmanagements für Produktlaunch oder saisonale Promotions
- Übernahme von Vertriebsaufgaben bzw. Unterstützung des Vertriebs durch detaillierte Informationen

## Häufige Qualifikationen:

- Hochschulabschluss (je nach Ausrichtung technisch oder kaufmännisch)
- Fundierte Berufserfahrung möglichst in mehreren Unternehmensbereichen
- Sicheres Gespür für Kundenbedürfnisse und interne Umsetzungsmöglichkeiten
- Methodische Kenntnisse im Produktmarketing und Vertrieb



# Projektmanager Vertrieb

> 2 Jahre

## Häufige Aufgaben:

- Identifikation, Strukturierung und Durchführung von Projekten im Bereich Vertriebs- und Service-Exzellenz in cross-funktionalen Gruppen (Vertrieb, Service, Marketing, Strategie, Business Development etc.) zur Verbesserung der Vertriebsperformance
- Etablierung Best Practices im Vertrieb
- Ermittlung von Schwachstellen und unternehmensinterne Prozessoptimierung
- Vorbereitung und Moderation von Workshops und Projektpräsentationen
- Operativ: Projektleitung für die Steuerung komplexer Angebotsprozesse

## Häufige Qualifikationen:

- Hochschulabschluss (kaufmännisch oder technisch)
- Mehrjährige Berufserfahrung im Vertrieb mit guten Kenntnissen im Bereich Sales & Service sowie der häufig eingesetzten Methoden und Tools
- Starkes Projektmanagement und Interdisziplinarität, Kreativität
- Ausgeprägte Toolkenntnisse je nach Aufgabenschwerpunkt (CRM, Data Analytics, Digitales Marketing, Customer Touchpoint Management, Webshops etc.)

# Referent / Assistent Geschäftsführung (Vertrieb)

Einstieg

## Häufige Aufgaben:

- Erarbeitung und Koordination von Entscheidungsvorlagen für das Management
- Vorbereitung von wichtigen Kundengesprächen und internen Sitzungen
- Leitung von operativen und strategischen Vertriebsprojekten
- Organisatorische Tätigkeiten für die Geschäftsführung wie z.B. Kennzahlanalysen
- Nachhalten von Aktivitäten aus Geschäftsführungsbeschlüssen
- Allgemeine Korrespondenz mit Gremien, Kunden, etc.

## Häufige Qualifikationen:

- Kaufmännischer Hochschulabschluss
- Idealerweise erste Erfahrungen im Projektmanagement oder im Beratungsumfeld
- Schnelle Auffassungsgabe und sehr gute Kommunikationsfähigkeiten
- Hohe Sozialkompetenz, Vertrauenswürdigkeit und Engagement
- Strategisches Denkvermögen

# Regionalleiter (Handel) / Area Sales Manager

> 2 Jahre

## Häufige Aufgaben:

- Umsatzverantwortung für ein regionales Verkaufsgebiet sowie Budgetverantwortung
- Speziell Handel: Operative Verantwortung für Filialen in einem Bezirk (z.B. 5-7 Filialen mit 80 – 100 Mitarbeiter) sowie deren Verkaufsprozesse und –kennzahlen einschließlich Führung der Filialleiter und Verantwortung für die unterstellten Mitarbeiter
- Akquise, Betreuung und Bindung der regionalen Kunden, ggf. mit einem Verkaufsteam
- Konzeption und Umsetzung von Vertriebs- und Marketingstrategien im Verkaufsgebiet wie bspw. Kampagnen zum Ausbau der Marktposition oder Verkaufsfördermaßnahmen
- Kontinuierliche Umsetzung kennzahlgesteuerter Performancesteigerungsmaßnahmen

## Häufige Qualifikationen:

- Kaufmännischer Hochschulabschluss, idealerweise mit Schwerpunkt Vertrieb/Handel
- Mehrjährige Berufserfahrung im Handels-/Vertriebsumfeld
- Starke Erfolgs- und Ergebnisorientierung, Entscheidungsfreude und Selbständigkeit
- Ausgeprägte Führungsstärke, hohe Reisebereitschaft

# Service Manager

> 2 Jahre

## Häufige Aufgaben:

- Verantwortung für die Kundendienst- bzw. Service-Aktivitäten in einem Verantwortungsbereich (z.B. regional, Kundensegmente, Produktgruppen), teilweise mit Umsatz-/ Ertragsverantwortung
- Sicherstellung der Servicequalität und Optimierung der Prozesse
- Strategische Konzeption und Vermarktung der Serviceprodukte/Leistungen und proaktive Beratung der Kunden in Servicefragen, teilweise mit Verkaufszielen für Services
- Pflege und Entwicklung der Kundenbeziehungen sowie Betreuung von Servicepartnern
- Entwicklung und Durchführung von After-Sales- / Service-Programmen
- Stellenausprägung jedoch häufig auch mit rein technischem Fokus ohne Vertriebsbezug

## Häufige Qualifikationen:

- Hochschulabschluss (technisch oder kaufmännisch) oder Fachausbildung
- Mehrjährige Berufserfahrung im Servicebereich und mit IT-basierten Servicetools
- Hohe Vertriebsaffinität, Kundenorientierung und technisches Verständnis
- Kommunikationsfähigkeiten, Verhandlungsgeschick und ausgeprägte Reisebereitschaft

# Trainee Vertrieb

Einstieg

## Häufige Aufgaben:

- Planung und Durchführung von operativen und strategischen Projekten in verschiedenen Abteilungen des Vertriebs und angrenzenden Bereichen
- Unterstützung im operativen Tagesgeschäft der jeweiligen Abteilungen zur Einarbeitung in betriebliche Abläufe
- Vorbereitung und Teilnahme an Verkaufsgesprächen
- Erweiterung des Kompetenzbereichs durch Personalentwicklungsmaßnahmen

## Häufige Qualifikationen:

- Hochschulabschluss (kaufmännisch oder technisch) oder Fachausbildung mit wirtschaftlicher Zusatzqualifikation
- Projektmanagementenerfahrungen wünschenswert
- Vertriebsaffinität
- Gute Kommunikations- und Netzwerkfähigkeiten
- Analytische Fähigkeiten, Umsetzungsvermögen und Lernbereitschaft

# Vertriebsassistentenz

Einstieg

## Häufige Aufgaben:

- Unterstützung des Vertriebsteams in der operativen Vertriebsarbeit, z.B. durch die Bearbeitung von Anfragen und Erstellung von Angeboten, Kundenkorrespondenz sowie Maßnahmen zur Kundengewinnung und -bindung
- Übernahme von Spezialaufgaben, beispielsweise als Lead User CRM oder Portale, Koordinator von Vertriebsprojekten oder Marketingkampagnen etc.
- Übernahme von Tätigkeiten des Vertriebsinnendienstes
- Übernahme organisatorischer Aufgaben in der Vertriebsabteilung
- Kreative und konzeptionelle Unterstützung bei Vertriebs- und Marketingkampagnen

## Häufige Qualifikationen:

- Hochschulabschluss (kaufmännisch) oder Fachausbildung mit kaufmännischem Hintergrund
- Hohe Service- und Dienstleistungsorientierung
- Organisationsstärke, gute Kommunikationsfähigkeiten, Teamfähigkeit

# Vertriebs- / Exportinnendienst (administrativ)

Einstieg

## Häufige Aufgaben:

- Sicherstellung der administrativen internen Vertriebsprozesse, z.B. Anfragen, Auftragsannahme und -klärung, Preiskalkulation, Angebotserstellung, Bestellannahme, Angebotsabwicklung, Kundenbetreuung, Retouren- und Reklamationsabwicklung, Datenpflege
- Abwicklung der internen und externen Exportprozesse einschließlich Ausfuhrkontrolle
- Kundenbetreuung, Pflege der Kundenbeziehung und Beratung von Kunden und Händlern
- Unterstützung des Vertriebsaußendienstes bei akquisitorischen Tätigkeiten sowie kreative und konzeptionelle Unterstützung bei Vertriebs- und Marketingkampagnen

## Häufige Qualifikationen:

- Kaufm. Berufsausbildung oder Hochschulabschluss
- Möglichst Berufserfahrung mit Vertriebsprozessen und in der Ausfuhrkontrolle
- Hohe Service- und Dienstleistungsorientierung, Organisationsstärke
- Gute Kommunikationsfähigkeiten, auch im telefonischen Umgang mit Kunden
- Teamfähigkeit

# Vertriebsinnendienst (akquisitorisch)

Einstieg

## Häufige Aufgaben:

- Direkte operative Verkaufsunterstützung des Außendienstes
- Proaktive telefonische Kundenansprache von der Recherche, Leadidentifizierung, Leadqualifizierung, Bedarfsermittlung, Terminvereinbarung, Routenplanung bis hin zur Nachverfolgung der Angebote und der Kundenbetreuung
- Telefonischer Verkauf mit Verkaufszielen
- Bearbeitung digitaler Lead-Management- und E-Commerce-Prozesse
- Übernahme administrativer Vertriebsinnendiensttätigkeiten

## Häufige Qualifikationen:

- Kaufm. Berufsausbildung oder Hochschulabschluss
- Hohe Verkaufsaffinität
- Hohe Service- und Dienstleistungsorientierung, Organisationsstärke
- Sehr gute Kommunikationsfähigkeiten, vor allem im Umgang mit Kunden am Telefon
- Lösungsorientierung und Teamfähigkeit



# Vertriebsleiter

> 5 Jahre

## Häufige Aufgaben:

- Umsatz- bzw. Auftragseingangsverantwortung für Verantwortungsgebiet (Region, Produktgruppe, Marke, Geschäftsfeld, etc.) sowie Budgetverantwortung
- Entwicklung und Implementierung der Vertriebsstrategie
- Operative Verantwortung für Vertriebsprozesse und –kennzahlen
- Führung des Vertriebsbereiches
- Identifikation neuer Marktsegmente
- Betreuung wichtiger Großkunden
- Abstimmung / Koordination von Zielen, Strategien und Maßnahmen mit anderen Unternehmensbereichen

## Häufige Qualifikationen:

- Hochschulabschluss (je nach Branche eher technisch oder eher kaufmännisch)
- Mehrjährige operative Vertriebserfahrung in der jeweiligen Industrie
- Ausgeprägte Führungskompetenz und Führungserfahrung
- Hervorragende Kommunikationsfähigkeiten auf Managementniveau
- Zielorientierung, Selbständigkeit und Reisebereitschaft

# Vertriebsmitarbeiter Außendienst (AD)

Einstieg

## Häufige Aufgaben:

- Eigenverantwortliche Akquisition von Neukunden sowie Betreuung bestehender Kunden, Vertriebs- oder Servicepartner in einem Verkaufs-/Verantwortungsgebiet
- Proaktive Betreuung der Kunden über den gesamten Verkaufsprozess bis zum Abschluss
- Abschlusssichere Führung der Verkaufsverhandlungen, häufig mit Preisverantwortung
- Umsatzverantwortung im Gebiet/Verantwortungsbereich
- Planung und Umsetzung der Vertriebsziele im Verantwortungsbereich
- Durchführung verkaufsfördernder Maßnahmen, z.B. Messen, Kundenworkshops, Kongresse
- Sicherstellung des Reportings
- Schnittstelle zwischen Kunde und anderen Bereichen des Unternehmens

## Häufige Qualifikationen:

- Hochschulabschluss (je nach Branche eher technisch oder kaufmännisch)
- (Erste) Vertriebserfahrung und/oder hohe Vertriebsaffinität
- Hervorragende Kommunikationsfähigkeiten und Verhandlungsgeschick
- Selbständigkeit und Reisebereitschaft

# Typische Kompetenzanforderungen an Vertriebsmitarbeiter unterschiedlicher Rollen

- Kommunikationsfähigkeiten zu internen Schnittstellen, Kunden, externen Partnern und der Öffentlichkeit
- Verhandlungsgeschick
- Konzeptionelle Fähigkeiten für Projekte, Kampagnen und Maßnahmen
- Projektmanagementfähigkeiten
- Ergebnisorientierung
- Beratungskompetenz
- Flexibilität
- Umgang mit Stress und Druck
- Konfliktfähigkeit
- Pragmatische Lösungsorientierung
- Kompetenzen bei der Analyse, Strukturierung und Interpretation von Daten sowie der Ableitung von Handlungsempfehlungen
- Fähigkeit, mit einem gewinnenden Wesen schnell Kontakte und Vertrauen aufzubauen
- Gespür für Kunden, Märkte, Trends und aktuelle Entwicklungen
- Führungskompetenzen, auch ohne Weisungsbefugnis
- Kompetenzen zur wirksamen Steuerung von Prozessen
- Fremdsprachenkenntnisse idealerweise mehrerer Sprachen

# Kontaktinformationen

Veröffentlichung AfM-Whitepaper  
„Berufsbilder im Vertrieb“

Prof. Dr. Markus Besenbeck  
B2B-Marketing & Vertrieb  
Entrepreneurship

Hochschule für angewandte Wissenschaften  
Würzburg-Schweinfurt FH-WS

Münzstr. 12  
97070 Würzburg

[markus.besenbeck@fhws.de](mailto:markus.besenbeck@fhws.de)

AfM Arbeitskreis  
B-to-B-Marketing / Vertrieb

Prof. Dr. Enrico Purle  
International Business  
Industriegütermarketing und -vertrieb

Duale Hochschule Baden-Württemberg  
Mosbach

Campus Bad Mergentheim  
Schloss 2  
97980 Bad Mergentheim

[enrico.purle@mosbach.dhbw.de](mailto:enrico.purle@mosbach.dhbw.de)

Rückmeldungen, Anregungen und Verbesserungsvorschläge zum Whitepaper „Berufsbilder im Vertrieb“ sind jederzeit herzlich willkommen!