



Berufsbilder im Vertrieb und deren Veränderung in den kommenden Jahren

Whitepaper des AfM-Arbeitskreises B2B-Marketing / Vertrieb

Oktober 2019

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

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

AfM
Arbeitsgemeinschaft
für Marketing

Whitepaper kostenfrei elektronisch abrufbar unter
<http://arbeitsgemeinschaft.marketing/afm-arbeitsgruppen/afm-arbeitskreis-b2b-marketing>

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 Veränderungen der Berufsbilder / Rollen vor dem Hintergrund der Digitalisierung
- 7 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 „Verkäufer“.
- Um hierzu ein vollständigeres Bild zu vermitteln, hat der AfM-Arbeitskreis „B2B-Marketing / Vertrieb“ im Mai 2018 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.
- Im Oktober 2019 bewerteten 38 Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Fachkonferenz „Digitalisierung im Vertrieb“ (Geschäftsführer, Vertriebsleiter und Vertriebsexperten), welche dieser Vertriebsrollen sich in den kommenden 3 Jahren am stärksten verändern werden. Die Ergebnisse finden sich im Abschnitt 6 ab Seite 28.

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.

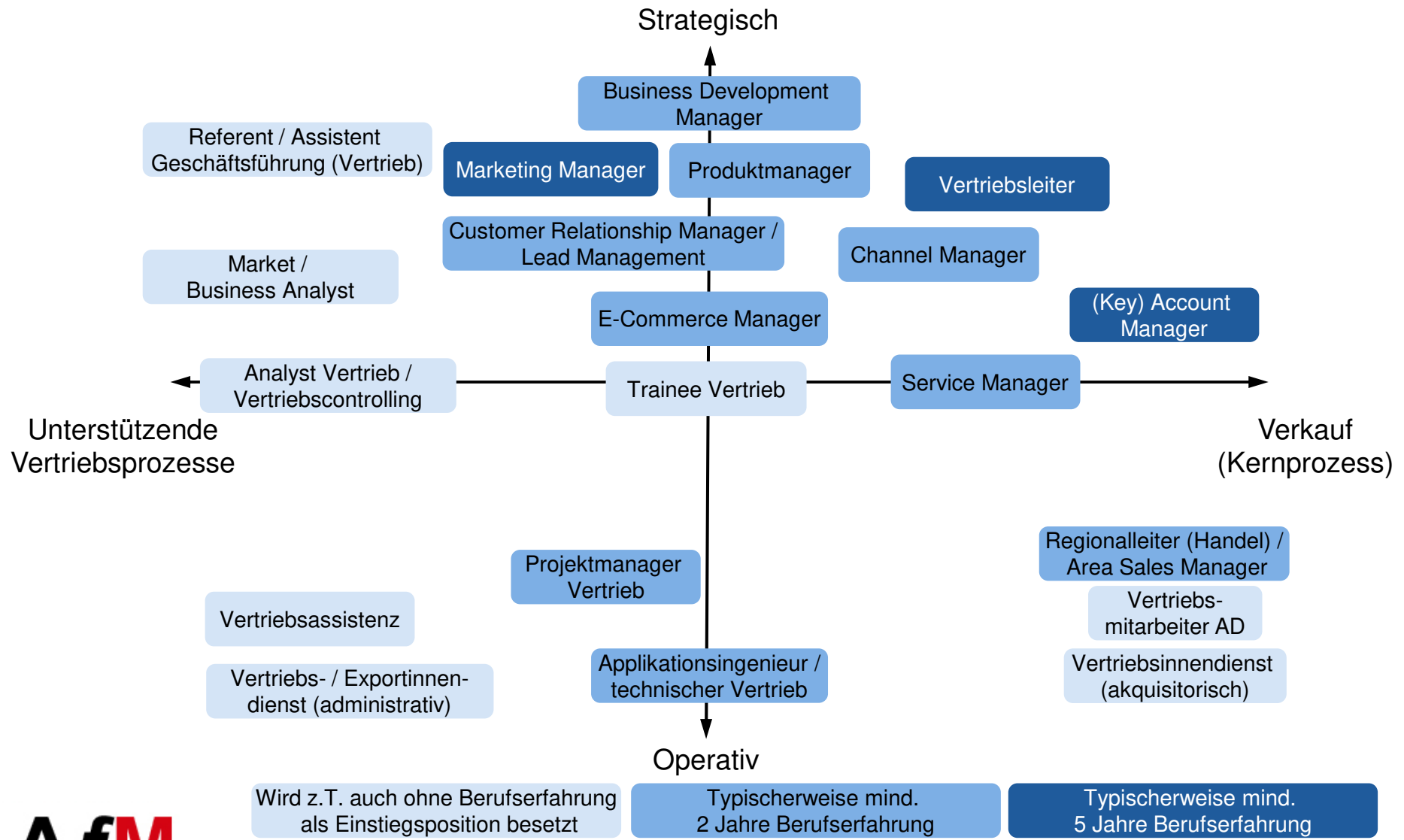
- In der Regel beinhalten Berufsbilder Aufgaben aller vier inhaltlichen Schwerpunkte. Die Positionierung auf den jeweiligen Achsen stellt daher die jeweilige qualitative Einordnung zwischen den beiden Polen dar, um die Anteile der typischen Aufgabenschwerpunkte zu visualisieren.
- Aufgrund der sehr vielfältigen, 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">• Aktivitäten, die den Fokus des zukünftigen (operativen) Geschäfts durch die Aufstellung in Märkten oder der Kompetenzen beeinflussen.• Aktivitäten, die eher größere Teile des Vertriebs bzw. Unternehmens betreffen.• Aktivitäten mit eher langfristigem Horizont.• Aktivitäten mit eher individuellem, projektartigem oder planendem Charakter.
Operativ	<ul style="list-style-type: none">• Aktivitäten, die im aktuellen Kerngeschäft verankert sind und Ist-Kennzahlen zur Geschäftsentwicklung beeinflussen.• Aktivitäten, die die typischen vertrieblichen Wertschöpfungsprozesse betreffen.• Aktivitäten mit eher kurzfristigem Horizont.• Aktivitäten haben regelmäßigen, häufig wiederkehrenden Charakter („Tagesgeschäft“).
Vertriebskernprozess (insb. Verkauf)	<ul style="list-style-type: none">• Wesentliche Teilprozesse: Neukundengewinnung & Kundenbindung.• Prozesse, die typischerweise direkt eine Kundenentscheidung herbeiführen.• Prozesse, die einen signifikanten Umsatzbeitrag durch die direkte Interaktion mit dem Kunden generieren.
Unterstützende Vertriebsprozesse	<ul style="list-style-type: none">• Prozesse, deren Ergebnis nicht in direktem Zusammenhang mit Entscheidungen beim Kunden steht (Kauf- oder Wiederkaufentscheidung).• Prozesse, die typischerweise keine direkte Kundeninteraktion enthalten.• Prozesse, die den Kernprozess in Effektivität oder Effizienz verbessern.

Einordnung der Berufsbilder im Vertrieb nach Aufgabenschwerpunkten und Berufserfahrung



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 Projekt-abwicklungen 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 Verkaufsaффinität
- 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

Insbesondere durch die Digitalisierung werden sich Vertriebsrollen verändern (1/4)

Im Oktober 2019 bewerteten 38 Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Fachkonferenz „Digitalisierung im Vertrieb“ (Geschäftsführer, Vertriebsleiter und Vertriebsexperten), welche der vorgenannten Vertriebsrollen sich in den kommenden 3 Jahren am stärksten verändern werden. Jeder Experte durfte drei Punkte vergeben.

„Bei welchen Rollen sehen Sie in den kommenden 3 Jahren vor dem Hintergrund der voranschreitenden Digitalisierung die größten Veränderungen hinsichtlich der Aufgaben oder Qualifikationen / Anforderungen an die Mitarbeiter?“

Strategisch

- Business Development Manager
- Marketing Manager
- Sales Manager
- Customer Relationship Manager / Lead Management
- Channel Manager
- Key Account Manager
- Vertriebsleiter

Operativ

- Regionale(r) / Area Sales Manager
- Vertriebs- / Projektleiter AD
- Vertriebschendienst (akquisitorisch)
- Projektleitung Vertrieb
- Applikationsingenieur / technischer Vertrieb

Unterstützende Vertriebsprozesse

- Referent / Assistent Geschäftsführung (Vertrieb)
- Market / Business Analyst
- Analyst Vertrieb / Vertriebscontrolling
- Vertriebsassistent
- Vertriebs- / Exportieren... dienst (administrativ)

Wird z.T. auch ohne Berufserfahrung als Einstiegsposition besetzt

Typischerweise mind. 2 Jahre Berufserfahrung

Typischerweise mind. 5 Jahre Berufserfahrung

AfM Arbeitsgemeinschaft für Marketing

Quelle: Besenbeck / Purle (2018): AfM-Whitepaper „Berufsbilder im Vertrieb“, S. 6
 Quelle: <http://arbeitsgemeinschaft.für.marketing/wp-content/uploads/2018/05/Besenbeck-Purle-2018-AfM-Whitepaper-Berufsbilder-im-Vertrieb.pdf>

Quelle: Hochschule Baden-Württemberg, Metztach, Campus Bad Mergelheim | Prof. Dr. Erno Purle Seite 34

Rollen im Vertrieb: Aufgaben und Anforderungen werden sich z.T. signifikant ändern (2/2)

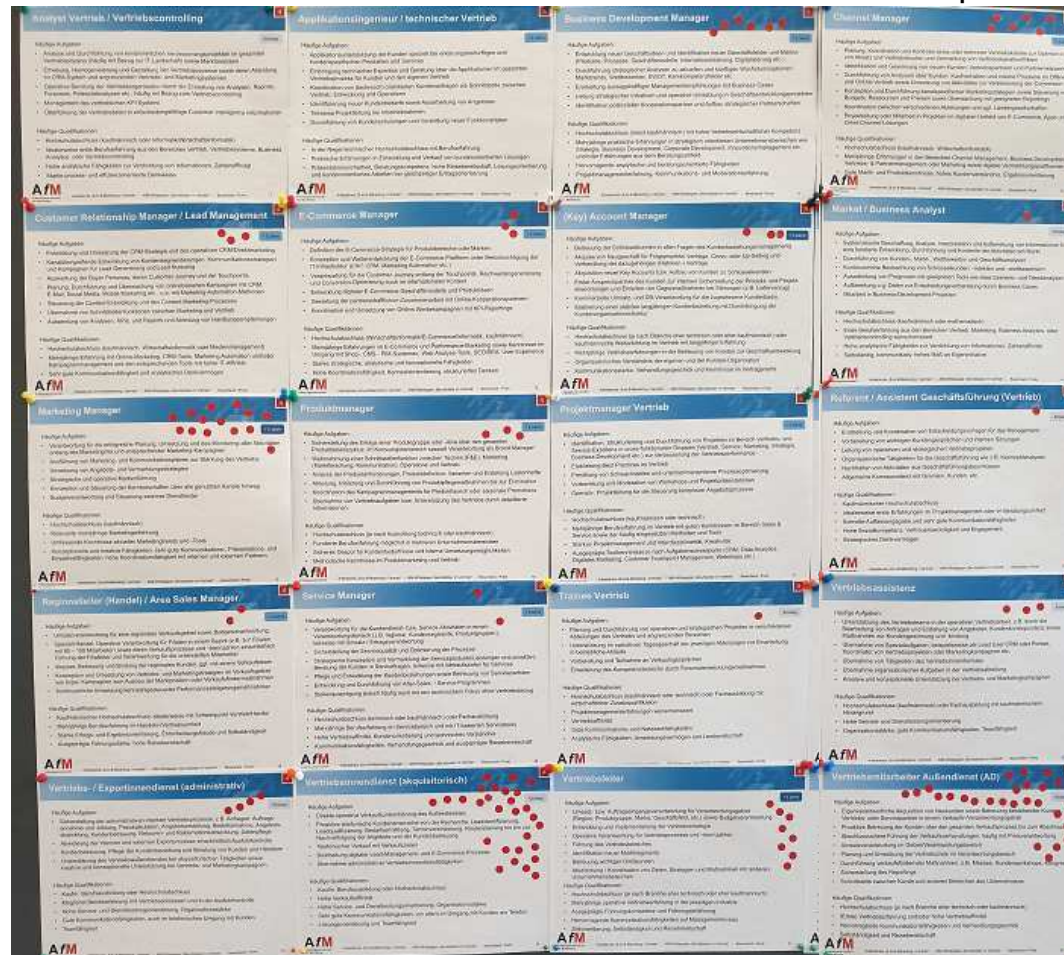
Ihre Experteneinschätzung ist gefragt: bei welchen Rollen sehen Sie in den kommenden 5 Jahren vor dem Hintergrund der voranschreitenden Digitalisierung persönlich die größten Veränderungen hinsichtlich der Aufgaben oder Qualifikationen / Anforderungen an die Mitarbeiter?

AfM Arbeitsgemeinschaft für Marketing

Quelle: Hochschule Baden-Württemberg, Metztach, Campus Bad Mergelheim | Prof. Dr. Erno Purle Seite 35
 Quelle: Besenbeck / Purle (2018): AfM-Whitepaper „Berufsbilder im Vertrieb“, S. 7; <http://arbeitsgemeinschaft.für.marketing/wp-content/uploads/2018/05/Besenbeck-Purle-2018-AfM-Whitepaper-Berufsbilder-im-Vertrieb.pdf>

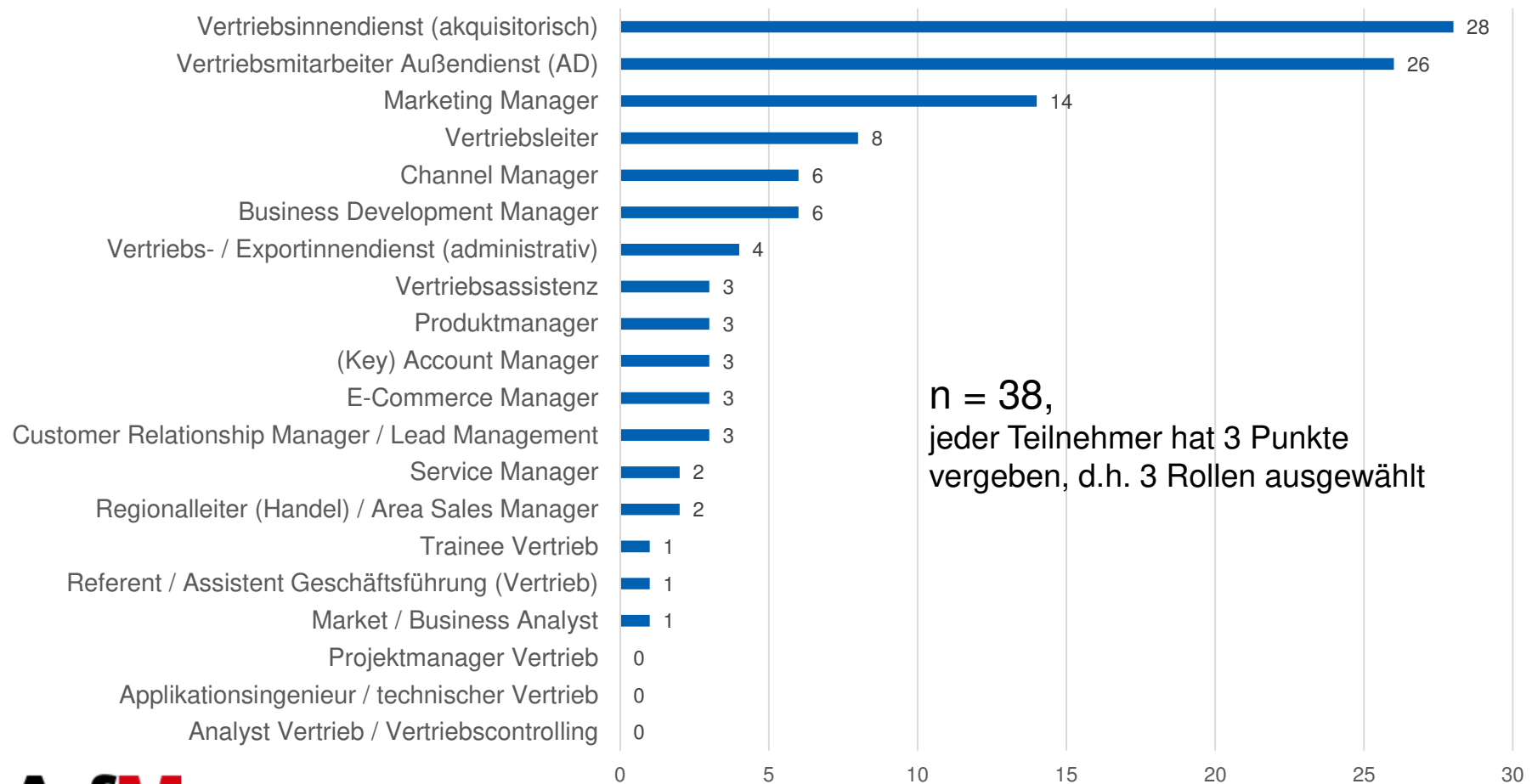
Insbesondere durch die Digitalisierung werden sich Vertriebsrollen verändern (2/4)

Im Oktober 2019 bewerteten 38 Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Fachkonferenz „Digitalisierung im Vertrieb“ (Geschäftsführer, Vertriebsleiter und Vertriebsexperten), welche der vorgenannten Vertriebsrollen sich in den kommenden 3 Jahren am stärksten verändern werden. Jeder Experte durfte drei Punkte vergeben.



Insbesondere durch die Digitalisierung werden sich Vertriebsrollen verändern (3/4)

Im Oktober 2019 bewerteten 38 Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Fachkonferenz „Digitalisierung im Vertrieb“ (Geschäftsführer, Vertriebsleiter und Vertriebsexperten), welche der vorgenannten Vertriebsrollen sich in den kommenden 3 Jahren am stärksten verändern werden. Jeder Experte durfte drei Punkte vergeben.



Insbesondere durch die Digitalisierung werden sich Vertriebsrollen verändern (4/4)

6

Interpretation der Ergebnisse:

- Die Rollen „Vertriebsinnendienst (akquisitorisch)“ und „Vertriebsmitarbeiter Außendienst (AD)“ werden vom Großteil der Experten (von 73% bzw. 68% der Befragten) als die beiden Rollen angesehen, die sich mit hoher Wahrscheinlichkeit stark verändern werden. Dieses Ergebnis spiegeln die aktuell bereits stattfindenden Veränderungen (Automatisierung, Digitalisierung, Einsatz von KI, ...) wider und ist daher nicht verwunderlich.
- Auf Rang 3 liegt die Rolle „Marketing Manager“ mit 14 Nennungen (37% der befragten Experten). Auch dies verwundert nicht, da das Zusammenspiel von Marketing und Vertrieb insbesondere durch die Nutzung digitaler Prozesse und Werkzeuge zu veränderten Aufgaben und Anforderungen führt.
- Danach folgen auf den Rängen 4 bis 6 „Vertriebsleiter“ (8 Nennungen; 21% der Befragten) sowie „Business Development Manager“ und „Channel Manager“ mit je 6 Nennungen (16% der Befragten).
- Weitere 14 Rollen wurden jeweils null bis vier Mal genannt, so dass sich diese Rollen aus Sicht der Befragten hinsichtlich Aufgaben und Anforderungen im Vergleich zu den vorgenannten in den kommenden drei Jahren weniger stark ändern werden.
- Überraschend ist u.a., dass nur 21% der befragten Experten (Geschäftsführer, Vertriebsleiter und Vertriebsexperten) die Rolle des Vertriebsleiters unter die Top 3 gewählt haben. Eine Hypothese zur Erklärung dieses Ergebnisses ist, dass ein Großteil der Befragten den Transformationsprozess der Rolle des Vertriebsleiters in Richtung übergreifende Steuerung der gesamten Vertriebsaktivitäten mittels digitaler Prozesse und Werkzeuge bereits durchlaufen haben und daher keinen großen Veränderungsdruck mehr verspüren.
- Ebenfalls überraschend ist, dass die Rolle „Analyst Vertrieb / Vertriebscontrolling“ von keinem Befragten genannt wurde, obwohl sich die Werkzeuge und Methoden dieser Rolle derzeit stark wandeln und daher zukünftig andere Anforderungen an Rolleninhaber und deren Kompetenzen gestellt werden. Eine Hypothese zur Erklärung dieses Ergebnisses ist, dass die Befragten aufgrund der relativ geringen Veränderungen der grundsätzlichen Aufgaben diese Rolle nicht genannt haben.

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

AfM Arbeitskreis
B2B-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

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