

# Studie – Digitalisierung im Vertrieb (2021)

Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Digitalisierung des Vertriebs

**Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften**  
– Hochschule Braunschweig/Wolfenbüttel  
Salzdahlumer Str. 46/48 · 38302 Wolfenbüttel

**Fakultät Maschinenbau · Institut für Produktionstechnik**  
Prof. Dr. Tobias Frenzel · Lennart Arnecke · Leon-Daniel Fischer

## Gliederung

- 1 Hintergrund und Zielsetzung
- 2 Zusammenfassung
- 3 Studiendesign und -aufbau
- 4 Ergebnisse
- 5 Ausblick

## Hintergrund und Zielsetzung

### Hintergrund der Studie:

- Die Corona-Pandemie hat Wirtschaft und Gesellschaft tiefgreifend verändert. Es ist anzunehmen, dass das Infektionsgeschehen durch das Abstandsgebot bestehende Digitalisierungstendenzen im privaten und beruflichen Umfeld verstärkt hat. Die zunehmende Digitalisierung im Alltag der Kunden verändert deren Wahrnehmung und Verhalten auch im Kaufprozess. Da Unternehmen auf das veränderte Kundenverhalten reagieren müssen, kann vermutet werden, dass die Pandemie auch auf die Digitalisierungsprozesse im Vertrieb Einfluss nimmt.
- Vor diesem Hintergrund sollen mit der vorliegenden Befragung mögliche Veränderungen in der Nutzung digitaler Vertriebstools durch Unternehmen untersucht werden und damit einhergehende Herausforderungen und Chancen identifiziert werden.

### Ziel der Studie ist es, vor diesem Hintergrund folgende Kern-Fragen zu beantworten:

- Welche allgemeinen Auswirkungen hat die Corona-Pandemie auf die Digitalisierung des Vertriebs?
- Werden digitale Werkzeuge durch die Pandemie mehr genutzt als vor der Pandemie und falls ja, welche sind dies?
- Welche besonderen Herausforderungen gehen mit der Digitalisierung des Vertriebs einher?
- Wie stark werden CRM-Systeme im digitalen Vertrieb bereits eingesetzt und welche Erfahrungen gibt es bei den Unternehmen?

Als Stichprobe wurden **n = 101 Unternehmen** befragt.

## Kontakt / Hinweis

Der vorliegende Berichtsband gibt einen Überblick über die zentralen Ergebnisse der im Winter 2020/ Frühjahr 2021 durchgeführten Befragung zum Thema „Digitalisierung im Vertrieb“.

**Bei Fragen erreichen Sie den Autor wie folgt:**



**Prof. Dr. Tobias Frenzel**

Ostfalia Hochschule  
für angewandte Wissenschaften  
Salzdahlumer Straße 46/48  
38302 Wolfenbüttel, Germany

Tel.: +49 (0) 5331/ 939-45660  
t.frenzel@ostfalia.de



**Leon-Daniel Fischer**

M.B.A. Vertriebsmanagement



**Lennart Arnecke**

B. Eng.  
Wirtschaftsingenieurwesen

### Hinweis für Quellenangaben:

Frenzel, T.; Arnecke, L.; Fischer, L. (2021): Digitalisierung im Vertrieb: Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Digitalisierung des Vertriebs, Wolfenbüttel 2021.

## Gliederung

- 1 Hintergrund und Zielsetzung
- 2 Zusammenfassung
- 3 Studiendesign und -aufbau
- 4 Ergebnisse
- 5 Fazit und Ausblick

## Zusammenfassung

### **Merkmale der Befragten**

- An der Befragung nahmen insgesamt  $n=101$  Unternehmen aus Deutschland teil.
- Die Stichprobe umfasst dabei einen Querschnitt von Unternehmen unterschiedlicher Größenordnungen (von 1 bis mehr als 1.000 Mitarbeiter) mit einem Schwerpunkt im B2B-Geschäft.
- Die für die Unternehmen antwortenden Mitarbeiter waren überwiegend Führungskräfte aus dem Bereich Vertrieb/Key Account Management oder Geschäftsführer des Unternehmens.

### **Ziel der Studie war es, folgende vier Kern-Fragen zu beantworten:**

- Welche allgemeinen Auswirkungen hat die Corona-Pandemie auf die Digitalisierung des Vertriebs?
- Werden digitale Werkzeuge durch die Pandemie mehr genutzt als vor der Pandemie und falls ja, welche sind dies?
- Welche besonderen Herausforderungen gehen mit der Digitalisierung des Vertriebs einher?
- Wie stark werden CRM-Systeme im digitalen Vertrieb bereits eingesetzt und welche Erfahrungen gibt es bei den Unternehmen?

Die Studienergebnisse zeichnen entlang der vier Kernfragen das nachfolgende Bild.

## Zusammenfassung

### **Pandemie verstärkt Prozesse der Digitalisierung im Vertrieb deutlich**

Mit Blick auf aktuelle Digitalisierungstendenzen im Vertrieb vor dem Hintergrund der Pandemie sind sich die befragten Führungskräfte fast einig:

- 84% der Befragten geben an, dass die Corona-Pandemie dazu geführt hat, dass sie mehr digitale Werkzeuge im Vertrieb nutzen.
- Zwar geben knapp 60% der Vertriebsexperten an, dass sie bereits vor der Pandemie digitale Werkzeuge im Vertrieb genutzt haben, aber drei Viertel sagen, dass die Pandemie dazu geführt hat, dass sie weitere Werkzeuge eingeführt haben.
- 64% der befragten Personen in führenden Vertriebspositionen möchten wegen der Pandemie noch mehr digitale Werkzeuge im Vertrieb einsetzen als bisher.

### **Fast alle digitalen Vertriebswerkzeuge werden seit der Pandemie intensiver genutzt als vor der Pandemie**

Die digitalen Vertriebswerkzeuge wurden im Rahmen der Studie in vier Bereiche eingeteilt: 1. Online-Marketing, 2. Online-Shop/E-Commerce, 3. Social Media und 4. Digitales Arbeiten – Collaboration. In allen Bereichen ist ein Zuwachs der Nutzungsintensität nach Corona zu verzeichnen.

- Besonders gestiegen ist die **häufige Nutzung** von Webkonferenzen (+52%), die gemeinsame Bearbeitung von Dokumenten online (+14%), LinkedIn/XING (+19%), E-Mail-Marketing (+9%) und Instagram (+9%).
- Bei folgenden Werkzeugen geben folgende Anteile der Befragten an, dass sie diese **gar nicht nutzen**: Maßnahmen der Marketing-Automatisierung (66%), E-Commerce-Plattformen (63%), Online-Shop (53%) und Google My Business-Eintrag (46%).

## Zusammenfassung

### **Fehlende Zeit für Planung und Umsetzung ist größte Herausforderung**

Die Führungskräfte im Vertrieb wurden gefragt, in welchen Bereichen Sie derzeit die größten Herausforderungen bei der Einführung digitaler Technologien im Vertrieb sehen. Dabei zeigte sich folgendes Bild:

- Mehr als die Hälfte der Befragten gibt an, dass fehlende Zeit für Planung und Umsetzung der Digitalisierung eine zentrale Herausforderung darstellt (53%). Auf Platz zwei folgt fehlendes Know-how (39%) und die Schwierigkeit, dass sich Vertriebsprozesse digital kaum abbilden lassen (32%).
- Auf die Frage welche weiteren Veränderungen mit Blick auf die Digitalisierung des Vertriebs geplant seien, wird eine Vielzahl unterschiedlicher Themenbereiche benannt. Dazu gehört u.a. der Ausbau von Video-Inhalten, ein vermehrtes Angebot von Webinaren oder auch die Einführung von CRM-Systemen.
- Nur knapp 37% der Unternehmen beurteilt den aktuellen Stand der Digitalisierung des Vertriebs ihres Unternehmens mit gut oder sehr gut.

### **Knapp die Hälfte der befragten Unternehmen nutzt bereits digitale CRM-Systeme im Vertrieb**

Digitale Customer-Relationship-Management-Systeme (CRM-Systeme) können den Vertrieb effizienter gestalten. 49% der Befragten nutzt bereits ein solches System. 63% der Anwender schätzen den Nutzen eines solchen Systems als hoch oder sehr hoch ein. Als zentrale Herausforderungen in der Nutzung werden die Schnittstellen-Kompatibilität und die Komplexität in der Anwendung beschrieben.



## Gliederung

- 1 Hintergrund und Zielsetzung
- 2 Zusammenfassung
- 3 Studiendesign und -aufbau
- 4 Ergebnisse
- 5 Fazit und Ausblick

# Studiendesign und -aufbau

## Über das Studienkonzept

Gegenstand der Studie war die Betrachtung der Auswirkungen der Corona-Pandemie auf Digitalisierungstendenzen im Vertrieb von Unternehmen entlang der folgenden Kern-Fragen:

- Welche allgemeinen Auswirkungen hat die Corona-Pandemie auf die Digitalisierung des Vertriebs?
- Werden digitale Werkzeuge durch die Pandemie mehr genutzt als vor der Pandemie und falls ja, welche sind dies?
- Welche besonderen Herausforderungen gehen mit der Digitalisierung des Vertriebs einher?
- Wie stark werden CRM-Systeme im digitalen Vertrieb bereits eingesetzt und welche Erfahrungen gibt es bei den Unternehmen?

## Studiendurchführung

- Erarbeitung von Fragebogeninhalten durch Prof. Dr. Tobias Frenzel, B. Eng. Lennart Arnecke und M.B.A. Leon-Daniel Fischer.
- Befragungszielgruppe waren Unternehmen in Deutschland
- Adressen-Selektion zur Ansprache erfolgte über eine Unternehmens-Adressdatenbank
- Die Durchführung erfolgte ausschließlich online im Zeitraum Dezember 2020 bis April 2021
- Insgesamt nahmen  $n = 101$  Unternehmen an der Befragung teil

## Gliederung

- 1 Hintergrund und Zielsetzung
- 2 Zusammenfassung
- 3 Studiendesign und -aufbau
- 4 Ergebnisse
- 5 Fazit und Ausblick

## Ergebnisse - Inhalte des Fragebogens

1 Merkmale der Befragten

2 Allgemeine Auswirkungen von Corona auf den digitalen Vertrieb

3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb

4 Zentrale Herausforderungen im digitalen Vertrieb

5 Nutzung von CRM-Systemen im digitalen Vertrieb

## Ergebnisse - Inhalte des Fragebogens

1 Merkmale der Befragten

2 Allgemeine Auswirkungen von Corona auf den digitalen Vertrieb

3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb

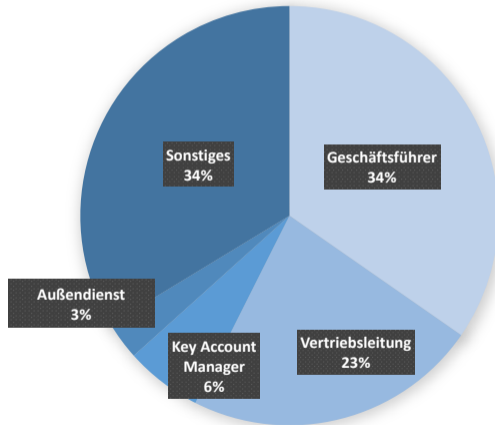
4 Zentrale Herausforderungen im digitalen Vertrieb

5 Nutzung von CRM-Systemen im digitalen Vertrieb

## 1 Merkmale der Befragten

### Frage: Welche Position im Unternehmen besetzen Sie?

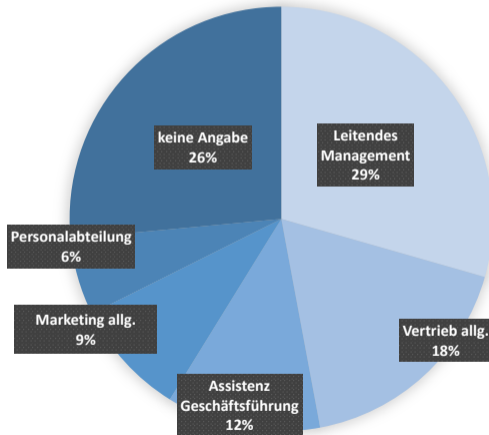
[Alle Befragten]



Sonstiges: Details siehe nächste Seite

## 1 Merkmale der Befragten

### Frage: Welche Position im Unternehmen besetzen Sie? – Antwort „Sonstiges“ im Detail

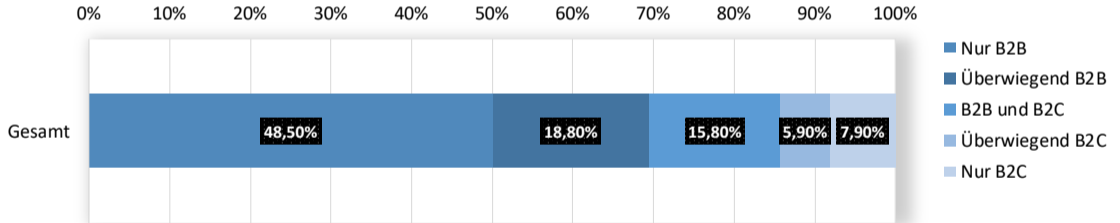


[Split-Gruppen-Auswertung: Nur Befragte mit Antwort „Sonstiges“]

## 1 Merkmale der Befragten

### Frage: Um welchen Vertriebstyp handelt es sich bei Ihrem Geschäft?

[Alle Befragten]

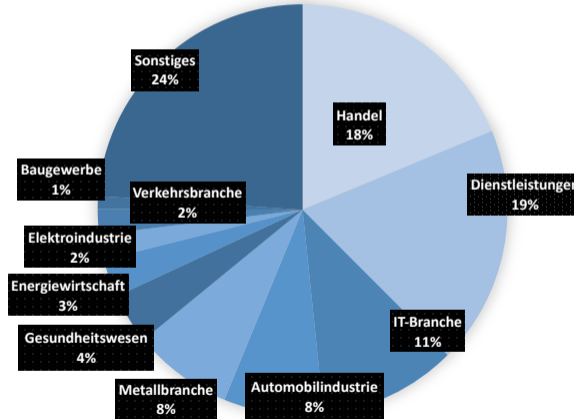




## 1 Merkmale der Befragten

### Frage: In welcher Branche ist ihr Unternehmen tätig?

[Alle Befragten]

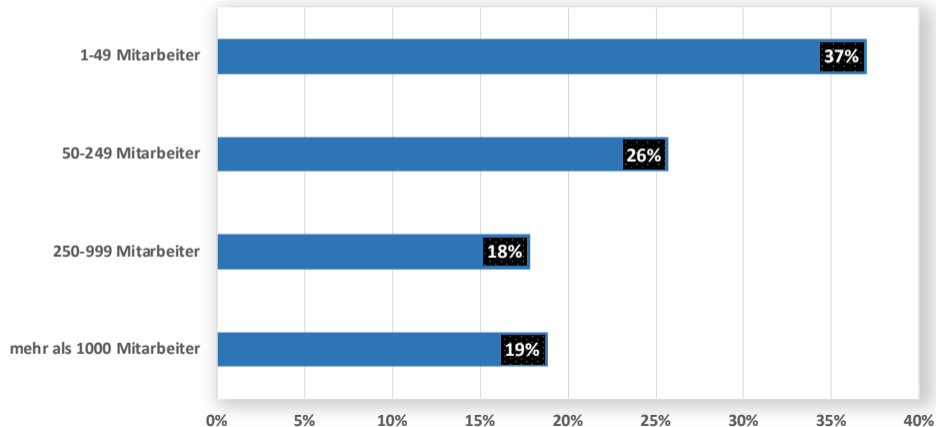


Sonstiges: z.B. Abfallwirtschaft (1), Chemische Industrie (1), Maschinenbau (3), Sicherheitstechnik (1), Verpackungsindustrie (1), Versicherungen (2)

## 1 Merkmale der Befragten

### Frage: Wieviel Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind in ihrem Unternehmen beschäftigt?

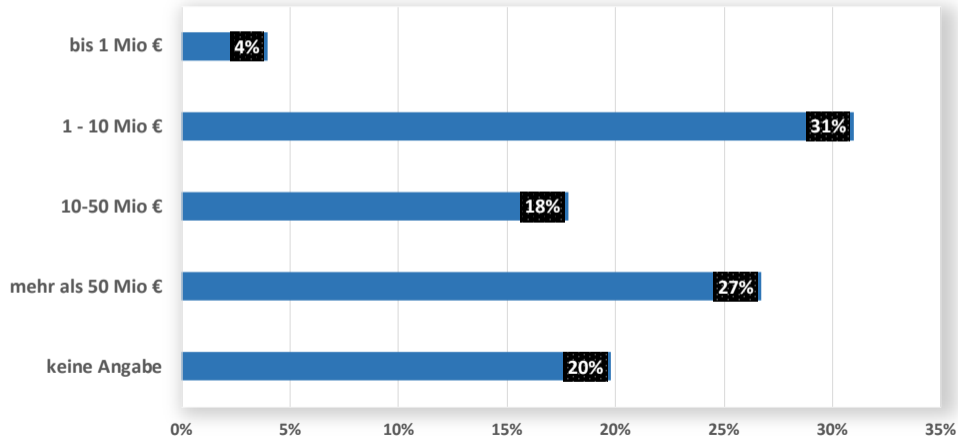
[Alle Befragten]



## 1 Merkmale der Befragten

### Frage: Wie hoch ist der Umsatz ihres Unternehmens pro Jahr?

[Alle Befragten]



## Ergebnisse - Inhalte des Fragebogens

1 Merkmale der Befragten

2 Allgemeine Auswirkungen von Corona auf den digitalen Vertrieb

3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb

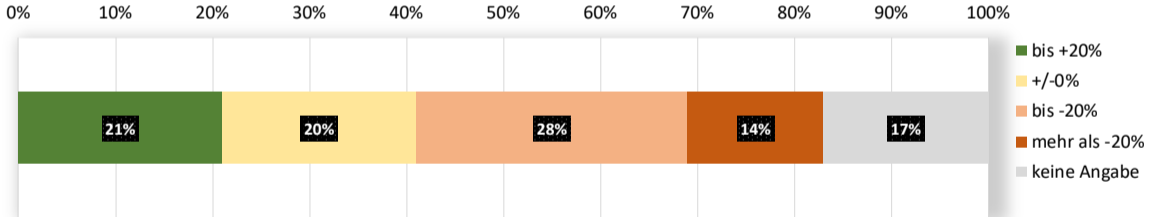
4 Zentrale Herausforderungen im digitalen Vertrieb

5 Nutzung von CRM-Systemen im digitalen Vertrieb

## 2 Allgemeine Auswirkungen von Corona auf den Vertrieb

**Frage: Inwiefern hat sich der Umsatz Ihres Unternehmens seit Beginn der Corona-Pandemie verändert?**

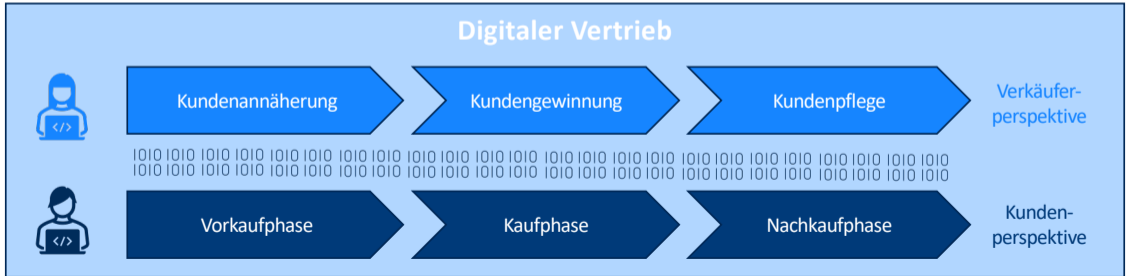
[Alle Befragten]



## 2 Allgemeine Auswirkungen von Corona auf den Vertrieb

### Hinweis: Was ist digitaler Vertrieb?

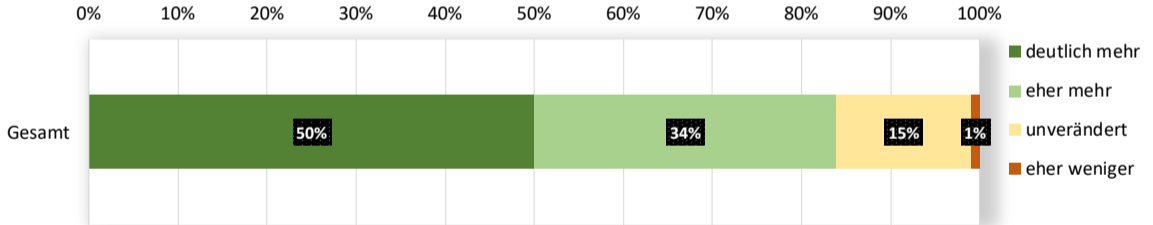
Als “digitaler Vertrieb“ bezeichnen wir die Nutzung digitaler Werkzeuge (Online, Mobile und/oder Desktop-Anwendungen) entlang des gesamten Verkaufsprozesses von der Kontaktaufnahme über den Verkauf bis zur Kundenbetreuung. Dazu zählen unternehmensinterne Prozesse und externe Abläufe gegenüber dem Kunden.



## 2 Allgemeine Auswirkungen von Corona auf den Vertrieb

**Frage: Nennen Sie uns Ihre allgemeine Einschätzung: Hat die Corona-Pandemie dazu geführt, dass Sie digitale Werkzeuge im Vertrieb mehr oder weniger nutzen?**

[Alle Befragten]

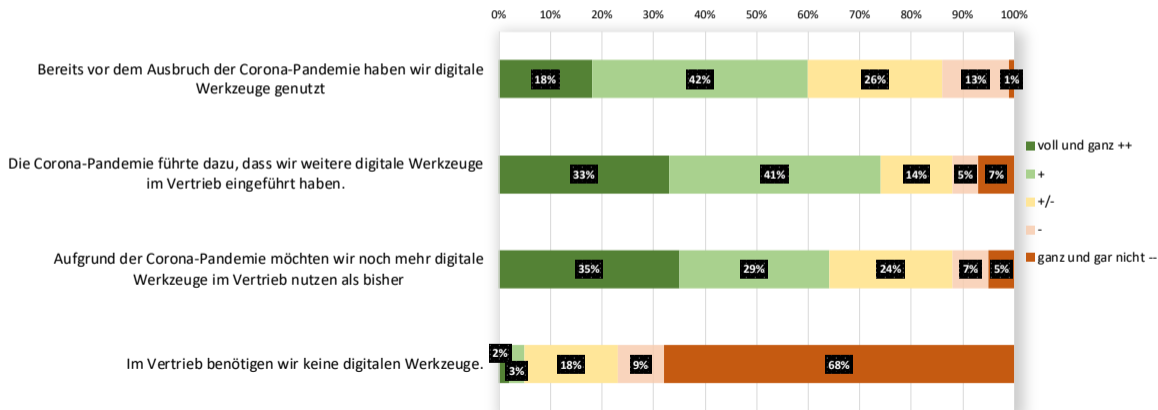


## 2 Allgemeine Auswirkungen von Corona auf den Vertrieb

**Frage: Digitale Werkzeuge können von Unternehmen im Verkauf/Vertrieb genutzt werden, um die Einschränkungen durch die Corona-Pandemie abzumildern.**

**Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu:**

[Alle Befragten]





## Ergebnisse - Inhalte des Fragebogens

1 Merkmale der Befragten

2 Allgemeine Auswirkungen von Corona auf den digitalen Vertrieb

3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb

4 Zentrale Herausforderungen im digitalen Vertrieb

5 Nutzung von CRM-Systemen im digitalen Vertrieb

## 3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb

### Untersuchte Werkzeuge

Digitaler Vertrieb			
Digitale Werkzeuge			
Online-Marketing	Online-Shop/ E-Commerce	Social Media	Digitales Arbeiten - Collaboration
<ul style="list-style-type: none"> <li>Eigene Website</li> <li>E-Mail-Marketing (z.B. Newsletter)</li> <li>Google My Business-Eintrag</li> <li>SEO – Suchmaschinenoptimierung</li> <li>SEA – Suchmaschinenwerbung</li> <li>Marketing-Automatisierung (z.B. Hubspot, Pardot)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eigener Online-Shop</li> <li>E-Commerce-Plattformen (z.B. Amazon, eBay)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook</li> <li>Instagram</li> <li>Youtube</li> <li>Pinterest</li> <li>LinkedIn/XING</li> <li>WhatsApp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Webkonferenz (z.B. Zoom, MS Teams)</li> <li>Gemeinsame Datenablage im Netz (z.B. MS OneDrive, Dropbox)</li> <li>Gemeinsame Bearbeitung von Dokumenten (z.B. Google Docs)</li> <li>Online-Plattformen zur Zusammenarbeit (z.B. Quip)</li> <li>Terminvereinbarung (z.B. Doodle)</li> </ul>

## 3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb

### Untersuchte Werkzeuge – Online Marketing

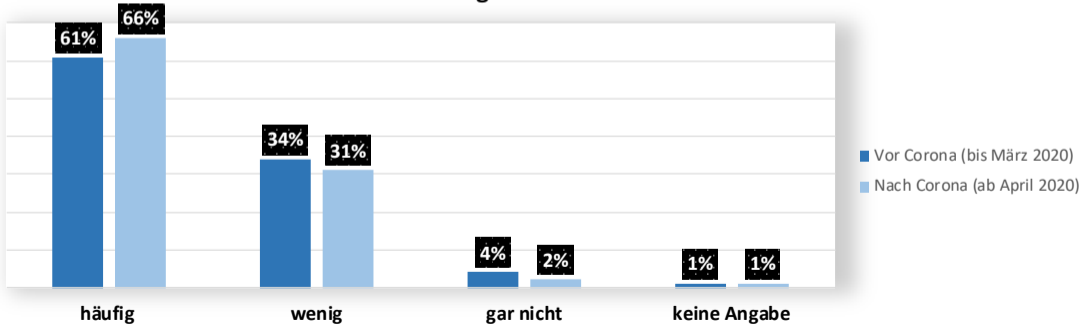
Digitaler Vertrieb			
Digitale Werkzeuge			
Online-Marketing	Online-Shop/ E-Commerce	Social Media	Digitales Arbeiten - Collaboration
<ul style="list-style-type: none"> <li>Eigene Website</li> <li>E-Mail-Marketing (z.B. Newsletter)</li> <li>Google My Business-Eintrag</li> <li>SEO – Suchmaschinenoptimierung</li> <li>SEA – Suchmaschinenwerbung</li> <li>Marketing-Automatisierung (z.B. Hubspot, Pardot)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eigener Online-Shop</li> <li>E-Commerce-Plattformen (z.B. Amazon, eBay)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook</li> <li>Instagram</li> <li>Youtube</li> <li>Pinterest</li> <li>LinkedIn/XING</li> <li>WhatsApp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Webkonferenz (z.B. Zoom, MS Teams)</li> <li>Gemeinsame Datenablage im Netz (z.B. MS OneDrive, Dropbox)</li> <li>Gemeinsame Bearbeitung von Dokumenten (z.B. Google Docs)</li> <li>Online-Plattformen zur Zusammenarbeit (z.B. Quip)</li> <li>Terminvereinbarung (z.B. Doodle)</li> </ul>

### 3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb - Online Marketing (Eigene Website)

**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.**

[Alle Befragten]

#### Eigene Website

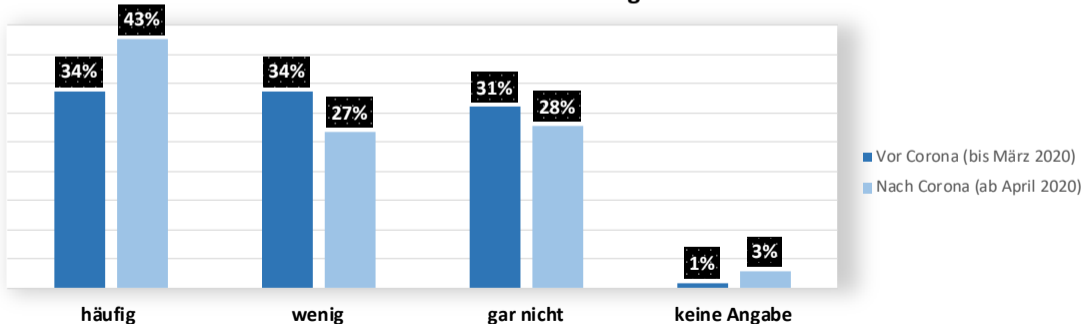


### 3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb - Online-Marketing (E-Mail-Marketing)

**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.**

[Alle Befragten]

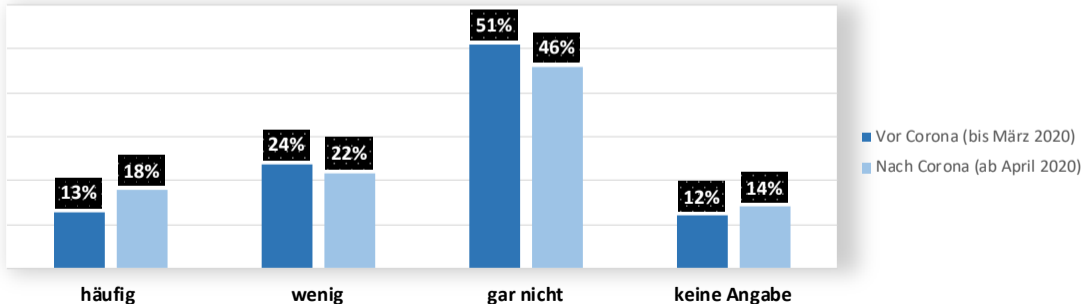
#### E-Mail-Marketing



3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb – Online-Marketing (Google My Business-Eintrag)  
**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.**

[Alle Befragten]

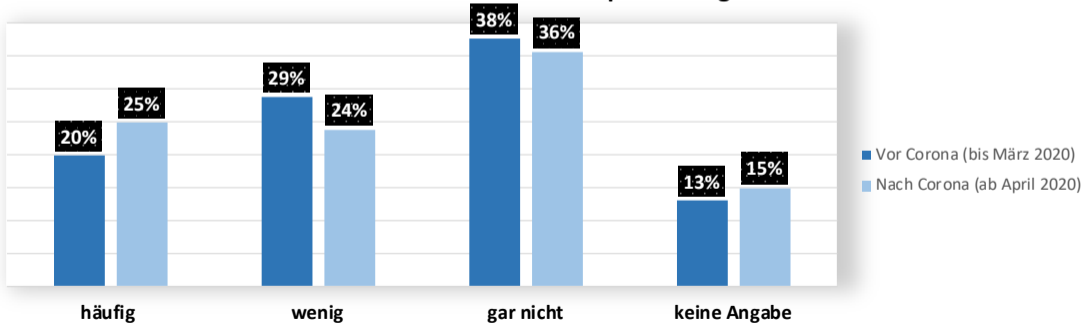
### Google My Business - Eintrag



3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb – Online-Marketing (SEO - Suchmaschinenoptimierung)  
**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.**

[Alle Befragten]

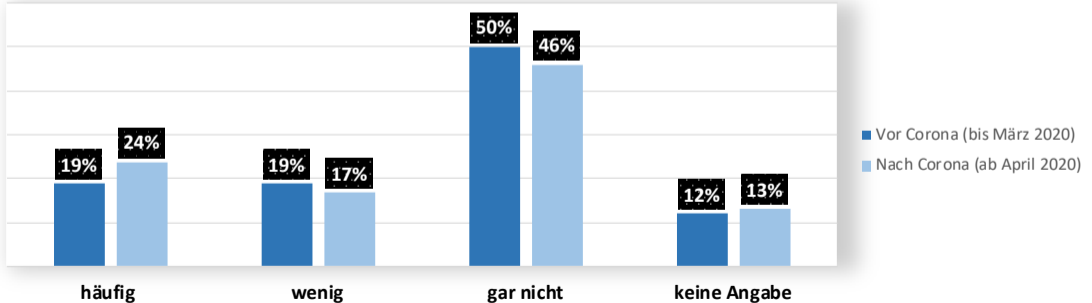
### SEO - Suchmaschinenoptimierung



3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb – Online-Marketing (SEA - Suchmaschinenwerbung)  
**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.**

[Alle Befragten]

### SEA - Suchmaschinenwerbung

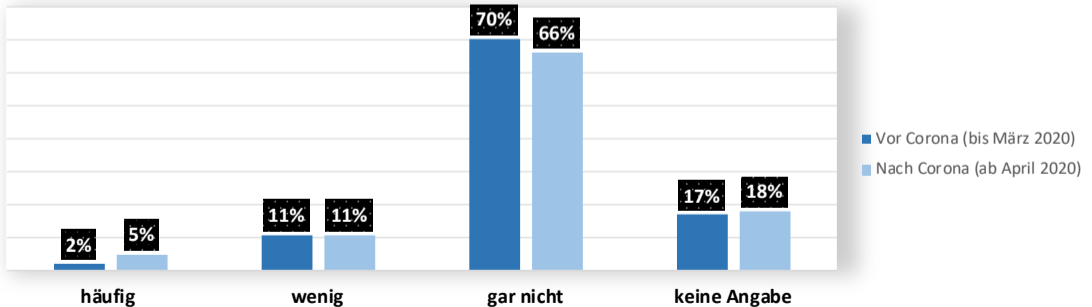




3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb – Online-Marketing (Marketing-Automatisierung)  
**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.**

[Alle Befragten]

### Marketing-Automatisierung



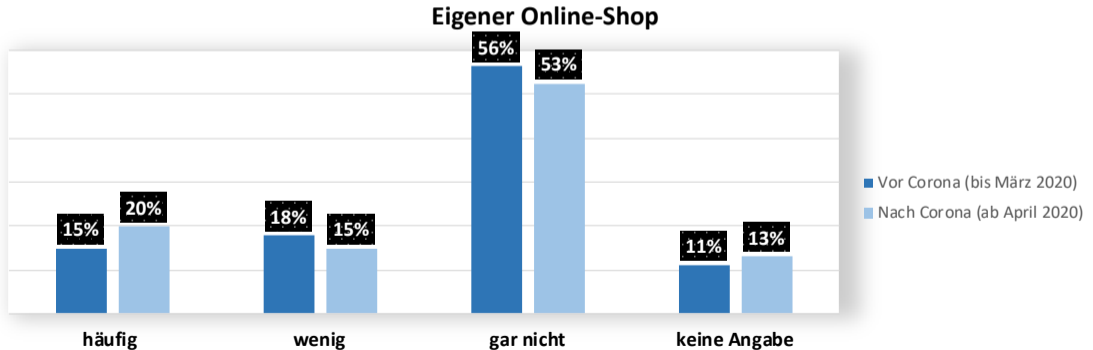
## 3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb

### Untersuchte Werkzeuge

Digitaler Vertrieb			
Digitale Werkzeuge			
Online-Marketing	Online-Shop/ E-Commerce	Social Media	Digitales Arbeiten - Collaboration
<ul style="list-style-type: none"> <li>Eigene Website</li> <li>E-Mail-Marketing (z.B. Newsletter)</li> <li>Google My Business-Eintrag</li> <li>SEO – Suchmaschinenoptimierung</li> <li>SEA – Suchmaschinenwerbung</li> <li>Marketing-Automatisierung (z.B. Hubspot, Pardot)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eigener Online-Shop</li> <li>E-Commerce-Plattformen (z.B. Amazon, eBay)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook</li> <li>Instagram</li> <li>Youtube</li> <li>Pinterest</li> <li>LinkedIn/XING</li> <li>WhatsApp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Webkonferenz (z.B. Zoom, MS Teams)</li> <li>Gemeinsame Datenablage im Netz (z.B. MS OneDrive, Dropbox)</li> <li>Gemeinsame Bearbeitung von Dokumenten (z.B. Google Docs)</li> <li>Online-Plattformen zur Zusammenarbeit (z.B. Quip)</li> <li>Terminvereinbarung (z.B. Doodle)</li> </ul>

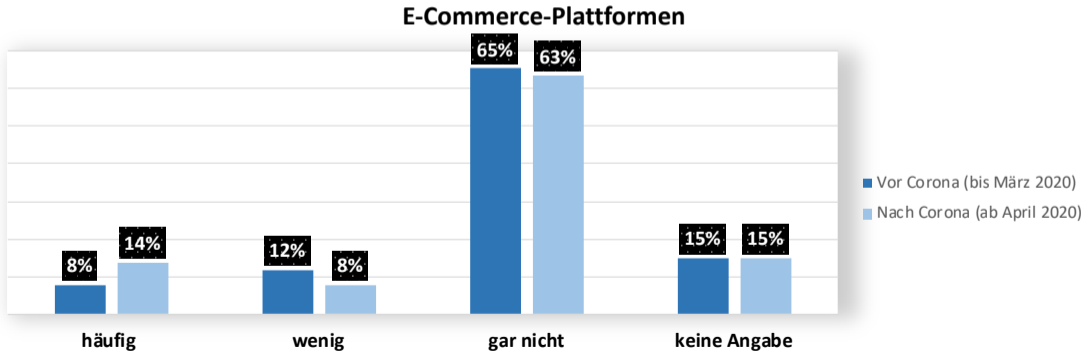
3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb – Online-Shop/ E-Commerce (Eigener Online-Shop)  
**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.**

[Alle Befragten]



3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb – Online-Shop/ E-Commerce (E-Commerce-Plattformen)  
**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.**

[Alle Befragten]



## 3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb

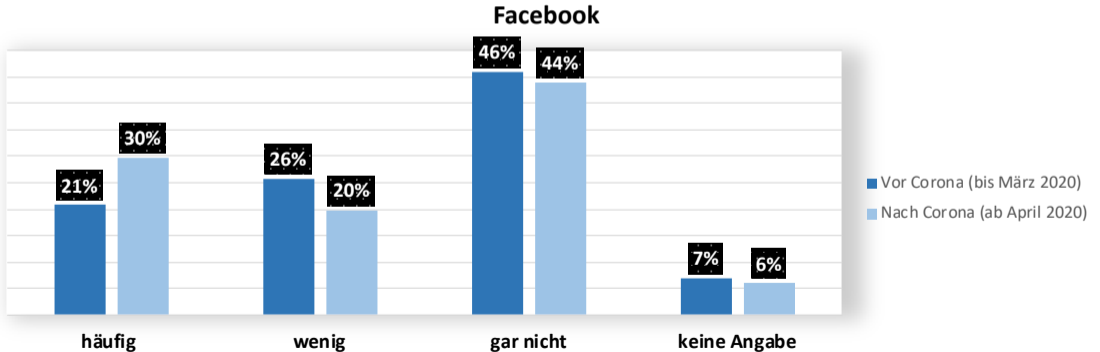
### Untersuchte Werkzeuge

Digitaler Vertrieb			
Digitale Werkzeuge			
Online-Marketing	Online-Shop/ E-Commerce	Social Media	Digitales Arbeiten - Collaboration
<ul style="list-style-type: none"> <li>Eigene Website</li> <li>E-Mail-Marketing (z.B. Newsletter)</li> <li>Google My Business-Eintrag</li> <li>SEO – Suchmaschinenoptimierung</li> <li>SEA – Suchmaschinenwerbung</li> <li>Marketing-Automatisierung (z.B. Hubspot, Pardot)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eigener Online-Shop</li> <li>E-Commerce-Plattformen (z.B. Amazon, eBay)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook</li> <li>Instagram</li> <li>Youtube</li> <li>Pinterest</li> <li>LinkedIn/XING</li> <li>WhatsApp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Webkonferenz (z.B. Zoom, MS Teams)</li> <li>Gemeinsame Datenablage im Netz (z.B. MS OneDrive, Dropbox)</li> <li>Gemeinsame Bearbeitung von Dokumenten (z.B. Google Docs)</li> <li>Online-Plattformen zur Zusammenarbeit (z.B. Quip)</li> <li>Terminvereinbarung (z.B. Doodle)</li> </ul>

### 3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb – Social Media (Facebook)

**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.**

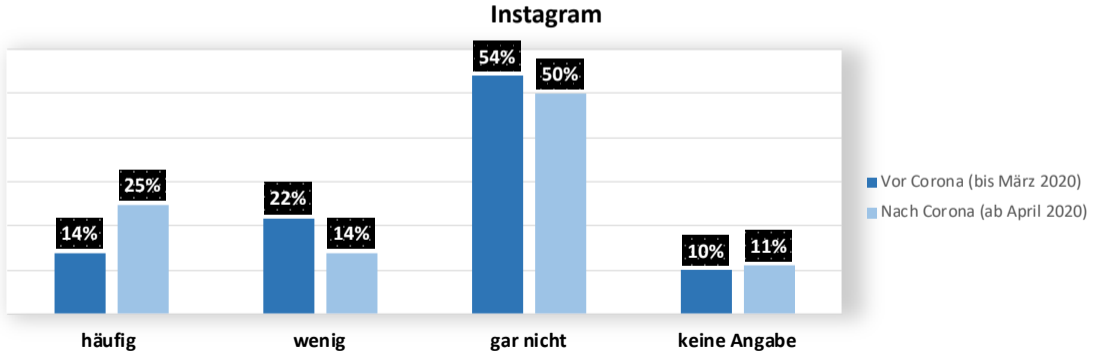
[Alle Befragten]



### 3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb – Social Media (Instagram)

**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.**

[Alle Befragten]

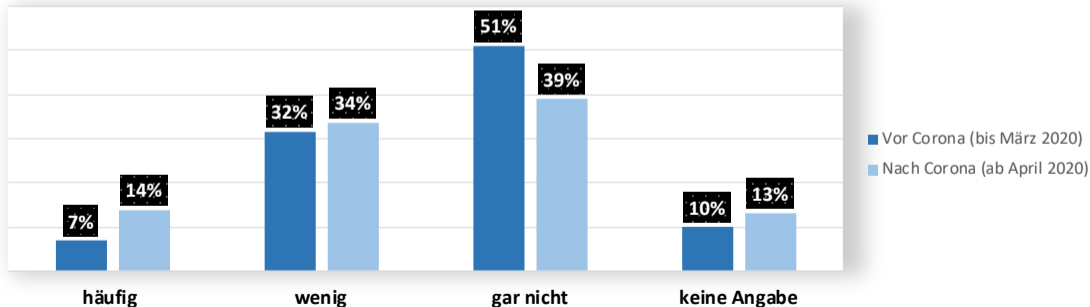


### 3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb – Social Media (Youtube)

**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.**

[Alle Befragten]

#### Youtube

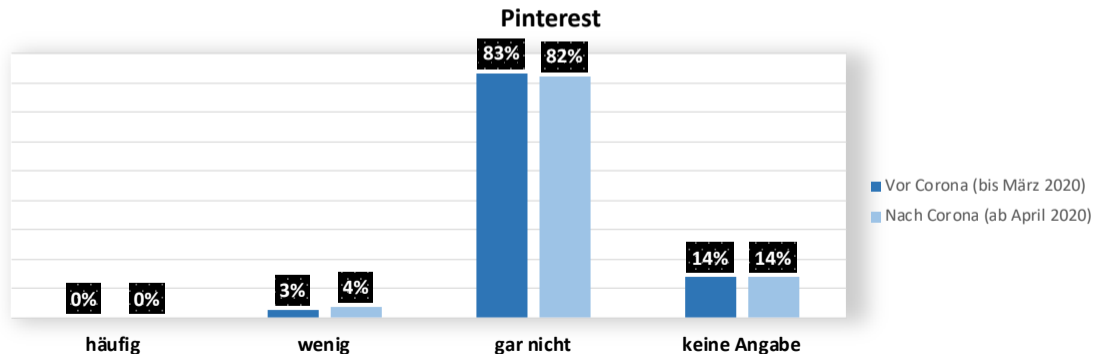




### 3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb – Social Media (Pinterest)

**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.**

[Alle Befragten]

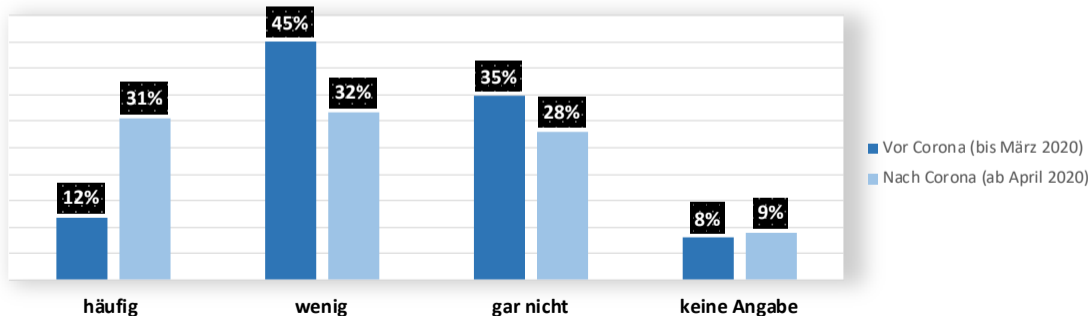


### 3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb – Social Media (LinkedIn/XING)

**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.**

[Alle Befragten]

#### LinkedIn/XING

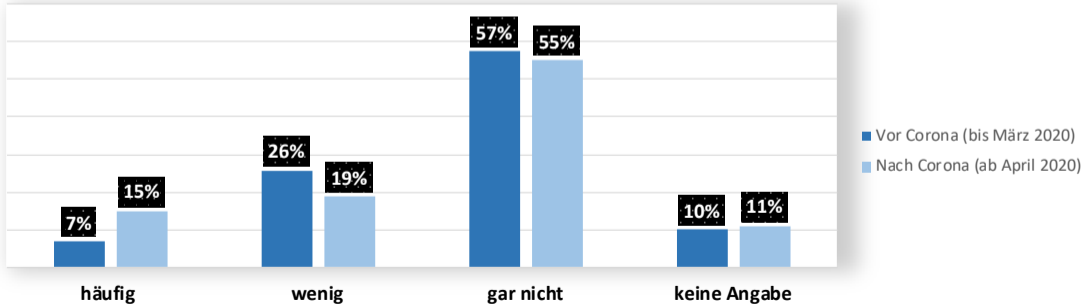


### 3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb – Social Media (WhatsApp)

**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.**

[Alle Befragten]

#### WhatsApp



## 3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb

### Untersuchte Werkzeuge

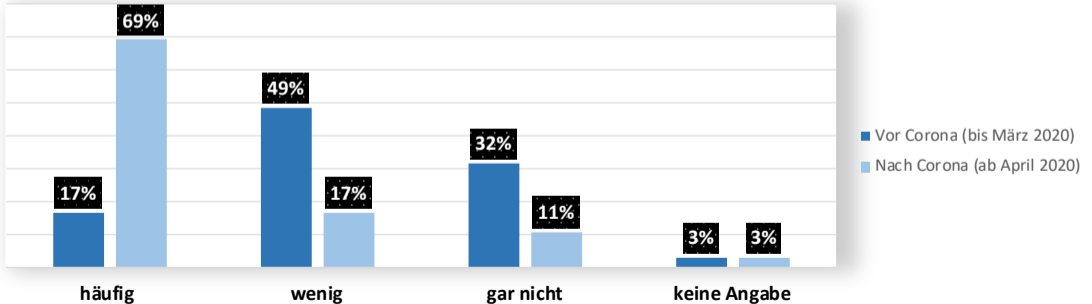
Digitaler Vertrieb			
Digitale Werkzeuge			
Online-Marketing	Online-Shop/ E-Commerce	Social Media	Digitales Arbeiten - Collaboration
<ul style="list-style-type: none"> <li>Eigene Website</li> <li>E-Mail-Marketing (z.B. Newsletter)</li> <li>Google My Business-Eintrag</li> <li>SEO – Suchmaschinenoptimierung</li> <li>SEA – Suchmaschinenwerbung</li> <li>Marketing-Automatisierung (z.B. Hubspot, Pardot)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eigener Online-Shop</li> <li>E-Commerce-Plattformen (z.B. Amazon, eBay)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook</li> <li>Instagram</li> <li>Youtube</li> <li>Pinterest</li> <li>LinkedIn/XING</li> <li>WhatsApp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Webkonferenz (z.B. Zoom, MS Teams)</li> <li>Gemeinsame Datenablage im Netz (z.B. MS OneDrive, Dropbox)</li> <li>Gemeinsame Bearbeitung von Dokumenten (z.B. Google Docs)</li> <li>Online-Plattformen zur Zusammenarbeit (z.B. Quip)</li> <li>Terminvereinbarung (z.B. Doodle)</li> </ul>

### 3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb – Digitales Arbeiten (Webkonferenz)

**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.**

[Alle Befragten]

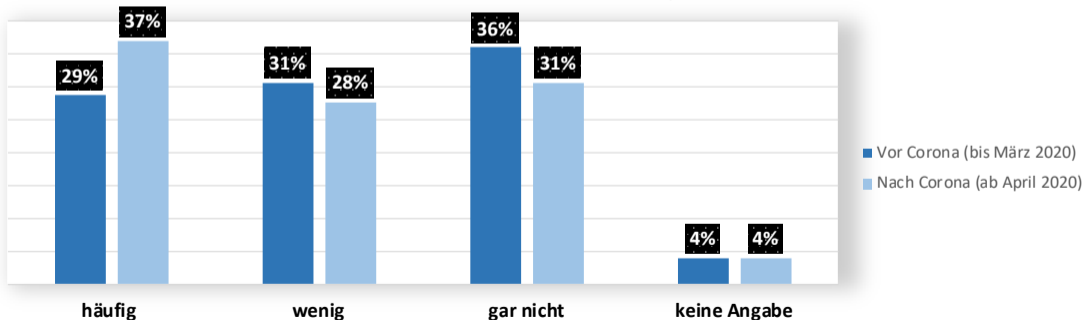
#### Webkonferenz



3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb – Digitales Arbeiten (Gemeinsame Datenablage)  
**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.**

[Alle Befragten]

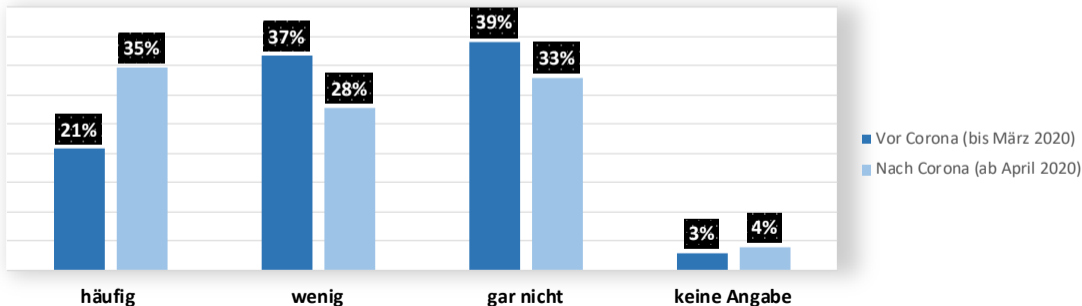
### Gemeinsame Datenablage



3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb – Digitales Arbeiten (Gemeinsame Bearbeitung Dokumente)  
**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.**

[Alle Befragten]

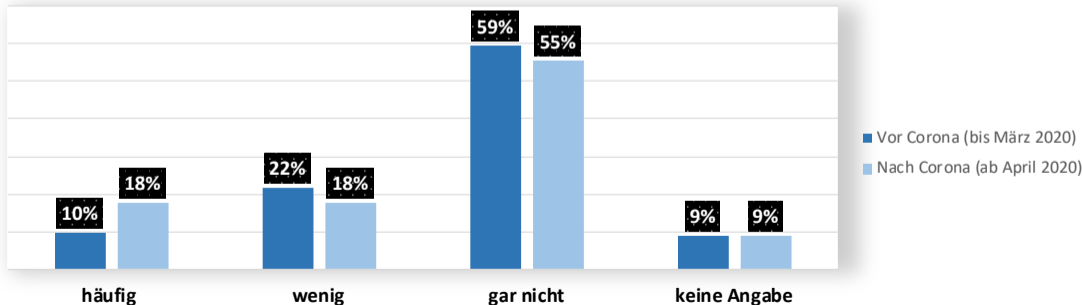
### Gemeinsame Bearbeitung von Dokumenten



### 3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb – Digitales Arbeiten (Online-Plattformen zur Zusammenarbeit)

**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.** [Alle Befragten]

#### Online-Plattformen zur Zusammenarbeit im Vertrieb



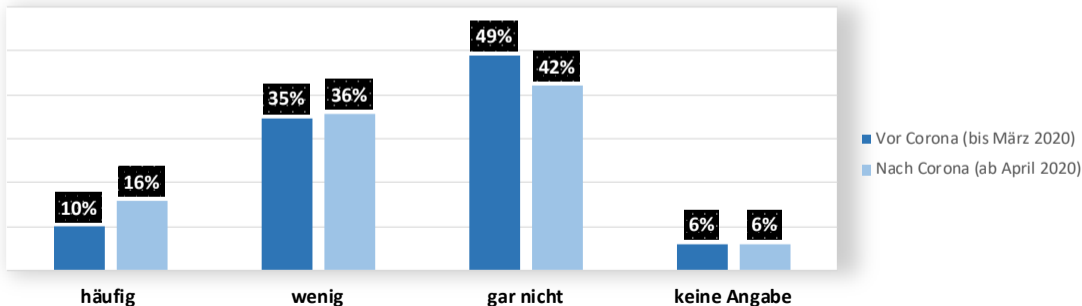


### 3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb – Digitales Arbeiten (Terminvereinbarung)

**Frage: Hier sehen Sie eine Auswahl an digitalen Werkzeugen, die im Vertrieb eingesetzt werden können. Bitte geben Sie an, ob und wie intensiv Sie diese Tools VOR Corona (bis einschließlich März 2020) und nun SEIT Corona (ab April 2020) nutzen.**

[Alle Befragten]

#### Terminvereinbarung



## Ergebnisse - Inhalte des Fragebogens

1 Merkmale der Befragten

2 Allgemeine Auswirkungen von Corona auf den digitalen Vertrieb

3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb

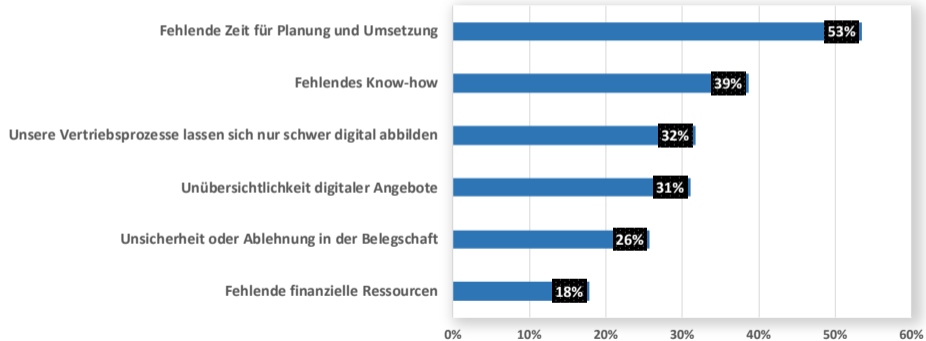
**4 Zentrale Herausforderungen im digitalen Vertrieb**

5 Nutzung von CRM-Systemen im digitalen Vertrieb

## 4 Zentrale Herausforderungen im digitalen Vertrieb

**Frage: Bitte nennen Sie die für Ihr Unternehmen größten Herausforderungen bei der Einführung digitaler Technologien im Vertrieb. (Mehrfachnennungen möglich)**

[Alle Befragten]



Unter „Sonstiges“ wurden folgende Themen genannt: Datenschutz, IT-Sicherheit, Skepsis/Vorbehalte des Managements, Priorisierung anderer Unternehmensbereiche beim Thema Digitalisierung



## 4 Zentrale Herausforderungen im digitalen Vertrieb

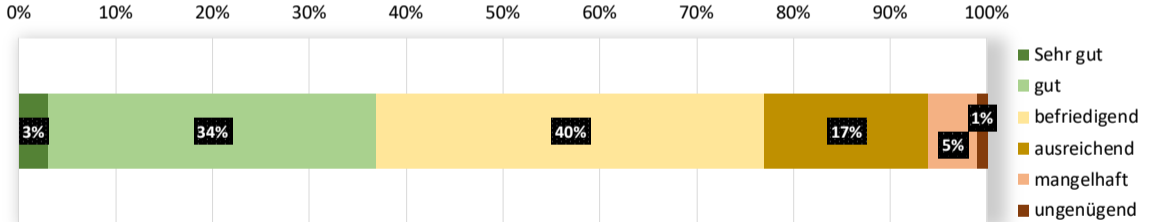
**Frage: Welche sonstigen Veränderungen planen Sie im digitalen Vertrieb, um mit der Krise umzugehen?**



## 4 Zentrale Herausforderungen im digitalen Vertrieb

**Frage: Wie würden Sie den aktuellen Stand der Digitalisierung im Vertrieb Ihres Unternehmens benoten?**

[Alle Befragten]



## Ergebnisse - Inhalte des Fragebogens

1 Merkmale der Befragten

2 Allgemeine Auswirkungen von Corona auf den digitalen Vertrieb

3 Einsatz digitaler Werkzeuge im Vertrieb

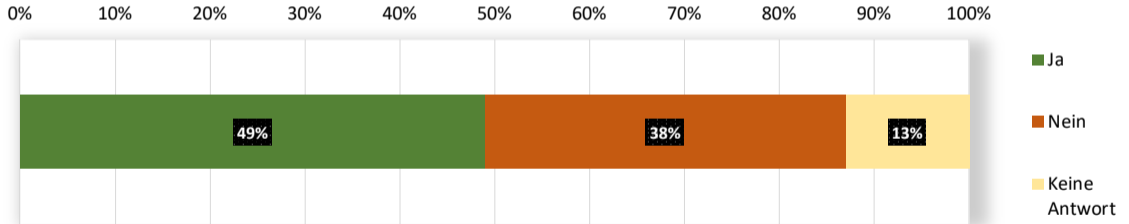
4 Zentrale Herausforderungen im digitalen Vertrieb

5 Nutzung von CRM-Systemen im digitalen Vertrieb

## 5 Nutzung von CRM-Systemen im digitalen Vertrieb

**Frage: Nutzen Sie zur Pflege von bestehenden Kundenbeziehungen ein digitales CRM-System?**

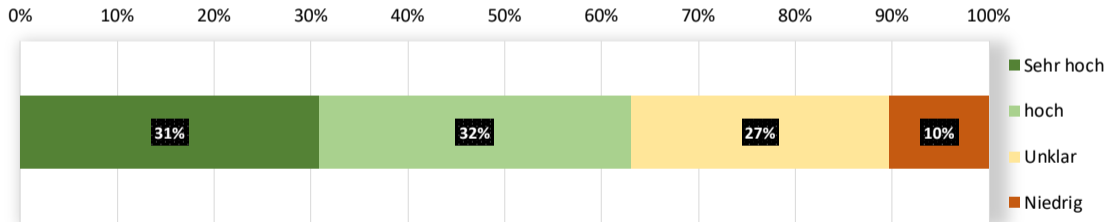
[Alle Befragten]



## 5 Nutzung von CRM-Systemen im digitalen Vertrieb

**Frage: Wie hoch schätzen Sie den Nutzen der aktuell eingesetzten CRM-Systeme in den Zeiten der Corona-Krise für Ihr Unternehmen ein?**

[Split-Auswertung (Nutzer von CRM-Systemen)]



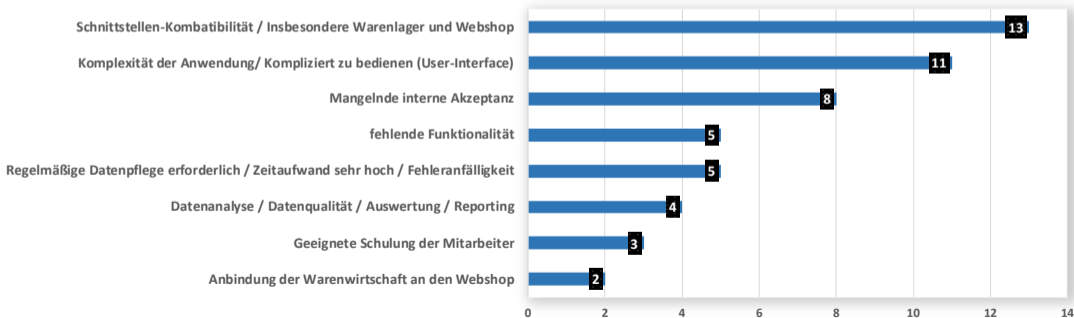


## 5 Nutzung von CRM-Systemen im digitalen Vertrieb

**Frage: Welche Aspekte der aktuell eingesetzten CRM-Systeme stellen Ihr Unternehmen vor Herausforderungen (bspw. fehlende Funktionalität, Schnittstellen-Probleme, Datensicherheit)? Bitte nennen Sie ein paar Aspekte.**

[Split-Auswertung (Nutzer von CRM-Systemen)]

### Häufige Nennungen



## 5 Nutzung von CRM-Systemen im digitalen Vertrieb

**Frage: Welche Aspekte der aktuell eingesetzten CRM-Systeme stellen Ihr Unternehmen vor Herausforderungen (bspw. fehlende Funktionalität, Schnittstellen-Probleme, Datensicherheit)? Bitte nennen Sie ein paar Aspekte.**

[Split-Auswertung (Nutzer von CRM-Systemen)]

### Weitere Nennungen

Verbindung von CRM mit Kunden (Kunde pflegt Daten selbst)	Automatisierte Prozesse, wie z.B. Adresserfassung, Auftragsimport-/export, etc.
Einbindung von Video	Daten-Import von Excel oder Social Media
Status der Datenbankanbindung	Fehlendes Anforderungsmanagement vor Anschaffung
Trennschärfe der Kundenanalyse	Hohe Kosten des Customizings
Abstimmungsprobleme im Einführungsprozess	Probleme mit Endgeräten (Tablets, Smartphones)
Sicherheitsanforderungen, z.B. Zwei Faktor Authentifizierung	zu wenig unternehmensindividualisiert

## Gliederung

1

Hintergrund und Zielsetzung

2

Zusammenfassung

3

Studiendesign und -aufbau

4

Ergebnisse

5

Fazit und Ausblick

## Fazit und Ausblick

### Fazit

Die Pandemie verstärkt Prozesse der Digitalisierung im Vertrieb deutlich. 84% der Befragten geben an, dass die Corona-Pandemie dazu geführt hat, dass sie mehr digitale Werkzeuge im Vertrieb nutzen. Drei Viertel sagen, dass die Pandemie dazu geführt hat, dass sie weitere Werkzeuge im digitalen Vertrieb eingeführt haben und dass Sie in Zukunft noch mehr digitale Werkzeuge im Vertrieb einsetzen möchten als bisher.

Fast alle digitalen Vertriebswerkzeuge werden seit der Pandemie intensiver genutzt als vor der Pandemie. Besonders gestiegen ist die häufige Nutzung von Webkonferenzen (+52%), LinkedIn/XING (+19%), E-Mail-Marketing (+9%) und Instagram (+9%). Verblüffend ist, dass insbesondere das Standard-Tool von Google (My Business) unter den Befragten nicht besonders viel genutzt wird oder zumindest nicht bekannt zu sein scheint.

Der Weg zur Digitalisierung im Vertrieb ist nicht einfach: Mehr als die Hälfte der Befragten gibt an, dass fehlende Zeit für Planung und Umsetzung der Digitalisierung eine zentrale Herausforderung darstellt (53%). Gleich danach folgt fehlendes Know-how (39%) und die Schwierigkeit, dass sich Vertriebsprozesse digital kaum abbilden lassen (32%). CRM-Systeme als komplexeres digitales Vertriebstool wird von knapp der Hälfte der Befragten Unternehmen eingesetzt.

## Fazit und Ausblick

### **Ausblick**

Die Beschleunigung des digitalen Wandels im Vertrieb hat durch die Pandemie zugenommen. Unternehmen, die sich nicht auf die aktuellen Herausforderungen der Digitalisierung im Verkaufsprozess einstellen, werden einen zentralen Wettbewerbsnachteil in Kauf nehmen müssen.

Ausgangspunkt von Digitalisierungsprojekten im Vertrieb bildet immer eine grundlegende Analyse des Status quo oder Reifegrads der eigenen digitalen Fähigkeiten. Erst wenn ein Überblick zu den digitalen Fähigkeiten des eigenen Vertriebs vorliegt, können konkrete nächste Schritte geplant werden. Dazu gehört eine gründliche Bestandsaufnahme bestehender Tools und darauf aufbauend ein Abgleich mit den Anforderungen relevanter Zielgruppen des Unternehmens.

Digitale Tools können externe und interne Prozesse unterstützen und damit Effizienz und Effektivität des eigenen Vertriebs nachhaltig verbessern. Allerdings gilt dabei nicht, je mehr digitale Werkzeuge desto besser ist der Vertrieb. Auch ein zufälliges Ausprobieren von Werkzeugen die gerade in der Öffentlichkeit oder von Geschäftspartnern diskutiert werden, bindet Arbeitskraft und verschwendet Ressourcen. Vielmehr ist es von zentraler Bedeutung, die für das eigene Unternehmen bedeutsamen Instrumente zu identifizieren, deren Funktionsweise sinnvoll einzusetzen und damit verbundene Kompetenzen zu erlernen sowie auszubauen. Unternehmen denen dies gelingt, bauen ihre Wettbewerbsvorteile gegenüber der Konkurrenz nachhaltig aus.