

# **Sales Excellence in österreichischen Industriebetrieben**

## **Stand der Prozessorientierung im Verkauf**

**Repräsentative Untersuchung durchgeführt in  
Zusammenarbeit mit dem Institut für Handel, Absatz und  
Marketing der Johannes Kepler Universität Linz bei 150  
österreichischen Industriebetrieben**

**Zeitraum Juli-August 2005**

## Executive Summary (1)

- Von 938 Unternehmen der österreichischen Industrie mit mehr als 100 Mitarbeitern wurden 150 (~15%) telefonisch interviewt.
- Die Hälfte der Unternehmen betreuen weniger als 500 Kunden.
- Der ADM macht pro Jahr durchschnittlich 449 Kundenbesuche.
- Ein ADM betreut 100 Kunden, falls Anteil Key Account kleiner 50%, bzw. 35 Kunden falls Anteil größer 50%.
- Ein ADM (falls Key Account Umsatz > 50%) besucht jeden seiner Kunden durchschnittlich 12,1 mal pro Jahr, ein ADM (Key Account Umsatz < 50%) besucht jeden seiner Kunden Ø 4,6 mal pro Jahr.
- Die Vertriebsausgaben liegen durchschnittlich knapp unter 10% des Umsatzes.
- Durchschnittlicher Kundenbesuch dauert eine Stunde.
- Der durchschnittliche ADM ist zwischen 30 und 50% seiner Zeit beim Kunden. Rund 45% der Befragten gaben an, dass sie ein starke Prozessorientierung im Verkauf haben.
- Die Erkenntnis, dass es verschiedenen Verkaufsprozesse gibt, gibt es lt. Eigenaussage nur bei 47% der Unternehmen.

## Executive Summary (2)

- Ein Viertel der befragten Unternehmen, ist der Meinung, dass Besuchsberichte nicht notwendig sind.
- Nur 25% der Unternehmen verwenden ein CRM System.
- Nur ¼ der Unternehmen führen Potenzialanalysen für ihre Kunden durch.
- Die Verkaufsschulungstage für Mitarbeiter liegt durchschnittlich bei 4,6 und Produktschulungstage bei 4. Die Coachingtage sind im Durchschnitt 8 je ADM.
- 66% der Unternehmen möchten den Grad der Prozessorientierung im Verkauf verstärken.
- Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass es einen erheblichen Nachholbedarf bezüglich der Verkaufsqualität in der österreichischen Industrie gibt.
- 3 wesentliche Defizite sind zu erkennen:
  - es wird viel zu wenig geschult und gecoacht
  - die digitale Datenverarbeitung der Außendienstinformationen ist unterentwickelt (z.B. Kundenpotenzialdaten, CRM System, etc..) und
  - die mangelnde Prozessorientierung, d.h. die Erkenntnis, dass es im Verkauf unterschiedliche Prozesse gibt

## Quote - Grundgesamtheit

Größenklassifizierung der österreichischen Industrie					Zusammensetzung der Stichprobe		
Sparte	Größenklasse (Mitarbeiter)	Anzahl Unternehmen 2004	%	Relevant (>100 MA, d.h. 938 U)	Größenklassen (Mitarbeiter)	Anzahl Unternehmen	%
Industrie	Gesamt	7.244	100%		Gesamt	150	100%
	0-100	6.306	87%		0-100	0	0%
	101-199	406	6%	43%	101-250	65	43%
	200-499	360	5%	38%	251-500	36	24%
	500+	172	2%	18%	500+	49	33%
Quelle: WKO Beschäftigungsstatistik in der Kammersystematik, Jahreswert 2004 (12 Monatsdurchschnitt); 1. Aufarbeitung					n=150		

- Von insgesamt 938 Unternehmen mit mehr als 100 MA wurden
- **501** Industrieunternehmen zufällig ausgewählt.
- Davon konnten bei **150** Unternehmen Interviews durchgeführt werden.
- Selektionskriterium: **mehr als 5 Mitarbeiter im Vertrieb** (Quotenfrage)

→ Die Zusammensetzung der Rücklaufquote lässt darauf schließen, dass die getroffenen Aussagen in erster Linie für große Unternehmen Gültigkeit haben.