



# Frust im B2B-Vertrieb: Vier von zehn Mitarbeitenden hadern mit ihrer CRM-Software

HubSpot-Studie zeigt aktuelle Herausforderungen im Vertrieb, unter anderem in der Zusammenarbeit mit dem Marketing

Berlin, 21. November 2022 — Vier von zehn deutschen Mitarbeitenden im B2B-Vertrieb halten die von ihnen genutzte CRM-Software für wenig effizient, um eine bessere Abstimmung zwischen Marketing und Sales zu erreichen. Lediglich ein Viertel (26 Prozent) ist mit der Effizienz seiner CRM-Software zufrieden. Das sind

Ergebnisse aus dem „Sales Strategy & Trends Report 2022“ des [HubSpot-Blogs](#). Aus Deutschland wurden dafür 106 Vertriebsmitarbeitende befragt, davon 66, die an B2B-Unternehmen verkaufen.

Smarketing, also die enge Zusammenarbeit und Abstimmung von Vertriebs- und Marketing-Teams, hat viele Vorteile für Unternehmen. Vier von zehn Vertriebsmitarbeitenden sehen den größten Vorteil in einer verbesserten Customer Experience. 38 Prozent geben Umsatzsteigerung an, während 30 Prozent den größten Nutzen darin sehen, eine gemeinsame Strategie zu verfolgen.

## **Mangelnde Zusammenarbeit zwischen Vertrieb und Marketing**

Bei der Zusammenarbeit von Vertrieb und Marketing ist allerdings noch Luft nach oben: Knapp ein Drittel der Mitarbeitenden im B2B-Vertrieb (30 Prozent) gibt an, dass Sales und Marketing sich entweder gar nicht oder nur wenig abstimmen. Bei 62 Prozent findet ein mäßiger Austausch zwischen den Teams statt. Lediglich 8 Prozent bestätigen eine starke Kooperation zwischen beiden Abteilungen. Die HubSpot-Studie zeigt weiter, dass eine fehlende Abstimmung zwischen Vertrieb und Marketing unter anderem zu Unzufriedenheit in Sachen Leadqualität führt: Nur 41 Prozent der befragten B2B-Vertriebsmitarbeitenden sind mit den Leads, die sie vom Marketing bekommen, zufrieden.

Die größte Hürde für eine enge Zusammenarbeit zwischen Sales- und Marketingteams ist laut 43 Prozent aller befragten Vertriebsmitarbeitenden der Mangel an effektiver Kommunikation. Knapp ein Drittel (32 Prozent) sieht die Abstimmung von gemeinsamen Zielen und Strategien als Schwierigkeit an. Für mehr als ein Viertel (26 Prozent) liegt die Herausforderung in der Übertragung und Nutzung von Kundendaten.

## **Das sind die Top-Vertriebsstrategien im B2B**

Für Vertriebsmitarbeitende im B2B ist eine funktionierende Kundenbeziehung wichtig: So geben 49 Prozent an, dass sie während des Verkaufsprozesses Beziehungen zu Kundinnen und Kunden aufbauen – keine andere Strategie wird häufiger genutzt. Auf Platz zwei der B2B-Vertriebsstrategien landet mit 34 Prozent das Anbieten von Preisnachlässen zur Verkaufsförderung. Darauf folgen die

Vereinbarung persönlicher Meetings sowie die Hervorhebung des Alleinstellungsmerkmals von Produkt oder Dienstleistung (jeweils 32 Prozent). Um Neukunden zu überzeugen, sei es am effektivsten, ein persönliches Treffen zu vereinbaren, so 73 Prozent der Befragten. Bei Bestandskunden sieht das anders aus: Hier landen Preisnachlässe mit 71 Prozent auf Platz eins.

## Vertriebskultur wichtig für Zielerreichung

Um erfolgreich verkaufen zu können, ist eine positive Vertriebskultur innerhalb des Unternehmens, also gemeinsame Werte, Regeln und Prozesse, vonnöten. Die Hälfte aller Befragten (52 Prozent) gibt an, dass die interne Vertriebskultur wichtig für die Erreichung der Vertriebsziele ist. Dabei sind Aspekte wie festgelegte Ziele und Erwartungen (35 Prozent), eine faire Vergütung (30 Prozent) sowie Anerkennung für Leistungen (27 Prozent) den befragten Salesmitarbeitenden im B2B sowie B2C am wichtigsten.

**Gregor Hufenreuter, Senior Director Sales DACH bei HubSpot:** „In wirtschaftlich schwierigen Zeiten wie diesen ist es wichtig, den Vertrieb so effizient wie möglich zu gestalten. Unsere Studie hat Stellschrauben aufgezeigt, die Unternehmen für sich austesten können. Dazu gehören eine gemeinsame Smarketing-Strategie für die enge Zusammenarbeit zwischen Vertrieb und Marketing und das Verfolgen gemeinsamer Ziele. Das Fundament dafür sind technische Lösungen, die es ermöglichen, einen einheitlichen Blick auf die Kundendatenbasis und -interaktionen zu haben. Zudem braucht es Führungskräfte in beiden Abteilungen, die eine enge Zusammenarbeit fördern und etablieren.“

## Studiensteckbrief

Für den „Sales Strategy & Trends Report 2022“ befragte HubSpot mit Unterstützung von Qualtrics im Mai 2022 mehr als 1.000 Vertriebsprofis weltweit aus B2B- und B2C-Unternehmen zu ihren aktuellen Herausforderungen. Aus Deutschland nahmen insgesamt 106 Vertriebsmitarbeitende teil (B2B und B2C), davon verkaufen 66 an B2B-Unternehmen. Dieser Text bezieht sich ausschließlich auf deutsche Zahlen.

## Bildmaterial

(Credits: HubSpot)

Porträt: [Gregor Hufenreuter](#), Senior Director Sales DACH bei HubSpot

**Studiengrafik:** Wie effektiv ist Ihre CRM-Software dabei, die Zusammenarbeit zwischen Vertriebs- und Marketing-Teams zu verbessern?

**Studiengrafik:** Vorteile der Zusammenarbeit von Vertriebs- und Marketing-Teams

**Studiengrafik:** B2B-Vertrieb stimmt sich nur mäßig mit Marketing-Teams ab

**Studiengrafik:** Die Top-3-Hürden bei der Zusammenarbeit von Vertrieb und Marketing

**Studiengrafik:** Top 3 der B2B-Vertriebsstrategien

## Über HubSpot

HubSpot (NYSE: HUBS) bietet eine führende CRM-Plattform (Customer Relationship Management) mit Software und Support, um Unternehmen beim Wachstum mit System zu unterstützen. Die HubSpot-Plattform umfasst Marketing-, Vertriebs-, Service-, Operations- und Websitemanagementprodukte, die für Unternehmen unterschiedlicher Größe in verschiedenen, skalierbaren Versionen erhältlich sind – angefangen bei kostenlosen grundlegenden Funktionen bis hin zu leistungsstarken Features für Großunternehmen. Heute setzen über 158.000 Nutzerinnen und Nutzer in mehr als 120 Ländern auf die leistungsstarken, benutzerfreundlichen Tools und Integrationen von HubSpot, um neue Kundinnen und Kunden anzuziehen, effektiv mit ihnen zu interagieren und sie immer wieder aufs Neue zu begeistern.

HubSpot ist laut Glassdoor der zweitbeliebteste Arbeitgeber 2022 und wurde unter anderem von Great Place to Work, Comparably, Fortune, Entrepreneur und Inc. für seine erstklassige Unternehmenskultur ausgezeichnet. HubSpot wurde 2006 gegründet und hat seinen Hauptsitz in Cambridge, Massachusetts. Das Unternehmen beschäftigt weltweit tausende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die



teils in Büros und teils im Homeoffice arbeiten. Der deutsche Unternehmenssitz befindet sich in Berlin.

Mehr auf [hubspot.de](https://www.hubspot.de) und auf der [Presseseite](#)

## **Pressekontakt**

Agentur Frau Wenk +++ GmbH

Tel.: +49 (0) 40 32904738-0

E-Mail: [hubspot@frauwenk.de](mailto:hubspot@frauwenk.de)

HubSpot

Anne-Kathrin Richter

PR & Brand Awareness Manager DACH

Tel.: +49 (0) 30 208486045

E-Mail: [arichter@hubspot.com](mailto:arichter@hubspot.com)