



## **10 Dinge die Sie wissen sollten, bevor Sie Teile Ihres Vertriebs outsourcen**

SalesBridge GmbH  
Neutormauer 8  
90403 Nürnberg  
+49 911 2369932  
[info@SalesBridge.de](mailto:info@SalesBridge.de)  
[www.SalesBridge.de](http://www.SalesBridge.de)

## **1. Was ist Vertriebsoutsourcing?**

Grundsätzlich ist es die Übertragung oder Entwicklung von Vertriebsressourcen, inklusiv aller Gemeinkosten wie z.B. Personalsuche, Lohn- und Gehaltsabrechnung, Versicherungen, Provisionen, Ausrüstung, Training, Coaching etc. sowie Managementverantwortung an eine externe Organisation. Der externe Dienstleister, der Outsourcing-Anbieter, hat die Verantwortung für das Management des Vertriebsteams um die Kundenanforderungen und –erwartungen zu erfüllen.

## **2. Seit wann gibt es Vertriebsoutsourcing?**

Outsourcing gibt es seit Jahrzehnten. Die Entwicklung dieser Industrie startete im Grunde genommen mit der Nutzung von Speicherzeit und –kapazitäten auf Großrechnern. Innerhalb des letzten Jahrzehntes wurde speziell IT-Outsourcing sehr bekannt und in der Praxis eingesetzt. In den letzten fünf Jahren kristallisierte sich das Modell des Business Process Outsourcing (BPO) als die effektivste Methode heraus, den größten Return on Investment (ROI) zu liefern.

## **3. Was verursacht den steigenden Bedarf für Vertriebsoutsourcing?**

„Vertriebliche Sachkenntnis“ – Viele Firmen werden von Ingenieuren oder anderen technische Fachleuten gegründet. Diese können das Geschäft bis zu einem bestimmten Grade wachsen zu lassen, doch um die nächste entscheidende Stufe des Unternehmenswachstums zu erreichen, benötigen Sie das Know-how von externen Vertriebs- und Marketingspezialisten.

„Taktischer Umsatz“ – Lösungen im Bereich Vertriebsoutsourcing, die von Beratungsleistungen bis zu operativen Outsourcingleistungen reichen, konzentrieren sich auf die Entwicklung von mittelfristigen Umsatzplänen, die Unternehmen in die Lage versetzen, Ihre nächste Wachstumsstufe schneller zu erreichen.

„Vertriebskosten“ – Wenn eine Organisation sich die wahren Kosten von Aufbau, Unterstützung und Management einer eigenen Vertriebsmannschaft betrachtet, wäre Sie sehr überrascht. Viele Unternehmen wissen gar nicht, welches die „wahren Vertriebskosten“ tatsächlich sind. Vertriebsoutsourcing bietet den Unternehmen kalkulierbare Fixkosten der Vertriebsleistung, gepaart mit leistungsorientierten Erfolgsanteilen.

„Geschwindigkeit“ – Ein anderer wichtiger Faktor ist „time to market“, es ist deutlich schneller möglich, durch ein gut ausgebildetes und gesteuertes Vertriebsteam die ersten Vertriebschritte durchzuführen, als diese durch den Auf- oder Umbau eines eigenen Vertriebs zu starten. Vertriebsprozesse sind bereits definiert und aufgesetzt und es kann in spätestens 45 Tagen mit operativen Aktivitäten begonnen werden.

**4. Woher weiß die Geschäftsleitung, dass es Zeit ist, über Vertriebsoutsourcing nachzudenken?**

Wenn es keine adäquate Vertriebsmannschaft gibt und die Entscheidung gefallen ist, zu wachsen, oder das Unternehmen hatte schon diverse (negative) Erfahrungen mit Vertriebsleitern und Verkäufern, die Schlichtweg keinen bzw. wenig Umsatz produzierten. Oder wenn die Organisation ein neues Produkt am Markt einführen will oder eine neue Region erschließen will. Oder ganz einfach die Neukundengewinnung ankurbeln will. Vertriebsoutsourcing sorgt in diesen Fällen für viel schnellere und erfolgsgerichteter Lösungen.

**5. Welches sind einige der Indikatoren oder Gründe, die ein Unternehmen die Notwendigkeit von Vertriebsoutsourcing vor Augen führen kann?**

Stagnierende Umsätze, hohe Personalfuktuation, geringe Auftragsquote, geringe Margen, Geschwindigkeit des Markteintritts, Marktanteile, Flexibilität von Vertriebsaktivitäten und Personal.

**6. Ein Schlagwort ist BPO – was bedeutet das?**

BPO steht für Business Process Outsourcing. Mit der Entwicklung von Outsourcing generell haben Unternehmen erkannt, dass sich eine größerer Return on Investment (ROI) durch die Übertragung der Verantwortung eines Funktionsbereiches oder einer Abteilung erzielen lässt. Im Gegensatz zu Information Technology Outsourcing (ITO), wo ein Unternehmen z.B. Desktop-PCs innerhalb bestimmter Abteilungen auslagert, beinhaltet BPO auch die Desktop-PCs, jedoch auch die Ressourcen und das Management dieser Abteilungen. Es ist also nicht nur die Technologie, sondern die gesamte Abteilung.

**7. Wie groß oder klein soll ein Unternehmen sein, um BPO, z.B. Vertriebsoutsourcing, einzuführen?**

Die meisten kleinen und mittleren Firmen benötigen Unterstützung bei der Generierung von mittelfristigen Umsatzstrategien. Aber auch große Unternehmen benötigen die Geschwindigkeit und Flexibilität von Vertriebsoutsourcing, um für ein spezielles Produkt oder eine neue Region in weniger als 45 Tagen eine Vertriebsmannschaft im Einsatz zu haben. Diese Vertriebsressourcen können dann in Abhängigkeit vom Erfolg erweitert oder reduziert werden.

**8. Wo liegt der Unterschied zwischen Verkäufern einer Outsourcing-Firma und Handelsvertretern?**

Echte Verkäufer repräsentieren einen Kunden solange Sie aktiv verkaufen. Vertriebsoutsourcing ist eine 1-zu-1 Beziehung der Verkäufer zu den Kundenprodukten oder – Leistungen, im Gegensatz zu Handelsvertretern, die 1-zu-viele Beziehungen pflegen und somit für mehrere Firmen verkaufen. Der Verkäufer der Outsourcing-Firma hat nur eine Visitenkarte des Kunden und tritt auch im Namen des Kunden auf.

**9. Was unterscheidet Vertriebsoutsourcing-Unternehmen?**

Vertriebsoutsourcing ist eine wachsende Branche, in der sich mehr und mehr neue Wettbewerber befinden. Es ist wichtig zu klären, ob der Outsourcing-Dienstleister Erfolg beim Aufbau und der Etablierung von externen Vertriebseinheiten hatte. Dieser sollte mindestens drei Jahre Erfahrung bei Wachstumsunternehmen besitzen. Die Vertriebsoutsourcing-Firma sollte das Geschäft des Kunden verstehen, und zwar nicht nur hinsichtlich Vertriebserfahrung, sondern auch ein klares Verständnis von vertikalen Märkten und Industrien sowie Verständnis für die Unterschiede zwischen dem Verkauf von einfachen Produkten und erklärungsbedürftigen Lösungen besitzen.

Wenn ein Technologieunternehmen ein Vertriebsteam aufbauen will, dann muss die Vertriebsoutsourcing-Organisation ein starkes Verständnis von Technologie und Lösungsverkauf besitzen, bevor sie einen Außendienst aufbauen und einführen kann. Ebenso unabdingbar ist das Wissen um Vertriebsorganisationsformen und die Dokumentation der notwendigen Vertriebsprozesse gemeinsam mit einer klar definierten Road Map der Vertriebspartnerschaft.

**10. Welches sind einige der Dienstleistungen von Vertriebsoutsourcing-Unternehmen?**

Die meisten Organisationen stellen Vertriebsressourcen zur Verfügung, wobei qualitativ hochwertige Dienstleister Ihre Kunden durch den Entwicklungsprozess der Vertriebspartnerschaft eng begleiten. Sollte das Vertriebsoutsourcing-Engagement einmal enden, hat der Kunde die Prozesse und das Wissen, um dieses oder ein eigenes Vertriebsteam weiterzuführen. Aufbau, Training und Management der Vertriebsmannschaft, um möglichst kurzfristige Umsatzerfolge zu erzielen und der Aufbau eines starken Unternehmens für die Zukunft sollte im Fokus aller Vertriebsoutsourcing-Unternehmen stehen.