



Strategic Outsourcing

Inhalt

1. Einleitung | Outsourcing – eine strategische Entscheidung
2. Ein neues Marktumfeld bedingt neue Vertriebsmodelle
3. Dynamische Märkte benötigen flexible Vertriebsressourcen
4. Die Salesforce der Zukunft
5. Die 5 Gründe, weshalb Unternehmen outsourcen
6. Zusammenfassung und Fazit

“Do what
you do best,
outsource
the rest”

Peter Drucker



OUTSOURCE

INHOUSE

Einleitung



**Outsourcing –
eine strategische
Entscheidung**

**Johann-Hinrich Nagel,
Geschäftsführer**

Die Covid-19-Krise hat alle Branchen schwer getroffen, eine unmittelbare Änderung der Situation ist nicht in Sicht. Nichtsdestoweniger wird – sobald eine Erholung der Märkte wieder stattfinden kann – Outsourcing mehr Relevanz als zuvor haben.

Während vorherige Finanzkrisen dazu führten, dass viele Unternehmen sehr umsichtig im Voraus planten, um den Geschäftsbetrieb sicherzustellen, so ist die aktuelle Pandemielage nicht wirklich planbar. Verständlicherweise wurden Betriebe sowohl von den direkten als auch von den indirekten Effekten der Pandemie unvorbereitet getroffen. Letztlich steht der Erfolg oder Misserfolg von Unternehmen nun im direkten Zusammenhang mit deren Anpassungsfähigkeit. Organisationen sehen nun verstärkt die Notwendigkeit einer Planung für das Unvorhersehbare. Flexibilität und Agilität müssen nun in die Strategie miteinfließen, damit etwaige zukünftige Herausforderungen hierin bereits berücksichtigt werden.

Einer der wichtigsten Faktoren für Organisationen in dieser Pandemie ist sicherlich der der Auswirkungen auf die Mitarbeiter. Vorausplanungen, die das Überleben des Unternehmens und darüber hinaus gewährleisten sollen, müssen jetzt die Balance zwischen Unternehmenssicherung und Verantwortung der Mitarbeiterschaft gegenüber finden.

Vertriebsoutsourcing ist daher gerade jetzt eine sinnvolle Option, um die Kontinuität des Vertriebs zu gewährleisten und gleichzeitig den Organisationen zu ermöglichen sich auf ihr Kernbusiness zu konzentrieren. Outsourcing ermöglicht die kosteneffizienteste Art des Sell-ins. Aufgrund des stetigen Wandels ist Outsourcing mehr denn je ein wichtiger strategischer Schachzug von Unternehmen in diesem neuen Zeitalter.



Ein neues Marktumfeld bedingt neue Vertriebsmodelle

“ ORGANISATIONEN SEHEN DIE UNVORHER-
SEHBARKEIT DER AKTUELLEN ENTWICKLUNGEN
ALS GRÖSSTES GESCHÄFTSRISIKO.

“ **92%** DER UNTERNEHMEN BERÜCKSICHTIGEN
VARIABLE EINKOMMENSSTRUKTUREN IN IHREN VORAUS-
PLANUNGEN FÜR DIE NÄCHSTEN 3 JAHRE, EINE
ENTSPRECHENDE KOSTENSCHÄTZUNG IST UNTER DEN
JETZIGEN BEDINGUNGEN JEDOCH SCHIER UNMÖGLICH.

Just-in-time-Produktion ist ein etabliertes Geschäftsmodell, das von vielen Organisationen übernommen wurde zwecks Kostenreduktion und Sicherstellung eines optimalen und stetigen Produktionsprozesses. Die Schwachstelle des Modells ist jedoch dessen Abhängigkeit von einer akkuraten Vorausplanung. Für die aktuelle Krisensituation ist dieses Modell somit nicht mehr anwendbar.

Die vermehrte Unsicherheit hinsichtlich der zukünftigen Marktentwicklung führt dazu, dass Unternehmen nun eine Art Just-in-case-Modell für ihre Organisation adaptieren müssen, das auf einer „Planung des Unvorhersehbaren“ basiert.

Dies umzusetzen erfordert eine hohe Schnelligkeit und Anpassungsfähigkeit, damit Organisationen den Trends der Märkte und deren naturgemäßen Schwankungen entsprechen können, was sich gerade auch in finanzieller Hinsicht widerspiegelt.

Das Just-in-case-Modell bietet Organisationen eine große Chance, auf alle Eventualitäten ihres Geschäftsbetriebes einzugehen. Um dies aber fest im Unternehmen etablieren zu können, braucht es neben einer allumfassenden Denkweise auch schnelle und kritische Analysen. Outsourcing ermöglicht das und bietet darüber hinaus das dringend benötigte Expertenwissen. Mittels Vertriebsoutsourcing haben Unternehmen somit eine profunde Chance, der aktuell unruhigen Lage in den Märkten zu begegnen und gleichzeitig fokussiert die Bereiche anzugehen, die Umsatz generieren.



“ **4 VON 5 ORGANISATIONEN IN EUROPA, ASIEN UND NORD-AMERIKA SETZEN BEREITS AUF DAS GESCHÄFTSMODELL OUTSOURCING. 45%** DER UNTERNEHMEN IN ÜBER 29 LÄNDERN SAGEN, SIE WERDEN IN DEN KOMMENDEN 18 MONATEN VERMEHRT OUTSOURCING BETREIBEN ANSTELLE VON INHOUSERECRUITING.



EXPERTISE



FLEXIBILITY



FOCUS



CHANGE



COST

Dynamische Märkte benötigen flexible Vertriebsressourcen

62% DER UNTERNEHMEN BENENNEN ZUGANG ZU EXPERTISE UND FLEXIBLE BESCHÄFTIGUNGSMODELLE ALS HAUPTGRUND FÜR IHRE OUTSOURCINGENTSCHEIDUNG.

ZWAR GLAUBEN **64 %** DER UNTERNEHMEN, DASS EIGENE MITARBEITER IM VERTRIEB EINEN MEHRWERT GEGENÜBER OUTGESOURCTEN MITARBEITERN HABEN,

90% DERSELBEN UNTERNEHMEN GEBEN ALLERDINGS AN, DASS DIE VERTRIEBSLEISTUNG DURCH OUTSOURCING VERGLEICHBAR ODER SOGAR BESSER IST ALS MITTELS EINER INHOUSELÖSUNG.

Alle befragten Unternehmen bestätigten, dass es – in einem sich laufend ändernden Marktumfeld – die Fixkosten für fest angestellte Mitarbeiter sind, die sie vor wachsende Herausforderungen stellen. **Unternehmen, die auf spezialisierte Vertriebsoutsourcingpartner zurückgriffen, konnten sich am schnellsten der Pandemielage anpassen**, da diese Unternehmen sich auf ihr Kernbusiness konzentrieren konnten, während die Vertriebsdienstleister sich auf die Herausforderungen bei der Mitarbeiterbeschaffung und dem Vertrieb fokussierten.

ÜBER **70 %** DER BEFRAGTEN UNTERNEHMEN WIESEN DARAUFG HIN, DASS SIE BEDINGT DURCH DIE FEHLENDE FLEXIBILITÄT BEI DEN FESTANSTELLUNGSVERTRÄGEN FINANZIELLE PROBLEME HABEN.

ZUSÄTZLICH ZUR BEREITSTELLUNG VON FLEXIBLEN AUSSENDIENSTKAPAZITÄTEN IN DER COVID-19-SITUATION FÜHRTE DIE CPM-EIGENEN BESCHÄFTIGUNGSMODELLE AUF KUNDENSEITE ZU MITARBEITERKOSTENEINSPARUNGEN VON **4,5 MILLIONEN EUR.**

Die renommierte Unternehmensberatung McKinsey empfiehlt das Vertriebsoutsourcing als einfachsten und schnellsten Weg zur Gewinnerholung. Auch wenn das Outsourcing des Vertriebs früher als eine Methode betrachtet wurde, einem Unternehmen zu helfen, ein kostengünstiges Betriebsmodell zu nutzen, sehen heute viele Unternehmen im Vertriebsoutsourcing ein strategisches Instrument für ihr Geschäft. Die erfolgreichsten Beispiele für Vertriebsoutsourcing zeigen, wie Unternehmen Outsourcingpartnerschaften in ihren strategischen Fahrplan einbinden und die Expertise, den Umfang und die Flexibilität einer Outsourcingpartnerschaft nutzen, um Markenwachstum zu erreichen.

Während die Fähigkeit, Vertriebsressourcen je nach Bedarf zu vergrößern oder zu verkleinern, eine Grundvoraussetzung für das Vertriebsoutsourcing ist, sollte ein Outsourcingpartner aufgrund seiner Denkweise und seiner Umsetzungsqualität ausgesucht werden.

Die Qualität des Personals auf allen Ebenen der Outsourcingagentur ist wichtig, da dieses Personal direkt zum Wachstum der Marke des Partnerunternehmens beiträgt.

Da Outsourcingpartner Zugang zu verschiedenen Branchen und Unternehmen haben, sind sie als Arbeitgeber gerade bei Top-Talenten sehr attraktiv. Marken können von diesem sich entwickelnden Talentpool profitieren, um ihre Geschäftsstrategie und ihre Ergebnisse voranzutreiben. Der Zugang zu diesen Experten bietet Unternehmen kontinuierliche Beratung und frisches Denken, das ihnen sonst vielleicht nicht zur Verfügung stehen würde.



Die Salesforce der Zukunft

Zwar hat die Pandemie zu vielen Einschränkungen geführt, allerdings auch zu einigen wertvollen Erkenntnissen. Die Zukunft wird immer digitaler werden. Der Covid-19-bedingte Lockdown macht diese Tatsache ganz offensichtlich. So wird immer klarer, dass digitales Leistungsvermögen der Differenzierungsfaktor ist, der darüber entscheidet, ob ein Geschäftsmodell relevant bleibt und überlebensfähig ist.

Allerdings gehen die sehr erfolgreichen Unternehmen diesbezüglich noch weiter, indem sie ihre digitalen Kanäle ständig verbessern und erweitern. Sie sind erfolgreich darin, fortschrittliche Analysetools anzuwenden und die Datenquellen mit eigenen Insights zu kombinieren, um so bessere und schnellere Entscheidungen treffen zu können und die Kundenbindung zu stärken.

Der Covid-19-Lockdown hat die Entwicklung des Onlinehandels beschleunigt. Umfangreiche Verkaufsdaten werden nun online generiert. Darüber hinaus wurde die Anzahl der im Homeoffice Arbeitenden immens erhöht. Es gibt keine Anzeichen dafür, dass sich diese dem Vor-Covid-19-Zeiten-Niveau wieder angleichen wird.

Die Verkaufsgrundlagen sind online wie offline die gleichen. CPM investiert stark in digitale Kapazitäten und Know-how darüber, wie man die physische, digitale und kommunikative Salesjourney verbindet.

“ **100%** DER ORGANISATIONEN SEHEN EINE VERBINDUNG ZWISCHEN IHREN DIGITALEN FÄHIGKEITEN UND IHRER ANPASSUNGSFÄHIGKEIT IM RAHMEN DER PANDEMIE.

88% DER UNTERNEHMEN SCHÄTZEN, DASS FLEXIBLE HOMEOFFICELÖSUNGEN AUCH NACH DER PANDEMIE NOCH BESTAND HABEN WERDEN.

“ **53%** DER MITARBEITER WÜRDEN AKTUELL DIEJENIGEN ARBEITSANGEBOTE ABLEHNEN, BEI DENEN FLEXIBLES ARBEITEN NICHT BESTANDTEIL IST.

“ **92%** DER BEFRAGTEN GABEN AN, DASS SIE AUCH ZUKÜNFTIG (NACH DER LOCKDOWNPHASE) MEHR AUF ENTSCHEUNIGUNG UND IHR WOHLERGEHEN ACHTEN WERDEN UND DIE WORK-LIFE-BALANCE EIN WICHTIGES KRITERIUM FÜR DIE ENTSCHEIDUNG FÜR EINE ARBEITSSTELLE IST.



EXPERTISE



FLEXIBILITY



FOCUS



CHANGE



COST

“ UNSERE AXIS-DATENANALYSETOOLS ERMÖGLICHEN UNSEREN KUNDEN MAXIMALE EFFIZIENZ FÜR IHRE VERTRIEBSAKTIVITÄTEN. DIE MARKEN UNSERER KUNDEN VERZEICHNEN BIS ZU **23%** UMSATZANSTIEG. ”

Mit dem schnelleren Aufkommen des digitalen Vertriebskanals wird die Grenze zwischen Offline- und Onlinevertrieb verschwimmen. Es ist entscheidend, dass Unternehmen einen Vertriebspartner wählen, der ihre Werte teilt und ihren Ruf genauso schätzt und schützt wie sie selbst.

Über **2 Milliarden** Konsumenten besuchen den Onlinemarktplatz täglich. Onlineshopping ist die häufigste Beschäftigung im Internet nach Social Media.“

Vertriebsoutsourcingagenturen haben Möglichkeiten, ihren Kunden auch digitale Verkaufskapazitäten zur Verfügung zu stellen. CPM investiert in digitale Expertise und schafft Kapazitäten, um Kunden eine bestmögliche Verbindung von physikalischem, digitalem und verbalem Vertrieb anbieten zu können.

Diejenigen Unternehmen, die aktuell am erfolgreichsten sind, verwenden Daten, das Internet of Things und Artificial Intelligence, um ihre Vertriebsaktivitäten zu optimieren. Fortlaufend müssen Unternehmen neue Datenquellen einbeziehen und neue Vertriebsmodelle erstellen, um Echtzeitentscheidungen treffen zu können, die das Umsatzwachstum fördern. Genauso, wie viele Risikobewertungs- und Finanzmodelle nach der Finanzkrise 2008 neu aufgebaut werden mussten, wird auch die Nutzung von Daten und Analysen neu kalibriert werden müssen, um die Post-Covid-19-Realität widerzuspiegeln. Dazu werden schnelle und adaptierbare Modelle ebenso benötigt wie die Erstellung neuer Datensätze und die Verbesserung der Modellierungstechniken.

Richtig angewandt bieten sich Unternehmen so etliche Chancen hinsichtlich Vorausplanung, Nutzung von Geschäftschancen, Kostenmanagement und Umgang mit Volumenänderungen. Strategische Outsourcingpartner investieren in diese Fähigkeit als eine Selbstverständlichkeit bei der Entwicklung ihres Vertriebsangebots.

Organisationen fokussieren sich auf die Weiterentwicklung ihres Markenversprechens, während die Vertriebsoutsourcingpartner sich auf Markenvertrieb und -wachstum konzentrieren – eben Menschen und Technologie. Wichtige Basis dafür ist die Investition in innovative Vertriebstechnologien, die ohne Outsourcingpartner für ein Unternehmen allein wohl kaum umsetzbar wäre. Solche sehr spezifischen Ausgaben werden in Unternehmen meist zugunsten anderer priorisierter Inhouse-themen verwendet.

“ **CPM** INVESTIERTE BETRÄCHTLICH IN DIE WEITERENTWICKLUNG BESTER VERTRIEBSTECHNOLOGIEN, UM UNSEREN KUNDEN BESTMÖGLICHE UNTERSTÜTZUNG IM VERKAUF ZU BIETEN. ”

“ DURCH DIE VERWENDUNG VON DETAIL, UNSEREM ONLINEMERCHANDISINGTOOL, KONNTE EINER UNSERER KUNDEN DURCH AUFDECKEN ENTSPRECHENDER VERKAUFSCHANCEN IM ONLINEVERTRIEB EINE SOFORTIGE ERHÖHUNG DES VERTRIEBS-ROI IM VERHÄLTNIS **24 : 1** ERZIELEN. EIN ANDERER KUNDE VERDOPPELTE SEINEN MARKTANTEIL IN 4 LÄNDERN IN 2 JAHREN, INDEM ER DAS DETAIL-TOOL FÜR TÄGLICHE AUDITS DER ONLINEVERKAUFSABWICKLUNG EINSETZTE. ”



EXPERTISE



FLEXIBILITY



FOCUS



CHANGE



COST

Die 5 Gründe, weshalb Unternehmen outsourcen

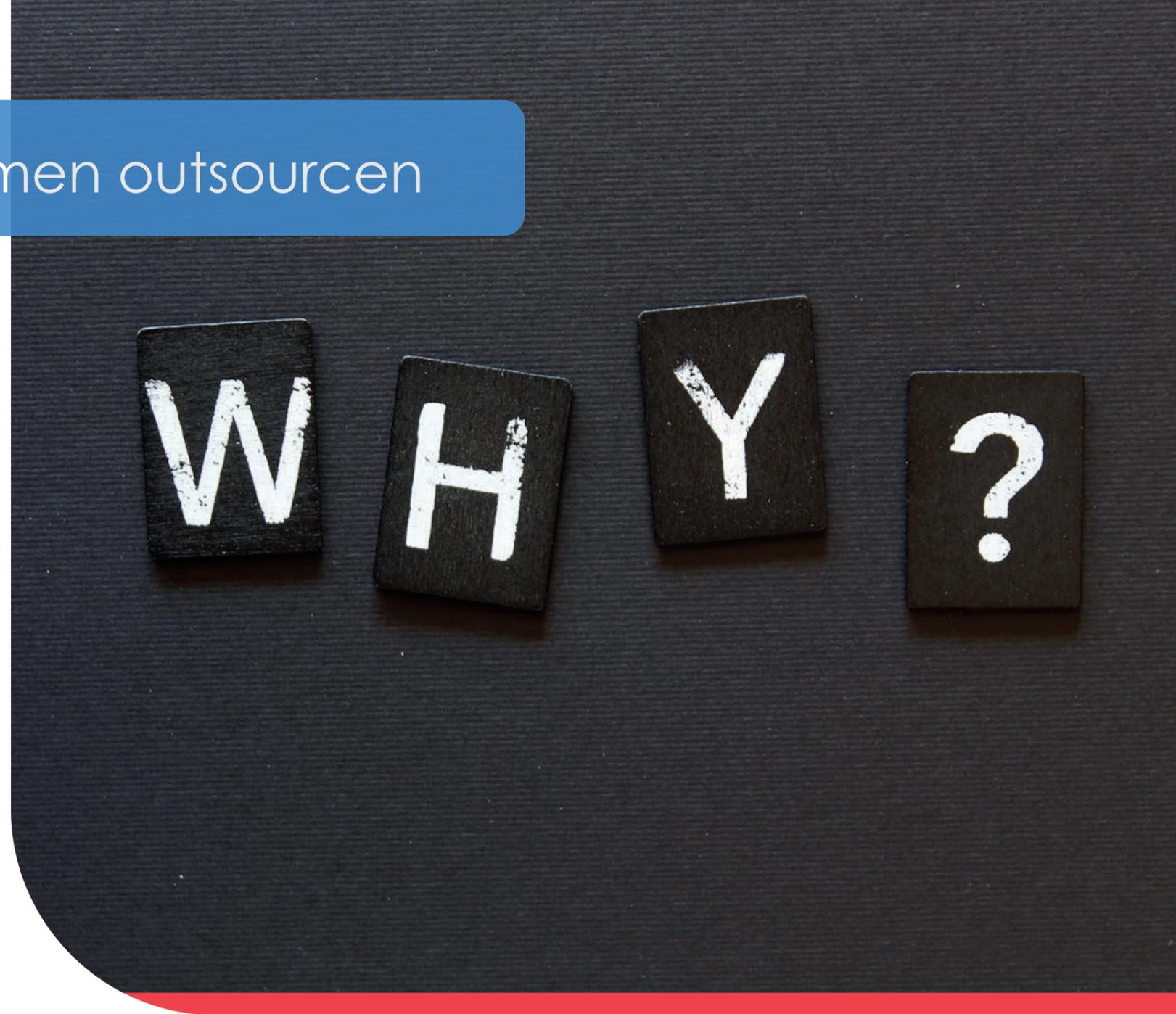


Expertise – Top-Verkaufstalente, die Ihrer Marke zugetan sind

Von Unternehmen erwartet man die besten Produkte. Die Kernkompetenz der Vertriebsagenturen ist das umfangreiche Vertriebswissen. Somit bieten strategische Outsourcingpartner einen starken Pool an Expertenwissen und Vertriebstalenten, von dem Unternehmen nur profitieren können.

Eine Vertriebsoutsourcingpartnerschaft gibt Unternehmen **Zugriff auf die besten Vertriebsexperten und somit auch auf das Know-how und die Erfahrungswerte des Vertriebspartners. Langjährige Vertriebserfahrung, gerade auch branchenübergreifend, ist hier der absolute Benefit für Unternehmen.**

Investitionen in die neuesten Vertriebstools sind eine Sache. Erfolg haben diejenigen Unternehmen, die Zugriff auf innovative Analysemodelle und aktuelle Datenquellen haben, um so wichtige Vorhersagen treffen zu können, beispielsweise hinsichtlich der Verkaufschancen pro Markt. Nur so können Außendienstaktivitäten optimiert und der Vertriebs-ROI gesteigert werden. Strategische Vertriebsoutsourcingpartner sind Experten auf diesem Gebiet und greifen hierzu auf ihre innovativen Analysetools zurück, die auf tagesaktuellen Datenbanken basieren.



“

Ich muss CPM nicht verlassen, um Neues zu erleben, da ich die Möglichkeit hatte, in den letzten 6 Jahren für 3 Brands tätig zu werden.

CPM-Außendienstler

“ **CPM** INVESTIERT **10%** DES UMSATZES KONTINUIERLICH IN MITARBEITERWEITERENTWICKLUNG UND TRAININGS.



EXPERTISE



FLEXIBILITY



FOCUS



CHANGE



COST



Flexibilität – legen Sie den Rhythmus fest, der zu Ihrem Geschäft passt

Der Covid-19-Lockdown ist das beste Beispiel dafür, wie Unvorhergesehenes Businesspläne durcheinanderbringen kann. In diesen besonderen Zeiten bleibt Ihr ausgelagertes Vertriebsteam dem Verkauf Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung verpflichtet und skaliert die Ressourcen entsprechend der Marktdynamik auf und ab. Vertrieb ist stark bedarfsabhängig. Diese Flexibilität ist auch auf andere Szenarios anwendbar wie beispielsweise **saisonale Vertriebsaktivitäten, Neuprodukteinführungen oder die Abwehr von Wettbewerbsaktivitäten. Vertriebsoutsourcing bedeutet, dass Sie bei Veränderungen Experten zur Verfügung haben, die das tun, was Sie am meisten brauchen, wenn Sie es am meisten brauchen.**

Sobald Ihr Bedarf sich ändert, können durch Outsourcing die Vertriebsaktivitäten entsprechend angepasst werden.

Outsourcing ermöglicht es Ihnen, Ihre Vertriebsmaßnahmen zu einem Zeitpunkt hoch- oder herunterzufahren, der Ihrem Bedarf entspricht. Unternehmen können mit einem Team bei null beginnen und innerhalb von Wochen auf 100 + skalieren, um sich auf eine Produkteinführung, die Verteidigung gegen Wettbewerber, eine erwartete Nachfragesteigerung oder einen Segmentpush einzustellen.

Der Markt ist dynamisch/flüchtig und das wird nach Covid-19 noch zunehmen. Liquid Workforce ist ein Begriff, der häufig zur Beschreibung von Best-in-Class-Verkaufsteams verwendet wird. Ein Verkaufsteam ist eine Mischung aus physischen, digitalen und verbalen (Callcenter) Ressourcen mit vordefinierten Verkaufsaktivitäten für 60–70 % eines Arbeitstages, wobei 30–40 % der Zeit als Liquidität zur Verfolgung der Verkaufschance zur Verfügung stehen. Unternehmen müssen Verkaufschancen vorhersagen, anpassen und darauf reagieren, indem sie Fähigkeiten, Technologien und Data-Insights nutzen, um die beste sich bietende Verkaufsaktion zu unterstützen. Technologieinvestitionen, um die Liquid Workforce Realität werden zu lassen, sind beträchtlich, aber für Salesoutsourcingagenturen, die strategische Angebote machen, ist das eine Selbstverständlichkeit.

“ **CPM** WECHSELTE MITARBEITER ZWISCHEN KUNDEN-MARKEN, UM DIE VERKAUFSNACHFRAGE UND DEN RÜCKGANG WÄHREND DER COVID-19-KRISE AUSZUGLEICHEN. DIES UNTERSTÜTZTE DAS UMSATZWACHSTUM FÜR AKTIVE MARKEN UND FÜHRTE ZU KOSTENSENKUNGEN VON **4,5 MIO. EUR** FÜR INAKTIVE MARKEN, ABER AUCH ZU EINER **100-PROZENTIGEN** BINDUNG VON TALENTEN WÄHREND DER PANDEMIE.



EXPERTISE



FLEXIBILITY



FOCUS



CHANGE



COST



Konsequenter Vertriebsfokus – konsequent und unbeeinflusst durch äußere Gegebenheiten

“Do what you do best and outsource the rest”
Peter Drucker

Besser kann man es nicht formulieren, warum Organisationen sich idealerweise auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren sollten, während Vertriebsoutsourcingpartner sich um den Vertrieb kümmern. Indem Unternehmen ihre Vertriebsaktivitäten outsourcen, kümmern sich die Vertriebspartner nun konsequent um die Steigerungen des Vertriebsergebnisses, während das Unternehmen selbst sich auf essenzielle Dinge wie die Produktentwicklung und den internen Betrieb fokussieren kann. **Off werden der Vertriebsfokus und die Prioritäten zur Förderung des Vertriebs durch andere, konkurrierende interne Prioritäten aufgeweicht.**

Die Integration einer strategischen Vertriebsoutsourcingpartnerschaft führt zu einer guten Positionierung externer Vertriebsteams, um innerhalb des Unternehmens funktionsübergreifend zu arbeiten und die Aktivitäten zur Verbesserung der gesamten Vertriebsleistung voranzutreiben. **Da sich Outsourcer ausschließlich auf die Verkaufsförderung konzentrieren, arbeiten sie oft mit kürzeren Zeitvorläufen und Umsetzungszeiten, die mit internen Verkaufsteams nur schwer zu erreichen sind.**

Vertriebsoutsourcingagenturen als Vertriebsexperten setzen auf innovative Vertriebs- und Analysetools zur Optimierung von Besuchszeiten und das Erreichen von Time-to-Market-Vorteilen.

Wenn Sie sich für ein Outsourcing entscheiden, müssen Sie sich nicht um das perfekte Vertriebsteam kümmern, sondern nur mit ihm zusammenarbeiten. So haben Sie Zeit und Raum, sich auf die Prioritäten im Unternehmen zu fokussieren, mit der Gewissheit, dass Ihr Markenwachstum gesichert ist.



74% DER BEFRAGTEN UNTERNEHMEN BERICHTETEN, DASS IHR FOKUS AUF VERTRIEBSPERFORMANCE DURCH COVID-19 NICHT MEHR GEGEBEN IST, DA SIE SICH UM ANDERE INTERNE HERAUSFORDERUNGEN WIE BEISPIELSWEISE LIEFERKETTEN UND DAS AUFRECHTERHALTEN DES OPERATIVEN GESCHÄFTS KÜMMERN MÜSSEN.



EXPERTISE



FLEXIBILITY



FOCUS



CHANGE



COST



Geschwindigkeit des Wandels – sind Organisationen schnell genug für die Zukunft?

Der Markt war in den letzten Jahren vielen Veränderungen unterworfen – Brexit, Datenschutz-Grundverordnung, Digitalisierung und des dadurch bedingten sozioökonomischen Einflusses. Unternehmen hatten ihren Fokus genau auf die Bewältigung dieser Herausforderungen gesetzt. Die Vertriebsoutsourcingdienstleister hatten währenddessen ihren Fokus weiterhin auf Vertrieb und Umsatzsteigerung und investierten in entsprechende Lösungen.

Outsourcingagenturen können sich sehr fokussiert und unmittelbar auf Wandel einstellen, während sich die Fokussierung bei innerbetrieblichen Teams oftmals schnell – aufgrund von anderen wichtigeren internen Themen wie Produktion, Zulieferung, Kundenbeschwerden, Personal oder Innerbetrieblichem – verliert. Dort, wo es eine gewerkschaftlich organisierte Belegschaft gibt, sind Outsourcer Experten darin, Wege der Zusammenarbeit mit den Gewerkschaften zu entwickeln, um schnell auf jede Dynamik reagieren zu können, ohne wertvolle Verkaufszeit zu verlieren.



CPM HAT ERHEBLICH IN DATENANALYTISCHE FÄHIGKEITEN INVESTIERT, UM DEN UMSATZ FÜR UNSERE KUNDEN ZU STEIGERN. UNSERE MARKTFÜHRENDE ROI-MODELLIERUNG ERMÖGLICHT EINE DURCHSCHNITTLICHE UMSATZSTEIGERUNG VON **14 %** ÜBER ALLE MARKEN HINWEG MIT EINER WEITEREN MARKTBEDINGTEN STEIGERUNG VON **5 %** WÄHREND DER COVID-19-KRISE.



38% DER BEFRAGTEN UNTERNEHMEN WAREN SEHR ZUFRIEDEN MIT DEN REAKTIONSZEITEN IM VERLAUF DER COVID-19-PANDEMIE, WOBEI ALLE BEFRAGTEN UNTERNEHMEN, DIE VERTRIEBSOUTSOURCING AKTUELL NICHT NUTZEN, BESTÄTIGEN, DASS SIE OUTSOURCING DEFINITIV FÜR IHR ZUKÜNFTIGES GESCHÄFTSMODELL IN ERWÄGUNG ZIEHEN.

79% DER VERTRIEBSLEITER BESTÄTIGEN, DASS VERTRIEBSOUTSOURCING DEM BEREICH HILFT, SKALENERTRÄGE ZU VERBESSERN.



EXPERTISE



FLEXIBILITY



FOCUS



CHANGE



COST





Kosten – variable Modelle für eine sich ändernde Welt

Covid-19 zwingt Organisationen dazu, alle Ausgaben genau unter die Lupe zu nehmen. Bisherige Budgetprognosen passen nicht zu den Schwankungen und Risiken der Zukunft. **Unternehmen werden Angebote suchen und annehmen müssen, die Leistungsbereitstellung und Kostenkontrolle gleichzeitig in einer sich schnell ändernden Umwelt unterstützen. Mieten vs. Kaufen** wird zu einer Anforderung. Vertriebsoutsourcing ist eine natürliche Lösung für diese Herausforderung.

Vertriebsoutsourcinganbieter liefern unterschiedliche Geschäftsmodelle, die den Unternehmen gegenüber festen Inhousemodellen eine optimale finanzielle Kontrolle bieten. Festpreismodelle bieten Kostensicherheit, aber in der derzeitigen wechselhaften Umwelt werden Unternehmen wahrscheinlich nach variablen Kostenmodellen Ausschau halten, höchstwahrscheinlich mit einem Risiko- und Belohnungselement, um sicherzustellen, dass die Vertriebsoutsourcingpartner am Erfolg der Partnerunternehmen beteiligt werden.

“ **CPM** ERREICHTE FÜR SEINE KUNDEN DURCHSCHNITTlich **23 %** WÄHREND DER COVID-19-KRISE DURCH FLEXIBLE GESCHÄFTSMODELLE UND INTEGRIERTE PHYSISCHE, DIGITALE UND VERBALE VERKAUFSUNTERSTÜTZUNG.

“ CPM INVESTIERTE IM VERLAUF DER PANDEMIE ÜBER **500.000 EUR** IN RECHTLICHE UND GENERELLE BERATUNGSLEISTUNGEN, UM UNSERE KUNDEN AUCH IN COVID-19-ZEITEN BESTMÖGLICH ZU UNTERSTÜTZEN, OHNE IHNEN DIESE LEISTUNGEN IN RECHNUNG ZU STELLEN.“

Erhebliche Investitionen in digitale Plattformen und Technologien, die erforderlich sind, um das Überleben und Wachstum des Unternehmens zu sichern, werden angesichts der Leistungsentwicklung DIE Herausforderung für die Unternehmen darstellen. Allerdings sind dies Investitionen, die Unternehmen nicht vermeiden können.

Selbstverständlich investieren Salesoutsourcer in digitale Technologie, um die Vertriebsleistung zu steigern. **Unternehmen, die auslagern, können von dieser Investition profitieren, da sie die Investitionskosten nicht selbst tragen müssen.**

“ CPM BIETET VERTRIEBSLÖSUNGEN, DIE UNTERNEHMEN BIS ZU **32 % KOSTENERSPARNIS**

IM VERGLEICH ZU INHOUSELÖSUNGEN BRINGEN. VERTRIEBSUNTERSTÜTZENDE OVERHEADKOSTEN WIE BEISPIELSWEISE KOSTEN FÜR HR, PERSONALTRAININGS, GEHALTSABRECHNUNG, VERSICHERUNGEN UND FLOTTENMANAGEMENT WERDEN REDUZIERT, DA SIE VOM VERTRIEBSPARTNER ÜBERNOMMEN WERDEN.“



EXPERTISE



FLEXIBILITY



FOCUS



CHANGE



COST

Zusammenfassung und Fazit

In der aktuellen Krise haben die Unternehmen schneller und besser gearbeitet, als sie es sich noch vor wenigen Monaten erträumt hatten. Die Aufrechterhaltung dieses Gefühls für das Mögliche und Machbare wird eine dauerhafte Quelle für Wettbewerbsvorteile sein.

Um gut durch die aktuelle Krise zu kommen, ist es essenziell für Unternehmen, sich wichtigen Fragen zu Wachstum, Skalierbarkeit und Finanzkontrolle zu stellen. Die Etablierung einer Organisationskultur, die Wertschöpfungsprozesse zusammen mit Vertriebspartnern unterstützt, wird für Unternehmen entscheidend sein, um zukunftsfähig zu bleiben. Organisationen, die den Wandel vom geschlossenen System zu echten Partnerschaftsnetzwerken meistern, werden nachweislich erfolgreicher und widerstandsfähiger sein. Unternehmen, die dies bereits erkannt haben und gewillt sind neue Standards zu etablieren und sich von gewohnten Paradigmen zu trennen, werden langfristig für sich wichtige strategische Vorteile erzielen.

Beurteilen Sie Ihr Unternehmen hinsichtlich folgender Kriterien:

- Kann ich mit adäquater Genauigkeit meine Gewinnprognose und Kostenplanung für die nächsten 3 Jahre vorhersagen?**
- Schafft es meine aktuelle Vertriebsstruktur (auch gerade hinsichtlich Expertise und Flexibilität), kontinuierlich den Hauptfokus auf Umsatzwachstum zu legen?**
- Verfügt mein Unternehmen über die entsprechenden Kapazitäten und die Flexibilität, um Vertriebsressourcen der Marktdynamik schnell anzupassen?**
- Sind umfangreiche Investitionen in digitale Vertriebsplattformen und Analysemodelle, die für die zukünftige Weiterentwicklung und den Erfolg meines Unternehmens essenziell sind, aktuell möglich?**

Sollten Sie nur eine der oben gestellten Fragen mit Nein beantworten, so ist Vertriebsoutsourcing definitiv von Relevanz für Ihr Unternehmen und sollte in Ihrer Strategieplanung nicht fehlen. Durch einen strategischen Vertriebsoutsourcingpartner mit langjähriger Erfahrung im Vertrieb an Ihrer Seite wird Ihr Unternehmen für die Herausforderungen des zukünftigen Wandels bestens gewappnet sein.



EXPERTISE



FLEXIBILITY



FOCUS



CHANGE



COST

KONZENTRIEREN

Sie sich auf Ihre Kernkompetenzen,
wir ergänzen Ihren Vertrieb
sinnvoll und effizient.



Über CPM

CPM ist im Handel zu Hause. Seit über 37 Jahren sind wir weltweit führende Agentur für Vertriebsoutsourcing und Anbieter von integrierten Lösungen zur Außendienstunterstützung am Point of Sale und versorgen mit unserem umfassenden Geschäftsmodell unsere namhaften Kunden mit innovativen Lösungen zur Vertriebsunterstützung und Vertriebsoutsourcing am POS, die wir mit unseren hochqualifizierten Vertriebsteams umsetzen.

Aufgrund unserer jahrelangen Erfahrungswerte besitzen unsere Außendienstmannschaften ein ausführliches Branchen Know-how gerade in den Branchen LEH und dem Consumer Electronic Market.

Unsere Außendienstteams sind hochspezialisierte Vertriebsmitarbeiter, die auf die Markenwelt unserer Kunden trainiert sind.

Johann-Hinrich Nagel, Geschäftsführer

CPM Germany GmbH
Im Atzelnest 5
61352 Bad Homburg

www.cpmgermany.de
kontakt@cpmgermany.de



Why Strategically Outsource?



EXPERTISE



FLEXIBILITY



FOCUS



CHANGE



COST



Commercials for a
'Just In Case' World



Variable Resources
For Variable Demand



Leverage
Digital Investment