

Studie: 70 Prozent der Logistikunternehmen nutzen Vertriebspotenziale nicht

Mehr als 70 Prozent der Logistikunternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz schöpfen ihre Vertriebspotenziale nicht aus. Die Gründe sind vielfältig: Es zeigen sich beispielsweise deutliche Mängel bei der systematischen Vertriebsplanung, bei klaren Richtlinien zur Rabattvergabe sowie beim effektiven Vertriebscontrolling. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie der Managementberatung Homburg & Partner und dem Lehrstuhl für Marketing der Universität Nürnberg-Erlangen.

Deutliche Defizite weisen Unternehmen in allen vier Subbranchen Luft- und Seefracht, Straßenverkehr, Kontraktlogistik sowie Kurier-, Express- und Paketdienstleister auf. „Kaum ein untersuchtes Unternehmen erreicht Top-Werte. Im Vergleich zu anderen Branchen sehen wir im Logistikvertrieb noch enorme Entwicklungspotenziale“, sagt Dr. Lüers, Leiter des Kompetenzzentrums Transport & Logistik bei Homburg & Partner. Insgesamt schneiden jedoch die Straßenverkehrslogistiker im Vergleich zu den anderen Subbranchen am besten ab, ihr Vertriebspotenzial am wenigsten schöpfen dagegen die Kontraktlogistiker aus.

Die Untersuchung verdeutlicht gleichzeitig die wichtigsten Stellhebel zur Steigerung der Vertriebsperformance. „Die Logistiker mit den besten Ergebnissen fokussieren sich auf Erfolg versprechende Branchen und Zielgruppen, nutzen im Vertrieb effizientere Strukturen, machen klare Zielvorgaben und überwachen diese stringenter über ein ausgefeiltes Vertriebscontrolling“, so Dr. Lüers.

Im Rahmen der Studie wurden Vertriebsverantwortliche aus 40 Unternehmen befragt. Die Ergebnisse decken sich mit den Marktbeobachtungen von Homburg & Partner. Ein speziell auf die Logistikbranche ausgerichteter Sales-Excellence-Ansatz war dabei Grundlage der Untersuchung. Dieser strukturiert die zentralen Managementaufgaben im Logistikvertrieb in die fünf Kernbereiche Market Insights & Sales Strategy, Sales Structure, Sales Force, Sales Operations & Relationship Management sowie Sales Information & Sales Controlling. Für jeden dieser Kernbereiche existieren Checklisten, die eine genaue Einordnung der eigenen Vertriebsprofessionalität ermöglichen sowie Best Practices und Handlungsfelder aufzeigen.

Eine Zusammenfassung der Ergebnisse erhalten Sie unter: logistics@homburg-partner.com.

Dr. Thomas Lüers steht Ihnen auf dem Deutschen Logistik Kongress vom 17. bis 19. Oktober 2012 in Berlin gerne zum Thema Sales Excellence zur Verfügung.

Homburg & Partner: Excellence in Marketing, Sales & Pricing

Homburg & Partner ist eine international tätige Managementberatung mit Fokus auf die Themenfelder Marketing, Sales & Pricing. In der 2012 erhobenen unabhängigen Studie „Hidden Champions im Beratungsmarkt“ wurde Homburg & Partner zum zweiten Mal in Folge zur mit Abstand besten Marketing- und Vertriebsberatung gewählt. Ausführliche Informationen unter www.homburg-partner.com.

Für Rückfragen oder detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Dr. Thomas Lüers (Partner), Tel.: +49 89 20259-0, E-Mail: thomas.lueers@homburg-partner.com

Jan Henkel (Head of Communications), Tel.: +49 621 1582-111, E-Mail: jan.henkel@homburg-partner.com