

Jüngere Sales-Mitarbeitende profitieren von Virtual Selling

MI, JUN 23, 2021 10:23 CET



- 37 Prozent des deutschen Vertriebspersonals besucht keine virtuellen Events
- Sales-Studie von HubSpot zeigt: 42 Prozent nutzen Video-Telefonie für Akquise

Berlin, 23. Juni 2021 – Mehr als ein Drittel des Vertriebspersonals in Deutschland (37 Prozent) besucht keine virtuellen Events. Das geht aus der Sales-Studie von [HubSpot](#) hervor, für die das CRM-Plattform-Unternehmen 250 Vertriebsmitarbeitende in Deutschland befragte. Innerhalb der Altersgruppen zeichnet sich ein differenziertes Bild zwischen Jüngeren und Älteren im Sales-Bereich ab. Virtual Selling kommt vor allem jüngeren Männern und Frauen zugute. Von den 18- bis 34-jährigen befragten Personen besuchten 70 Prozent im letzten Jahr digitale Events, von den über 55-Jährigen nur etwas mehr als die Hälfte (54 Prozent). Virtuelle Events haben also nicht den gleichen Reiz für alle. Vor der Corona-Krise waren für die Altersgruppe 55+ Face-to-Face-Treffen auf formellen Geschäftsveranstaltungen wie Fachmessen (58 Prozent) die beliebteste Methode der Kundenakquise nach E-Mails (64 Prozent).

Das bevorzugte Format für Sales-Mitarbeitende, die virtuelle Veranstaltungen besuchen, sind Webinare (68 Prozent). Danach folgen interaktive Diskussionsrunden (43 Prozent) und virtuelle Versionen von physischen Messen und Konferenzen (28 Prozent).

So haben sich die Akquisekanäle verändert

Laut der HubSpot-Studie sind alle Vertriebsmitarbeitenden inzwischen zur E-Mail als primären Akquisekanal übergegangen. Zudem hat sich die Nutzung von Videoanrufen von 23 auf 42 Prozent fast verdoppelt.

Die Altersgruppe, die hinsichtlich ihrer Verkaufsstrategie am wenigsten von der Pandemie betroffen ist, ist die der 18- bis 34-Jährigen. Die einzige signifikante Veränderung für sie ist, dass Videoanrufe die Face-to-Face-Besprechungen weitgehend ersetzt haben.

Es sind die über 55-Jährigen, die am stärksten von den Veränderungen betroffen sind, da sie ihr Verkaufsarsenal schnell um Texte (+6 Prozent Anstieg), WhatsApp (+9 Prozent) und Telefonanrufe (+12 Prozent) erweitern mussten.

„Ein Zurück zu früheren gewohnten Verkaufsstrategien gibt es nicht mehr“

Gregor Hufenreuter, Senior Director Sales DACH bei HubSpot: „Sobald der Einfluss von COVID-19 nachlässt, werden Sales-Teams trotzdem nicht zu ihren früheren gewohnten Verkaufsstrategien zurückgehen können. Zwar wird es ein Comeback der physischen Events geben, aber nicht mehr in dem Maße, wie wir es kennen. Stattdessen werden sich mehr virtuelle und hybride Veranstaltungsformate etablieren. Unternehmen müssen sich nun fragen, wie sie die Begeisterung ihrer jüngeren Mitarbeitenden für virtuelle Events nutzen und gleichzeitig einen Weg finden können, um die persönlichen direkten Beziehungen, die bei älteren Vertriebsmitarbeitenden immer besser funktioniert haben, nachzubilden.“

Findet der Vertrieb weitgehend online statt, ist die logische Konsequenz neue Arbeitsmodelle einzuführen: „Ich hoffe sehr, dass mehr Unternehmen darüber nachdenken, Telearbeit und Remote-Work anzubieten. Dadurch ziehen sie mehr junge Mitarbeitende für Sales an und bauen eine vielfältigere Belegschaft auf“, so Hufenreuter weiter.

Noch steht eine Remote-Strategie bei den deutschen Unternehmen kaum im Fokus. Nur 13 Prozent der befragten Personen sehen langfristiges Remote-Selling als ein wichtiges Geschäftsziel an.

Report zum Download

Den Kurzreport „Virtual Selling – die neue Chance für Ihr Vertriebsteam“ von HubSpot können Interessierte [hier herunterladen](#).

Studiensteckbrief

HubSpot ließ vom 19. bis 23. Oktober 2020 im Rahmen einer umfangreichen Sales-Studie 250 Sales Professionals aus Unternehmen jeglicher Branchen mit 200 bis 2.000 Mitarbeitenden in Deutschland befragen. Die Studie führte Opinium Research durch.

+++

Bildmaterial

(Bildnachweise: HubSpot)

[Infografik: Virtual Selling](#)

(inkl. Vergleich zwischen männlichen und weiblichen Vertriebsmitarbeitenden)

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

+++

Diese Pressemeldung ist die vierte Auskopplung aus der Sales-Studie von HubSpot:

[Vertrieb im Corona-Jahr: Jeder Fünfte glaubt, seine Ziele für 2020 nicht zu erreichen](#)

[Road to Recovery: Das sind die Top 5 Ziele deutscher Unternehmen für 2021](#)

[Corona-Krise beflügelt Nutzung von CRM-Systemen](#)

+++

Pressekontakt

Agentur Frau Wenk +++ GmbH

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

E-Mail: hubspot@frauwenk.de

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 Plattform umfasst Marketing-, Vertriebs-, Service- und Websitemanagement-Produkte. Über 113.000 Unternehmen in mehr als 120 Ländern verwenden HubSpots leistungsstarke, benutzerfreundliche Tools, um Kundschaft anzuziehen, effektiv mit ihr zu interagieren und sie immer wieder aufs Neue zu begeistern.

HubSpot wurde von Glassdoor zu einem der besten Arbeitgebenden 2021 gekrönt und für die erstklassige Unternehmenskultur unter anderen von Great Place to Work, Comparably, Fortune, Entrepreneur Inc. ausgezeichnet. Das Unternehmen wurde 2006 in Cambridge, Massachusetts, gegründet. HubSpot ist mit mehr als 4.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weltweit vertreten, remote und im Office. Neben dem Hauptsitz gibt es weitere Niederlassungen in Dublin, Singapur, Sydney, Tokio, Berlin, Paris, Bogotá, Gent, San Francisco und Portsmouth, New Hampshire.

Mehr auf www.hubspot.de.