

Presseinformation

Verändertes Kaufverhalten führt zu Investitionen in den Vertrieb

- **Studie: Vertrieb ist 2013 größter Investitionsschwerpunkt nach IT**

43% deutscher Topmanager wollen in Vertrieb investieren

Hamburg, den 25. Juni 2013 – Deutsche Topmanager stärken den eigenen Vertrieb: 43 Prozent geben an, dass ihr Unternehmen 2013 in diesen Bereich investieren will. Damit ist der Vertrieb nach der IT dieses Jahr der größte Investitionsschwerpunkt der deutschen Wirtschaft. Das sind Ergebnisse der Studie „Investitionsschwerpunkte und Beratungsbedarfe in 2013“ der Kommunikationsberatung Faktenkontor mit dem DIE WELT-Entscheiderpanel.

Haupttreiber: Kundenanforderungen und Kaufverhalten

Mit den Investitionen in den Vertrieb reagieren die Entscheider vor allem auf Veränderungen im Kaufverhalten und neue Anforderungen ihrer Kunden. Dies ist nach Ansicht von fast zwei Dritteln der Befragten derzeit der Haupt-Treiber für Investitionen in den Vertrieb.

Produktneuheiten und Wettbewerbsdruck nachrangig

Eigene Produktneuheiten oder Druck durch Wettbewerber spielen in dieser Hinsicht hingegen nur eine nachrangige Rolle – beides sehen deutlich weniger als die Hälfte der Befragten als wesentlichen Treiber für Vertriebs-Investitionen an.

Vertriebsinvestitionen für Neukundenakquise und Personal

Die Vertriebs-Investitionen sollen vor allem in die Neukundenakquise und ins eigene Personal wandern. 63 Prozent der befragten Topmanager wollen Geld für die Gewinnung neuer Kunden ausgeben. Sechs von zehn Entscheidern wollen ihre Vertriebsmannschaft durch mehr Mitarbeiter und den gezielten Aufbau von Kompetenzen stärken.

Studiengrundlage: DIE WELT-Entscheiderpanel

Für die Studie „**Investitionsschwerpunkte und Beratungsbedarfe in 2013**“ wurden 164 Entscheider aus der deutschen Wirtschaft im Auftrag des Faktenkontors zu ihren Investitionsschwerpunkten und Beratungsbedarfen in 2013 befragt. Die Erhebung erfolgte durch eine Online-Panel-Befragung des „DIE WELT“-Entscheiderpanels. Befragungszeitraum war der 17. bis 28. Januar 2013. Die komplette Studie mit allen Ergebnissen kann unter www.faktenkontor.de bestellt werden.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Roland Heintze, Tel.: (040) 253 185-110, Fax: (040) 253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de

*Faktenkontor:
Berater für
Unternehmens-
und Vertriebskom-
munikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft, Beratungs- und Technologie-Branche darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Weltweit ist die Kundenbetreuung durch die Mitgliedschaft in der internationalen Berater-Plattform ComVort gewährleistet. Als erste Kommunikationsberatung ist das Faktenkontor zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC).

Weitere Informationen finden Sie unter www.faktenkontor.de.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Roland Heintze, Tel.: (040) 253 185-110, Fax: (040) 253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de