

# VERTRIEBSAUSBLICK 2025

## Trends, Chancen und Herausforderungen

### **Vertriebsausblick 2025: Trends, Chancen und Herausforderungen**

Was bringt das neue Jahr für den Vertrieb: Business as Usual, Game Changer oder sogar Disruption?

### **Eins steht fest: 2025 wird definitiv kein „Business as usual“.**

Neue Technologien, veränderte Kundenerwartungen und dynamische Marktbedingungen fordern uns mehr denn je. Schon das vergangene Jahr stellte den Vertrieb vor enorme Herausforderungen.

### **Die Prognosen für 2025 versprechen keine Entspannung - im Gegenteil.**

Doch sinkende Umsätze und rückläufige Profitabilität allein auf Krisen, schwache Konjunktur oder einbrechende Absatzmärkte zurückzuführen, greift zu kurz. Die wahren Gründe liegen oft tiefer: Kundenbedürfnisse und Kaufverhalten haben sich fundamental verändert.

### **Neue Kundenrealität**

Die Kunden von heute finden Anbieter auf neuen Wegen, treffen Kaufentscheidungen auf Basis anderer Faktoren und haben andere Bedürfnisse als noch in jüngster Vergangenheit.

Die Erwartungen an den Vertrieb haben sich deutlich verändert.

Wer jetzt ausschließlich auf Kostenoptimierung und traditionelle Vertriebsansätze setzt, verliert den Anschluss.

### **Umdenken und Hinterfragen von Status quo ist das Thema des Jahres 2025.**

Der Fokus muss klar auf der Anpassung an die veränderten Kundenbedürfnisse liegen.

Neue Technologien, digitale Transformation und innovative Vertriebsansätze bieten dabei die Chance, auch in schwierigen Zeiten erfolgreich zu sein.

Entscheidend wird sein, diese Möglichkeiten gezielt zu nutzen und den Vertrieb zukunftsfähig aufzustellen.



Diese 11 zentralen Trends werden den Vertrieb 2025 maßgeblich prägen:

1

## Künstliche Intelligenz: Vom Hype zum unverzichtbaren Werkzeug



### Trend:

Künstliche Intelligenz entwickelt sich von einem Hype-Thema zum wichtigen Erfolgsfaktor und unverzichtbaren Vertriebswerkzeug im Vertrieb. Sie bietet zahlreiche Vorteile sowohl strategisch als auch für den Vertriebsalltag. Ihre Integration und Nutzung müssen jedoch durchdacht und strategisch erfolgen, um ihr ganzes Potenzial auszuschöpfen.



### Herausforderungen:

- richtige und sinnvolle Nutzung von generativer KI (LLMs, große Sprachmodelle),
- Erkennung der KI-Potenziale abseits von LLMs wie ChatGPT & Co,
- Bewusstseinsbildung und Akzeptanzschaffung im Team,
- Qualifizierung und Schulung der Vertriebsmitarbeiter,
- Integration in bestehende Vertriebsprozesse,
- Auswahl der richtigen KI-Tools,
- Datenqualität und -Zugang,
- Change Management.



### Chancen:

- Optimierung der Vertriebsleistung durch datenbasierte Entscheidungen,
- Steigerung der Sichtbarkeit und der Relevanz bei der Zielgruppe,
- besseres Kundenverständnis durch datenbasierte Einblicke,
- Optimierung der Angebots- und Vertriebsstrategien,
- Erkennung von Cross- und Upselling-Potentialen,
- optimierte personalisierte Kundenansprache,
- Entwicklung innovativer Vertriebsmodelle,
- Effizienzsteigerung im Vertriebsalltag,
- höhere Wirksamkeit im Vertrieb,
- real-time Kunden-Insights.
- besserer Kundenservice.



Diese 11 zentralen Trends werden den Vertrieb 2025 maßgeblich prägen:

2

## Digitale Transformation: das Buzzword wird zur Realität



### Trend:

Digitalisierung verändert Kundenerwartungen, Vertriebsansätze und -kanäle. Der digitale Wandel erfasst alle Vertriebsbereiche und erfordert neue Kompetenzen und Prozesse. Die digitale Transformation entwickelt sich vom Projekt zum kontinuierlichen Veränderungsprozess.



### Herausforderungen:

- Entwicklung einer effektiven Strategie zur digitalen Transformation,
- echte Transformation statt einfache Digitalisierung von Prozessen,
- die richtige Balance zwischen Technologie und Mensch finden,
- Reorganisation bestehender Vertriebsstrukturen,
- Widerstände im Team und „alte“ Denkweisen,
- Change Management.



### Chancen:

- Entwicklung individualisierter Lösungen bei gleichzeitiger Skalierbarkeit,
- Erschließung neuer Kundengruppen durch innovative Angebote,
- Wettbewerbsvorteile durch innovative Vertriebsansätze,
- bessere Skalierbarkeit des Vertriebsmodells,
- Zugang zu neuen Zielgruppen und Märkten,
- neue Möglichkeiten der Kundeninteraktion,
- Erschließung neuer Vertriebs-Channels,
- Effizienz- und Effektivitätssteigerung,
- Optimierung der Customer Journey.



Diese 11 zentralen Trends werden den Vertrieb 2025 maßgeblich prägen:

## 3 Social Selling: Vom Trend zur Pflicht



### Trend:

Social Selling entwickelt sich vom optionalen Kanal zum zentralen Vertriebsansatz im B2B-Bereich. LinkedIn wird zur wichtigsten Plattform sowohl für die Neukundengewinnung als auch für die Geschäftsentwicklung mit bestehenden Kunden. Wer seine Zielgruppe mit relevantem Content begeistert und nachhaltige Beziehungen aufbaut, wird nicht nur 2025, sondern auch langfristig die Nase vorn haben.



### Herausforderungen:

- Entwicklung einer konsistenten Social-Selling-Strategie,
- Koordination von Zuständigkeiten und Rollen,
- Zeitmanagement und Motivation im Team,
- Aufbau einer authentischen Präsenz,
- Erstellung relevanter Inhalte,
- Kontinuität der Aktivitäten,
- Messbarkeit und ROI.
- Integration von Social Selling in bestehende Vertriebs- und Marketingprozesse,
- Schulung und Weiterentwicklung der Teammitglieder im Umgang mit Social-Selling-Tools,
- Umgang mit steigender Konkurrenz und Content-Übersättigung auf Social-Media-Plattformen,
- Anpassung an sich verändernde Algorithmen und Plattform-Funktionen,
- Sicherstellung der nachhaltigen Ressourcenallokation (Zeit, Budget, Tools).



### Chancen:

- Expertenpositionierung in relevanten Kunden-Branchen und -Themen,
- höhere Sichtbarkeit bei potenziellen Kundensegmenten,
- stärkere Kundenbindung durch kontinuierlichen Dialog,
- Geschäftsentwicklung im Bestandskundengeschäft,
- Netzwerkaufbau innerhalb der eigenen Zielgruppe,
- Relevanz bei potenziellen Kunden steigern,
- Positionierung als Meinungsführer,
- direkte Zielgruppenansprache,
- organische Leadgenerierung,
- höhere Abschlussquote,
- Zugang zu Entscheidern.
- Differenzierung vom Wettbewerb durch innovatives Social Selling,
- frühzeitiges Erkennen von Markttrends durch Netzwerkanalysen,
- Synergien zwischen Marketing und Vertrieb für höhere Effizienz,
- langfristige Stärkung der Markenwahrnehmung und -bindung.



Diese 11 zentralen Trends werden den Vertrieb 2025 maßgeblich prägen:

4

## Smmarketing: Wenn Vertrieb und Marketing eins werden



### Trend:

Die Grenzen zwischen Sales und Marketing verschwimmen zunehmend, und die klassische Trennung der beiden Abteilungen löst sich auf. Digitale Customer Journeys erfordern ein nahtloses Zusammenspiel beider Bereiche und enge Abstimmung. Lead-Management, Content-Erstellung und Kundenansprache werden zu gemeinsamen Aufgaben. Marketing übernimmt verstärkt vertriebliche Aufgaben durch Marketing Automation, während der Vertrieb zunehmend Content produziert und in sozialen Medien aktiv ist.



### Herausforderungen:

- Überwindung der traditionellen Abteilungsgrenzen und Silodenken,
- Entwicklung gemeinsamer KPIs und Zielvereinbarungen,
- Abstimmung der verschiedenen Tools und Systeme,
- Definition klarer Verantwortlichkeiten und Rollen,
- Koordination und Abgleich von Zielen,
- Schaffung einheitlicher Prozesse.



### Chancen:

- Präzisere Zielgruppenansprache durch gemeinsame Datennutzung,
- höhere Conversion Rates durch abgestimmte Customer Journey,
- Steigerung des ROI von Marketing- und Vertriebsaktivitäten,
- bessere Ressourcennutzung durch geteilte Kompetenzen,
- optimierte Content-Nutzung in allen Vertriebsphasen,
- effizientere Lead-Generierung und -Qualifizierung,
- konsistente Kundenansprache über alle Kanäle,
- schnellere Reaktion auf Marktveränderungen,
- Verkürzung der Verkaufszyklen.



Diese 11 zentralen Trends werden den Vertrieb 2025 maßgeblich prägen:

5

## Kundenerwartungen und Bedürfnisse: neue B2B-Ansprüche



### Trend:

Kundenerwartungen haben sich massiv verändert, anfangs im B2C und nun im B2B-Bereich. Der B2B-Kunde von heute erwartet ein B2C-ähnliches Einkaufserlebnis mit maximaler Transparenz, schneller Reaktionszeit, digitalen Self-Service-Optionen und personalisierten Lösungen. 24/7-Verfügbarkeit von Informationen, die Möglichkeit zur eigenständigen Recherche und nahtlose Omnichannel-Erlebnisse werden zum Standard.



### Herausforderungen:

- Integration verschiedener Kanäle zu einem konsistenten Kundenerlebnis,
- schnellere Reaktionszeiten bei gleichbleibender Beratungsqualität,
- Balance zwischen digitalem Angebot und persönlicher Beratung,
- Aufbau der notwendigen digitalen Infrastruktur für Self-Service,
- Qualifizierung der Sales-Mitarbeiter für neue Anforderungen,
- transparente, aber nicht vergleichbare Preisgestaltung,
- hohe Komplexität und Anforderungen der Kunden,
- qualifizierte 24/7-Verfügbarkeit.



### Chancen:

- Wettbewerbsvorteil durch modernisierte und digitale Vertriebsstrategien,
- höhere Abschlussquoten durch nutzenorientierte Kundenansprache,
- Gewinnung neuer Zielgruppen durch zeitgemäße Vertriebsansätze,
- Erweiterung des Marktpotentials durch Omnichannel-Strategien,
- stärkere Kundenbindung durch konsistente 24/7-Erreichbarkeit,
- effektivere Ansprache von jungen B2B-Entscheidern,
- kürzere Vertriebszyklen durch bequeme Angebote,
- besserer Kundenzugang auf digitalen Channels,
- Effizienzsteigerung durch digitale Prozesse,
- größere Reichweite und Sichtbarkeit,
- Zugang zu internationalen Märkten,
- geringere Akquisekosten.



Diese 11 zentralen Trends werden den Vertrieb 2025 maßgeblich prägen:

6

## Vertriebs- und Geschäftsmodelle: Subscription & Co



### Trend:

Das klassische Produkt- und Dienstleistungsgeschäft wandelt sich zu flexiblen, serviceorientierten Geschäftsmodellen. Subscription Economy und Pay-per-Use setzen sich im B2B-Bereich durch. Every-thing-as-a-Service wird zum neuen Standard und verändert traditionelle Vertriebsmodelle. Plattform-Geschäftsmodelle gewinnen an Bedeutung. Ecosystem-Selling und Partner-Management werden erfolgskritisch. Outcome-basierte Geschäftsmodelle lösen traditionelle Produktverkäufe ab.



### Herausforderungen:

- Transformation bestehender Geschäftsmodelle,
- Entwicklung innovativer Produkte und Services,
- Entwicklung neuer Pricing-Strategien,
- Umstellung der Vertriebsprozesse,
- Qualifizierung der Mitarbeiter,
- Anpassung der Sales-KPIs.



### Chancen:

- Erschließung neuer Märkte und Kundengruppen,
- stärkere Kundenbindung durch Abomodelle,
- Risikominimierung durch flexible Modelle,
- neue Wertschöpfungsmöglichkeiten,
- planbare, wiederkehrende Umsätze,
- automatisierte Verkaufsprozesse,
- höhere Customer Lifetime Value,
- Differenzierung im Wettbewerb,
- schnelle Skalierbarkeit.



Diese 11 zentralen Trends werden den Vertrieb 2025 maßgeblich prägen:

7

## Vertriebsansätze für neue Zeiten: Stillstand ist keine Option



### Trend:

Value Selling und Outcome Selling entwickeln sich weiter und erfordern neue Kompetenzen im Vertrieb. Kunden erwarten heute mehr denn je echte Problemlöser statt reiner Produktverkäufer und Unterstützung bei der Entscheidungsfindung statt verkaufsorientierte Taktiken. Kaufentscheidungsprozesse der Kunden werden komplexer, involvieren mehr Stakeholder und dauern länger. Der Zugang für den Vertrieb ist erschwert und somit wird die Gewinnung der Kundenperspektive und Ergebnisorientierung (Outcome-Selling) zu Schlüsselkompetenzen im modernen Vertrieb.



### Herausforderungen:

- Change Management in der Vertriebsorganisation,
- Entwicklung neuer Vertriebskompetenzen,
- Aufbau tiefgehender Branchenkenntnisse,
- Verständnis komplexer Kundenprobleme,
- große Buying-Centers managen,
- Messung des Kundennutzens,
- Zugang zu Entscheidern.



### Chancen:

- Zugang zum Entscheidungsprozess der Kunden,
- höhere Margen durch Outcome-Verkauf,
- Wahrnehmung als strategischer Partner,
- Differenzierung vom Wettbewerb,
- langfristige Kundenbeziehungen,
- kürzere Vertriebsprozesse,
- höhere Abschlussquoten,
- stärkere Kundenbindung,
- geringerer Preisdruck,
- Vertrauensposition.



Diese 11 zentralen Trends werden den Vertrieb 2025 maßgeblich prägen:

8

## Remote Selling: Die neue Normalität



### Trend:

Remote Selling ist längst keine Covid-Erscheinung mehr, sondern etabliert sich als fester Bestandteil hybrider Vertriebsstrategien. Virtuelle Verkaufsgespräche werden professionalisiert und durch neue Technologien angereichert. Hybrid-Vertrieb, bei dem digitale und persönliche Interaktionen intelligent kombiniert werden, wird zum neuen Standard, und die Fähigkeit, auch digital überzeugende Verkaufspräsentationen zu halten und mit Kunden zu interagieren, wird immer wichtiger.



### Herausforderungen:

- virtuelle Präsentations- und Moderationskompetenz der Verkäufer,
- Entwicklung überzeugender virtueller Präsentationsformate,
- Management komplexer Stakeholder-Gruppen virtuell,
- Aufbau von Vertrauen ohne physischen Kontakt,
- Balance zwischen Remote und Präsenz,
- Screen- und Meeting Ermüdung.



### Chancen:

- Erweiterung des Marktpotentials und Zugang zu neuen Zielgruppen,
- schnellere Verbindung zu potenziellen Kunden bei Neuanfragen,
- größere geografische Reichweite ohne physische Präsenz,
- höhere Effizienz durch wegfallende Reisezeiten,
- Skalierbarkeit von Vertriebsaktivitäten,
- Integration internationaler Teams,
- Dokumentation von Gesprächen,
- flexiblere Termingestaltung,
- kürzere Vertriebszyklen,
- Kosteneinsparungen.



Diese 11 zentralen Trends werden den Vertrieb 2025 maßgeblich prägen:

9

## B2P: Der Mensch im Mittelpunkt von B2B und B2C



### Trend:

Die traditionellen Grenzen zwischen B2B und B2C verschwimmen und beide Bereiche verschmelzen zu einem neuen Ansatz – B2P: Business-to-Person. Ob im geschäftlichen oder privaten Kontext – es sind immer Menschen, die Kaufentscheidungen treffen, und ihre Bedürfnisse, Verhaltensweisen und Erwartungen entlang des zunehmend digitalen Kaufentscheidungsprozesses unterscheiden sich nicht mehr so stark voneinander, als es in der Vergangenheit der Fall war. Geschäftskunden erwarten heute dieselbe Qualität und Effizienz, die sie aus dem Privatkundenbereich kennen: intuitive Prozesse, schnelle Entscheidungswege und maximalen Komfort, auch bei komplexen B2B-Kaufentscheidungen.



### Herausforderungen:

- Balance zwischen Fachwissen und konsumentenähnlicher Experience,
- Entwicklung kundenorientierter und intuitiver End-to-End-Prozesse,
- Verknüpfung emotionaler und rationaler Kundenansprache,
- Integration von B2C-Best-Practices in B2B-Prozesse,
- Entwicklung professioneller Self-Service-Optionen,
- schnelle Reaktion auf fachlich komplexe Anfragen,
- Integration von Fachexpertise in digitale Kanäle.



### Chancen:

- Verkürzung der Vertriebszyklen durch optimierte Entscheidungsprozesse,
- Differenzierung durch innovative und intuitive Kundenerfahrungen,
- stärkere emotionale Bindung und Loyalität von Geschäftskunden,
- Innovation durch Übertragung erfolgreicher B2C-Konzepte,
- bessere Ansprache junger Generationen,
- Schaffung von neuen Marktbereichen,
- Steigerung der Empfehlungsquote,
- Zugang zu neuen Zielgruppen,
- Game-Changer-Position,
- Markt-Disruption.



Diese 11 zentralen Trends werden den Vertrieb 2025 maßgeblich prägen:

## 10 Customer Experience: ein Kaufentscheidungskriterium



### Trend:

Die Qualität der Customer Experience (CX) entwickelt sich zu einem eigenständigen Kaufkriterium, sowohl im B2C- als auch im B2B-Vertrieb. Kunden kaufen bevorzugt dort, wo Prozesse einfacher und schneller gestaltet sind, und sind bereit, dafür einen höheren Preis zu zahlen. Bequemlichkeit und Effizienz dominieren zunehmend die Entscheidungspräferenzen. Die CX wird somit zum entscheidenden Differenzierungsfaktor im Vertrieb. Der Fokus liegt darauf, die Kundenerfahrung entlang des gesamten Entscheidungsprozesses nicht nur einfach und bequem, sondern auch personalisiert, relevant und in Echtzeit zu gestalten.



### Herausforderungen:

- Abbau von Silos und abteilungsübergreifende Customer Experience,
- Balance zwischen Automation und persönlichem Service,
- Entwicklung einer echten Customer-Centric-Kultur,
- Management der steigenden Kundenerwartungen,
- Gestaltung durchgängiger Customer Journeys,
- Integration von Touchpoints und Channels,
- Echtzeitverarbeitung von Kundendaten,
- Konsistente Multichannel-Erfahrung,
- Messung der Customer Experience,
- Echtzeit-Kundeninteraktionen.



### Chancen:

- Kürzere Entscheidungsprozesse durch effiziente und einfache Abläufe,
- Erhöhung der Kaufbereitschaft der Kunden durch bessere CX,
- Erhöhung der Wiederkaufsraten und Weiterempfehlungen,
- Positionierung als kundenfokussiertes Unternehmen,
- Differenzierung durch innovative Kundenerlebnisse,
- Verbesserung der Markenwahrnehmung,
- Reduzierung der Kundenabwanderung,
- Stärkere Kundenbindung und Loyalität,
- Effizientere Serviceprozesse,
- Geringere Akquisitionskosten,
- Höhere Profitabilität.



Diese 11 zentralen Trends werden den Vertrieb 2025 maßgeblich prägen:

## 11 Hyper-Personalisierung: Relevanz statt Masse



### Trend:

Hyper-Personalisierung geht über die klassische Personalisierung hinaus und nutzt Daten, künstliche Intelligenz und Automatisierung, um maßgeschneiderte Erfahrungen zu schaffen. Anstatt lediglich Namen oder grundlegende Informationen zu personalisieren, wird jede Interaktion individuell gestaltet, basierend auf Echtzeitdaten, Kundenpräferenzen, Verhalten und Kontext. Diese tiefgreifende Personalisierung wird sowohl im B2C- als auch im B2B-Bereich zur Erwartung: Kunden erwarten relevante, kontextbezogene Angebote, Inhalte und Interaktionen, die ihre Bedürfnisse antizipieren und direkt erfüllen – unabhängig von Zeit und Kanal.



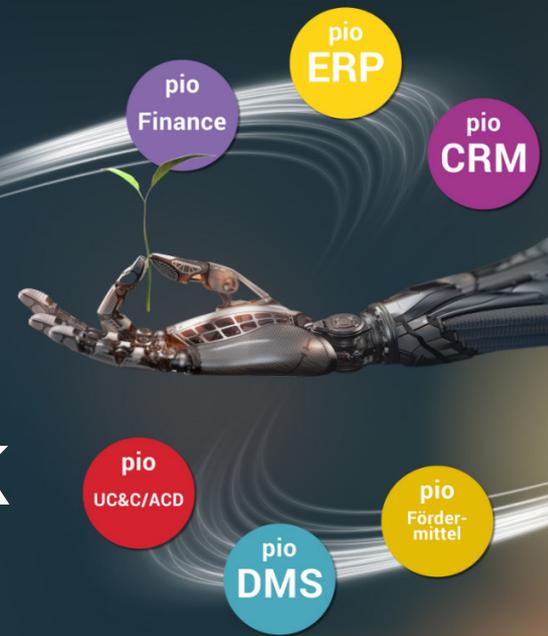
### Herausforderungen:

- Anpassung der Vertriebsstrategien an personalisierte Kundenansprache,
- Sammlung, Integration und Verwaltung großer Mengen an Echtzeitdaten,
- Qualifizierung der Mitarbeiter als Fachexperten in den Kundenbranchen,
- Datenschutz und Einhaltung gesetzlicher Vorschriften,
- Harmonisierung von Offline- und Online-Datenquellen,
- Personalisierung für unterschiedliche Kundengruppen,
- Entwicklung von KI- und datengetriebenen Modellen,
- Aufbau individualisierter Customer Journeys,
- Personalisierung in großem Maßstab.



### Chancen:

- Steigerung der Markenloyalität durch ein besseres Verständnis der Kundenbedürfnisse,
- Differenzierung vom Wettbewerb durch innovative und personalisierte Ansätze,
- Identifizierung neuer Geschäftsmöglichkeiten durch datenbasierte Insights,
- Höhere Abschlussraten durch relevante und kontextbezogene Interaktionen,
- Optimierung des Marketing-ROI durch präzise Zielgruppenansprache,
- Höhere Margen durch individuell zugeschnittene Angebote,
- Effizientere Kundenansprache durch Personalisierung,
- Steigerung der Kundenbindung und -zufriedenheit,
- Expertenpositionierung in den Kundenmärkten,
- Aufbau von Meinungsführerschaft,
- Nischenwahrnehmung,
- Effizienzsteigerung.



# VERTRIEBSAUSBLICK 2025

## Unterstützung für Ihren Vertriebs Erfolg

Die Chancen für 2025 sind zahlreich – und wir sind überzeugt, dass Sie sie mit Mut und Entschlossenheit optimal nutzen können.

Herausforderungen? Sehen wir als spannende Gelegenheiten, gemeinsam zu wachsen und Neues zu gestalten. Wir stehen an Ihrer Seite und unterstützen Sie mit Engagement dabei, Ihre Ziele zu erreichen und Ihre Erfolge nachhaltig auszubauen.



Dieses Whitepaper entstand in Zusammenarbeit mit Markus Miltz, einem führenden Vertriebsconsultant für den Mittelstand in Deutschland, und Livia Rainsberg, einer Expertin für Enabling Sales Performance.

Als Inventor der Sales Champions Strategy, die Prozesse, Technologie und Trainings im Vertrieb vereint, tragen wir insbesondere unser Know-how in der Prozessgestaltung sowie die Übertragung dieser Strategien in digitale Lösungen bei. Besonders hervorzuheben ist die Anwendung von pio xRM/CRM, ohne die viele der vorgestellten Veränderungen nicht umsetzbar wären. Diese Strategie ermöglicht es, planbare und nachhaltige Vertriebs Erfolge systematisch aufzubauen und zu sichern.



**Autor Michael Knauff,**  
**Dipl. Betriebswirt, Geschäftsführer**

Miller Heimann Certified Sales Professional  
Nutbaser Trainer



# ERFAHREN SIE MEHR – DIREKT UND PERSÖNLICH



**1CTec Group GmbH**  
Sankt-Jobser-Str. 49  
52146 Würselen

Telefon: +49 2405 89242-900  
E-Mail: [kontakt@1ctec.de](mailto:kontakt@1ctec.de)  
Web: [www.1ctec.de](http://www.1ctec.de)

