

PwC Sales Radar Q1/23

Customer Transformation Practice
April 2023



Der PwC Sales Radar Q1/23 in der Übersicht



Der **Sales Radar Q1 2023** von PwC Deutschland ist die Auswertung einer vierteljährlichen Umfrage unter Führungskräften von deutschen Unternehmen mit dem Fokus auf Vertrieb, Pricing und Kundenservice.

Format:
Onlineumfrage

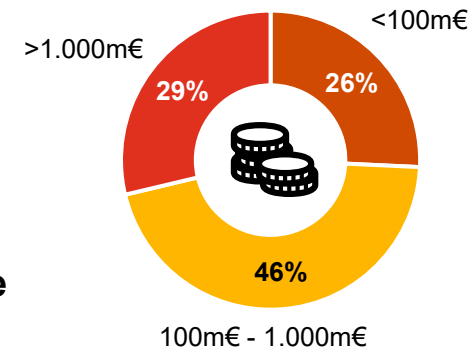
Erhebungszeitraum:
Erstes Quartal 2023

B2B

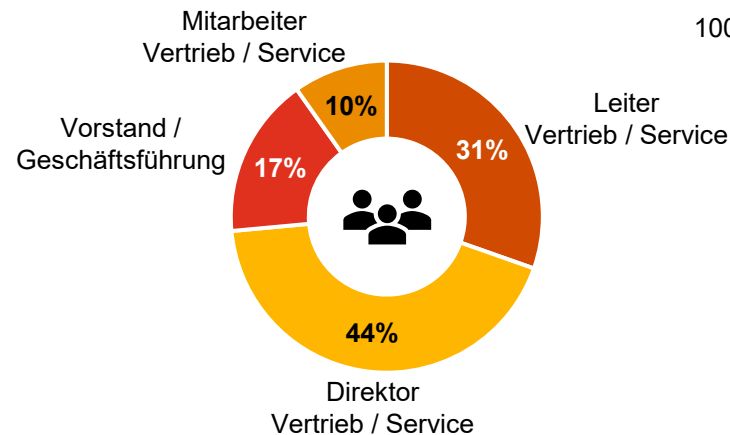


B2C

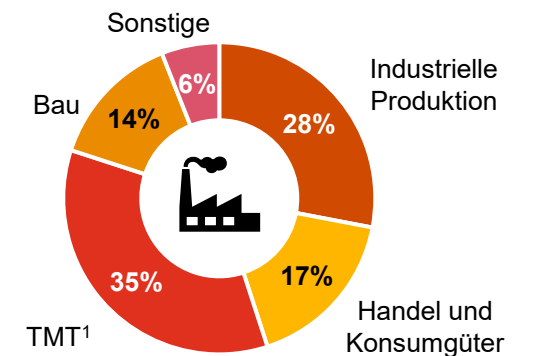
Gesamtumsatz



Teilnehmerprofile



Branchen



Die Befragten geben eher eine positive Sicht auf die nächsten sechs Monate



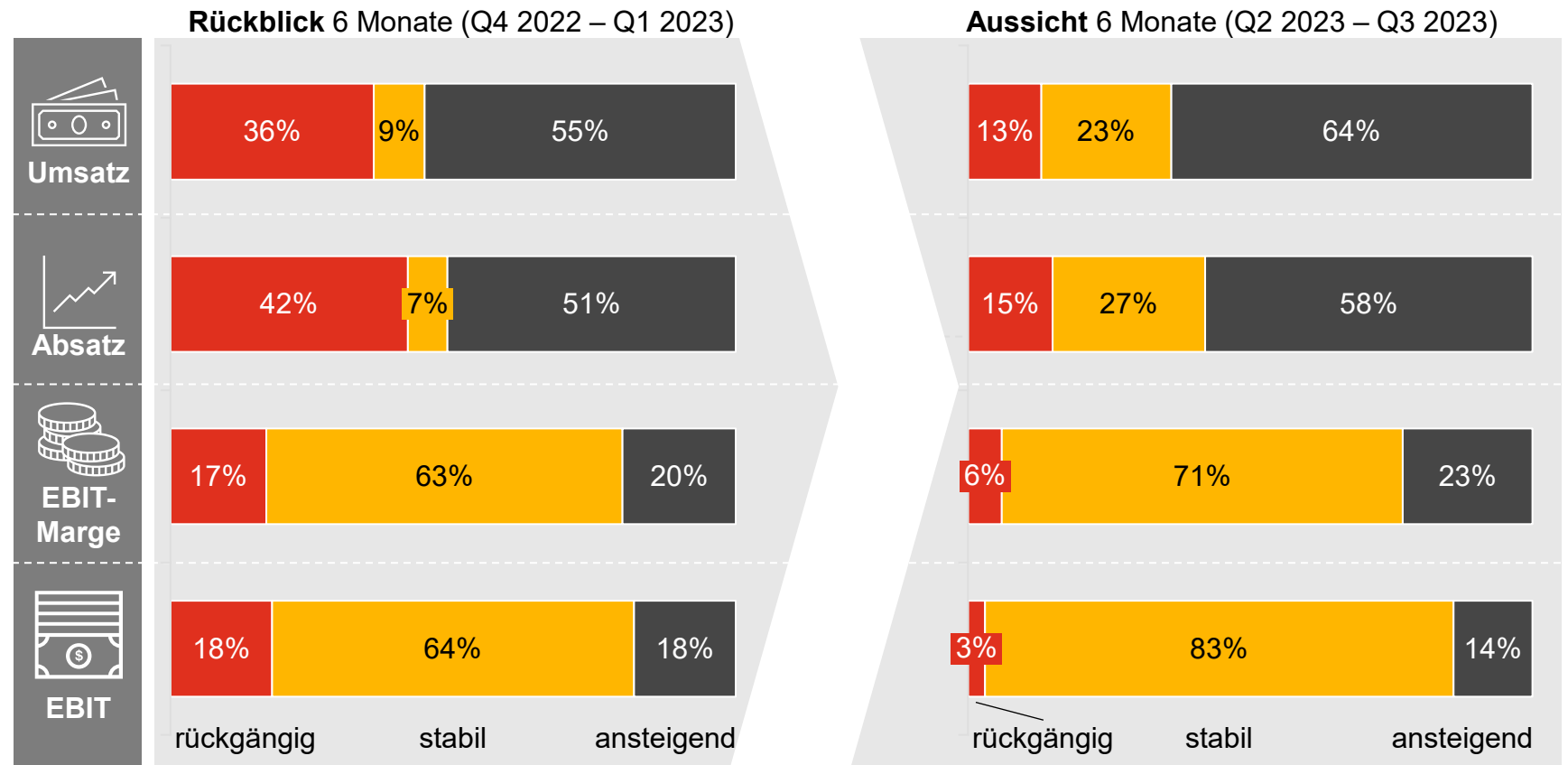
PwC Bewertung

>85% der befragten Unternehmen erwarten **stabile bis steigende Kennzahlen**.

Trotz **Wachstums-erwartungen beim Umsatz und Absatz** rechnen die meisten Unternehmen **nicht** mit **einem Wachstum des EBITs**

Effizienzsteigerung sind notwendig, um **Umsatzanstieg in steigendes EBIT** umzumünzen

Wie haben sich Ihre Kennzahlen entwickelt?



Besonders das EBIT hat sich bei einem Großteil der Befragten stabil gehalten

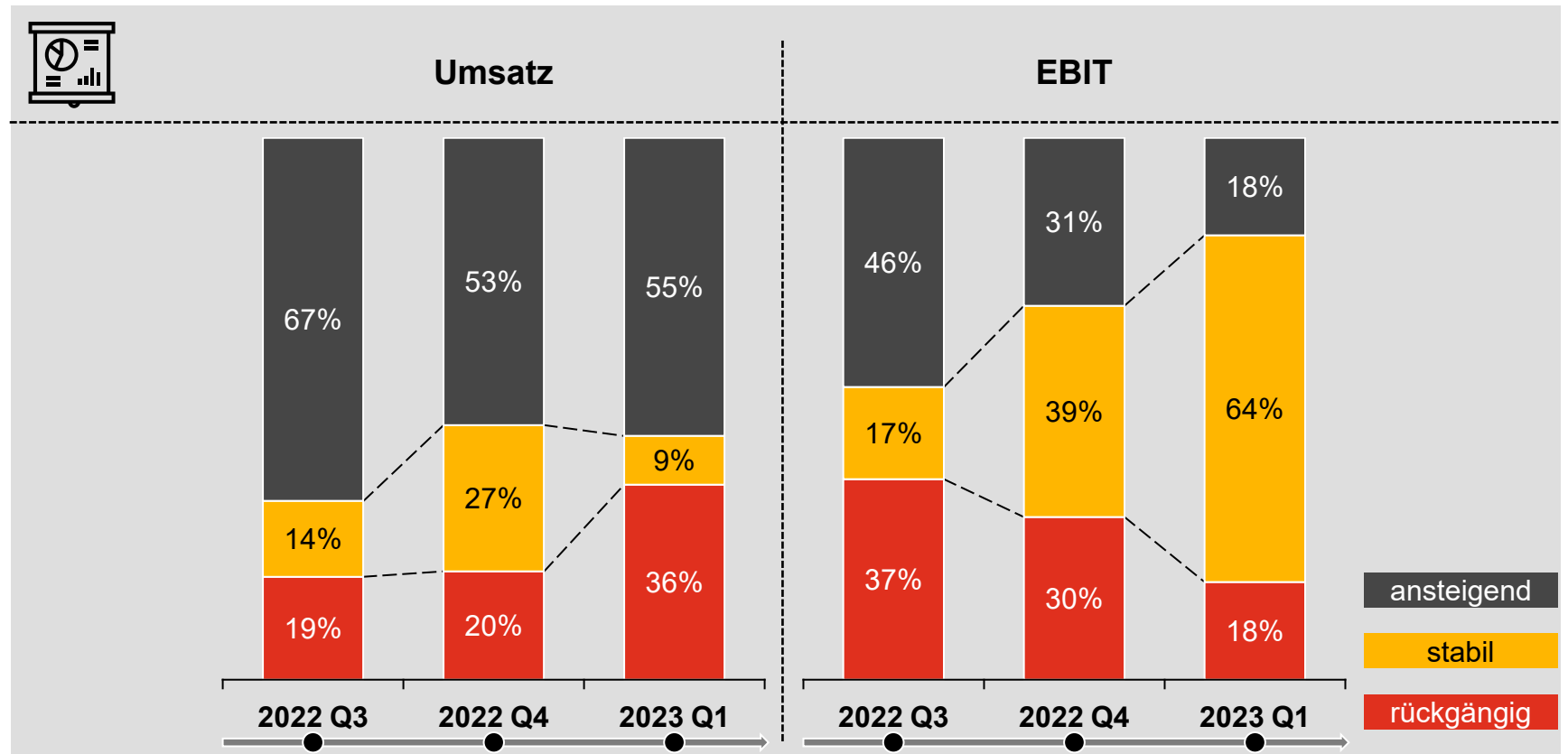


PwC Bewertung

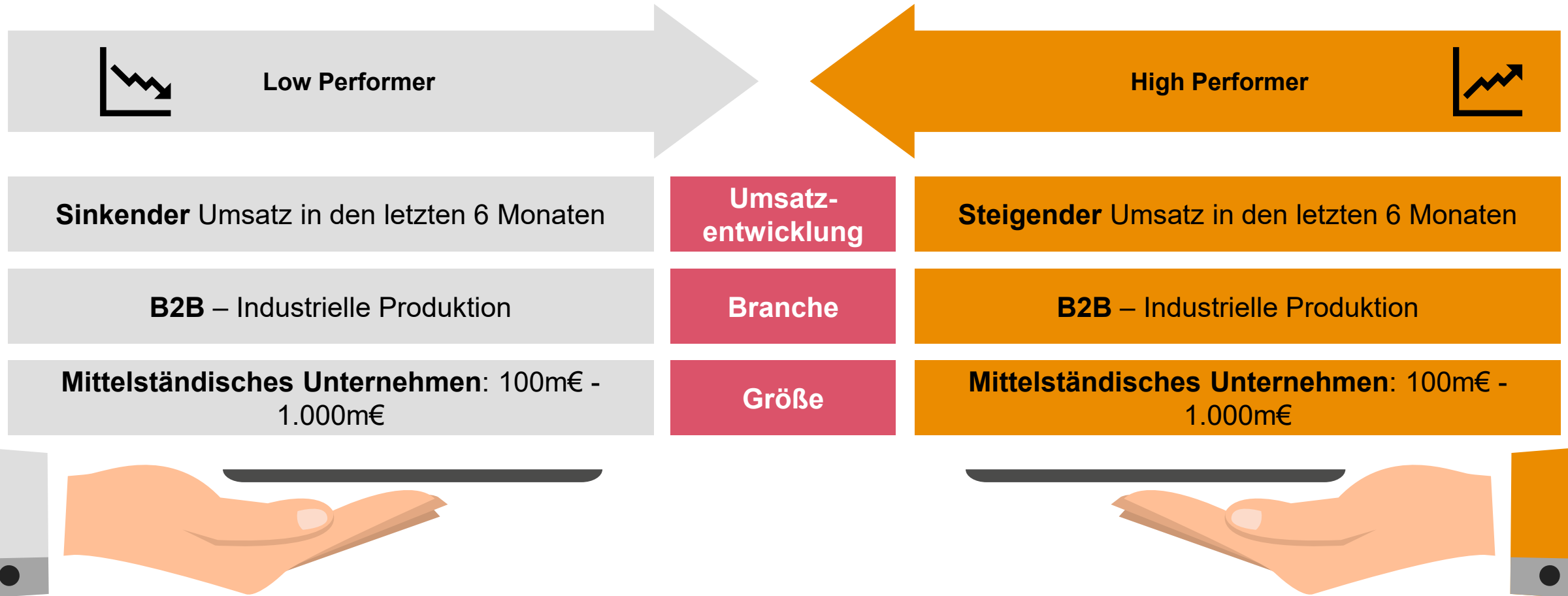
Unternehmen verzeichnen vermehrt Umsatzrückgänge – trotzdem erzielt konstant mehr als die Hälfte der Unternehmen Umsatzsteigerungen

Über die Zeit haben sich die EBIT-Veränderungen stabilisiert – immerhin keine Bottom-line Verluste, allerdings auch keine Gewinnzuwachs

Wie haben sich ihre Kennzahlen in der letzten Zeit entwickelt?

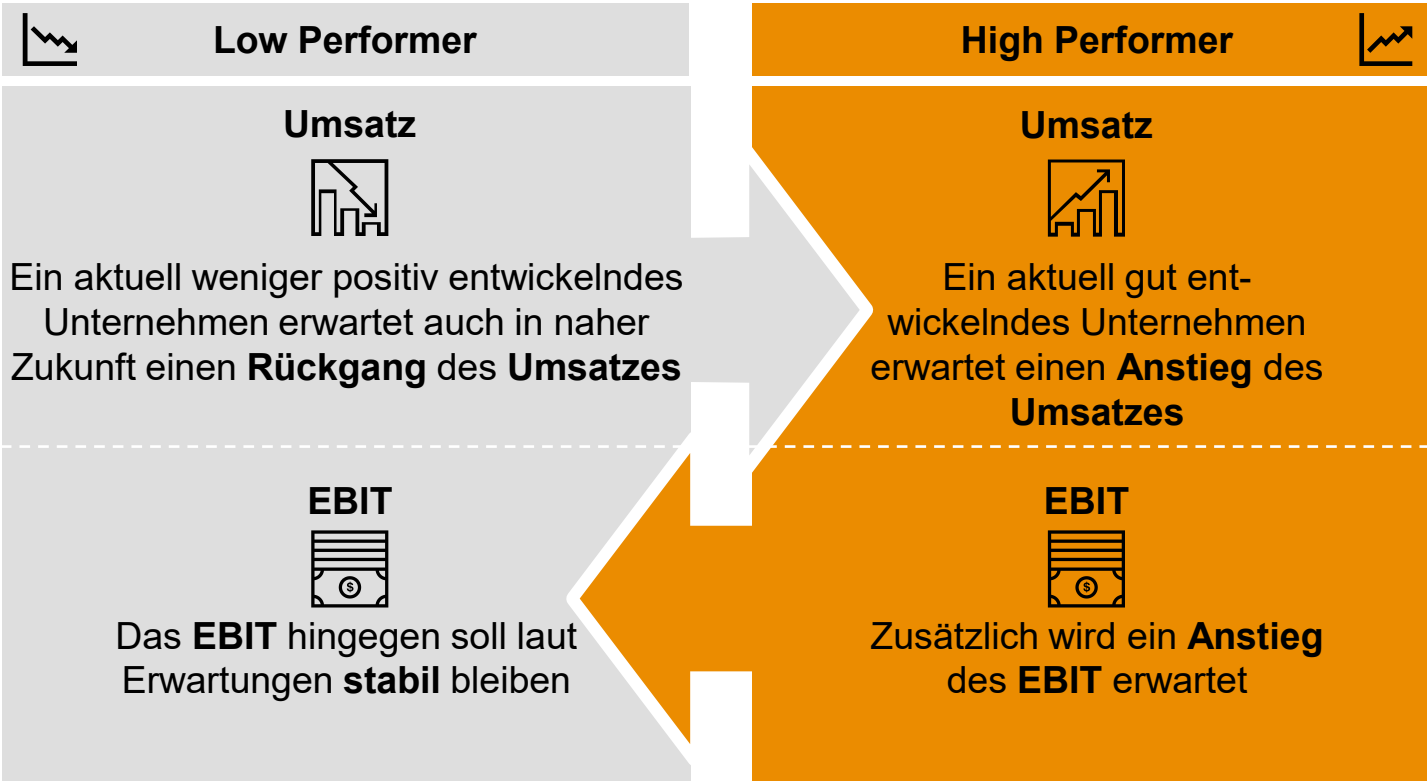


Wir präsentieren Ihnen an 2 beispielhaften Unternehmen die Ergebnisse:



Low Performer sollten von High Performer lernen, so dass sie auch optimistisch in die Zukunft blicken können

Welche Entwicklung ihrer Kennzahlen erwarten Sie in den nächsten sechs Monaten?

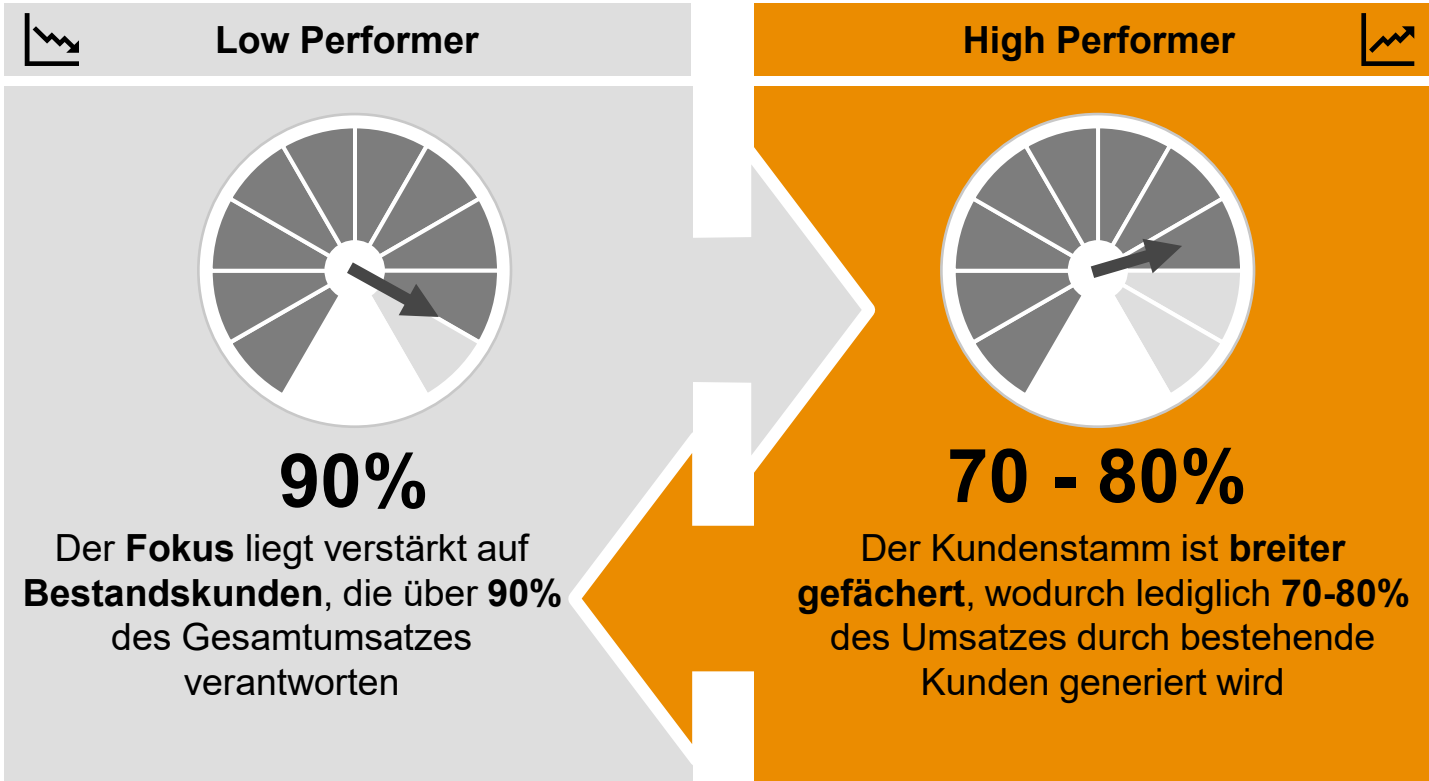


PwC Bewertung

- 1) High Performer sind optimistischer und erwarten eine **positive Entwicklung der wichtigen Kennzahlen** wie Umsatz und EBIT
- 2) Die **Lücke** zwischen einem Low Performer und High Performer wird sich in naher Zukunft **vergrößern**
- 3) Low Performer können von den **Handlungen & Erfolgsfaktoren** des High Performer **lernen**

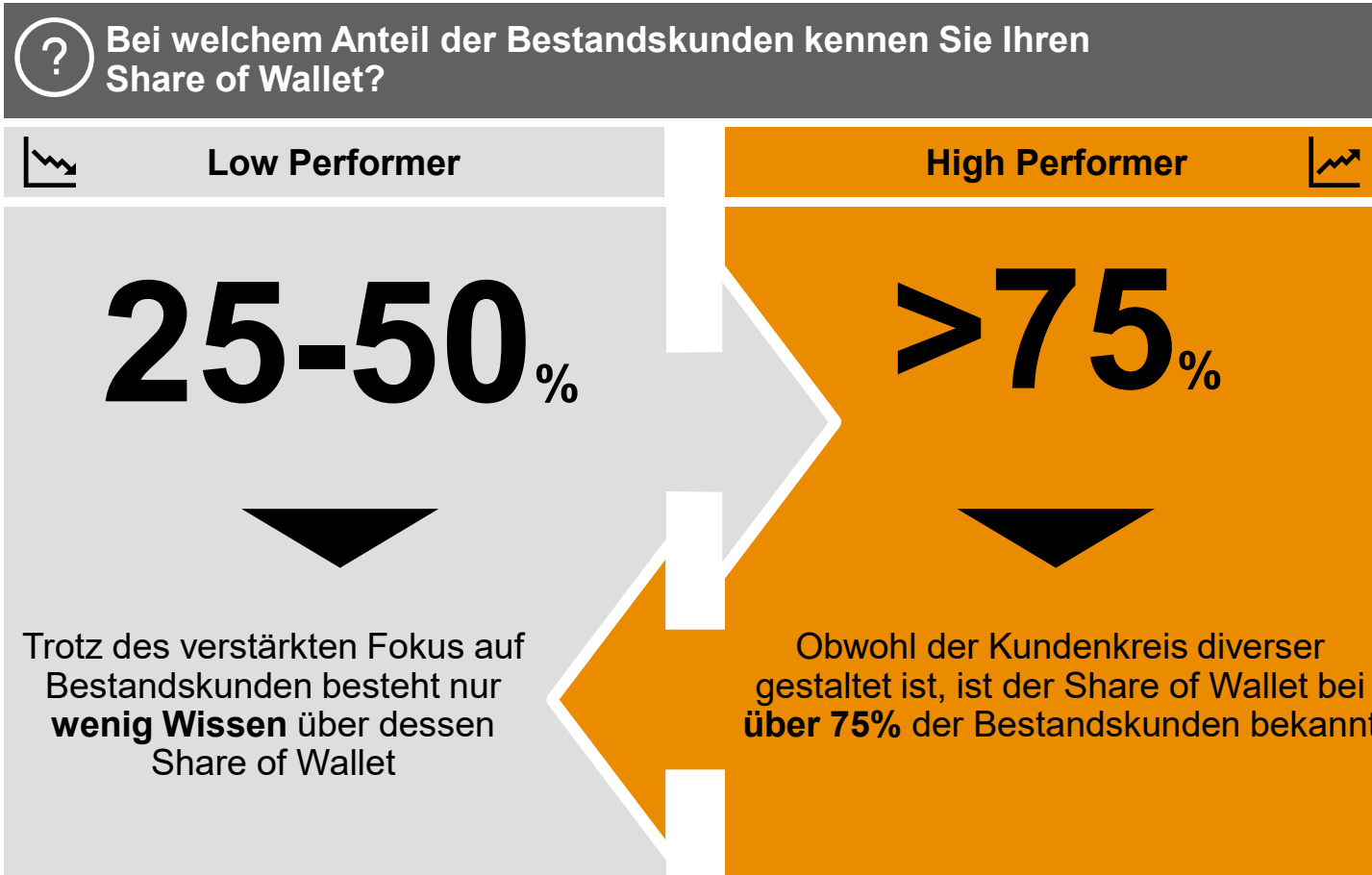
Ein diversifizierterer Kundenmix aus Neu- und Bestandskunden ist ein Erfolgsfaktor

Wie viel Prozent Ihres Umsatzes generieren Sie durch Bestandskunden?



- ### PwC Bewertung
- 1) Ein **hoher Anteil** des Umsatzes wird durch **Bestandskunden** generiert
 - 2) Der High Performer hat einen erfolgreicherer **Mix aus Neu- und Bestandskunden** – 80/20 ist erfolgreicher als 90/10
 - 3) Eine Vernachlässigung des Neukundengeschäfts führt zu einem **Klumpenrisiko**, das in unsicheren Zeiten eine **Gefahr darstellt**

Der High Performer kennt den Share of Wallet der Kunden tendenziell besser...

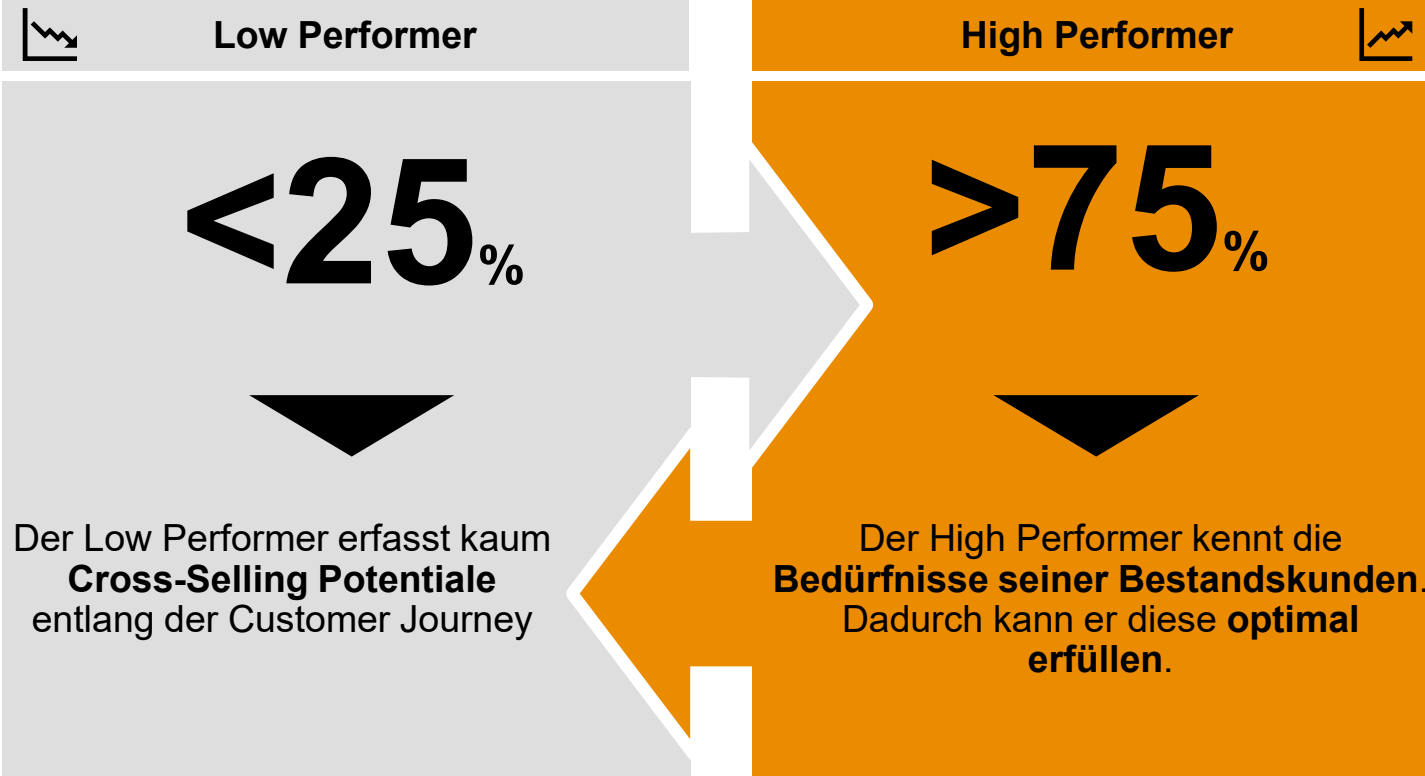


PwC Bewertung

- 1) Der High Performer kennt den Share of Wallet deutlich besser als der Low Performer
- 2) Der **Share of Wallet** ist ein **Erfolgsfaktor**, da eine gezielte Bearbeitung die eigene **Marktposition verstärkt**
- 3) Das Wissen über den Kunden bietet dem High Performer die Möglichkeit, die **Bestandskunden gezielter zu bearbeiten**
- 4) Eine gezielte Bearbeitung des Share of Wallets kann den **Umsatz** und die **Kundenloyalität steigern**

... außerdem erfasst der High Performer seine Cross-Selling Potentiale besser

Bei welchem Anteil der Kunden erfassen Sie Cross-Selling Potentiale systematisch im Verlauf der Customer Journey?

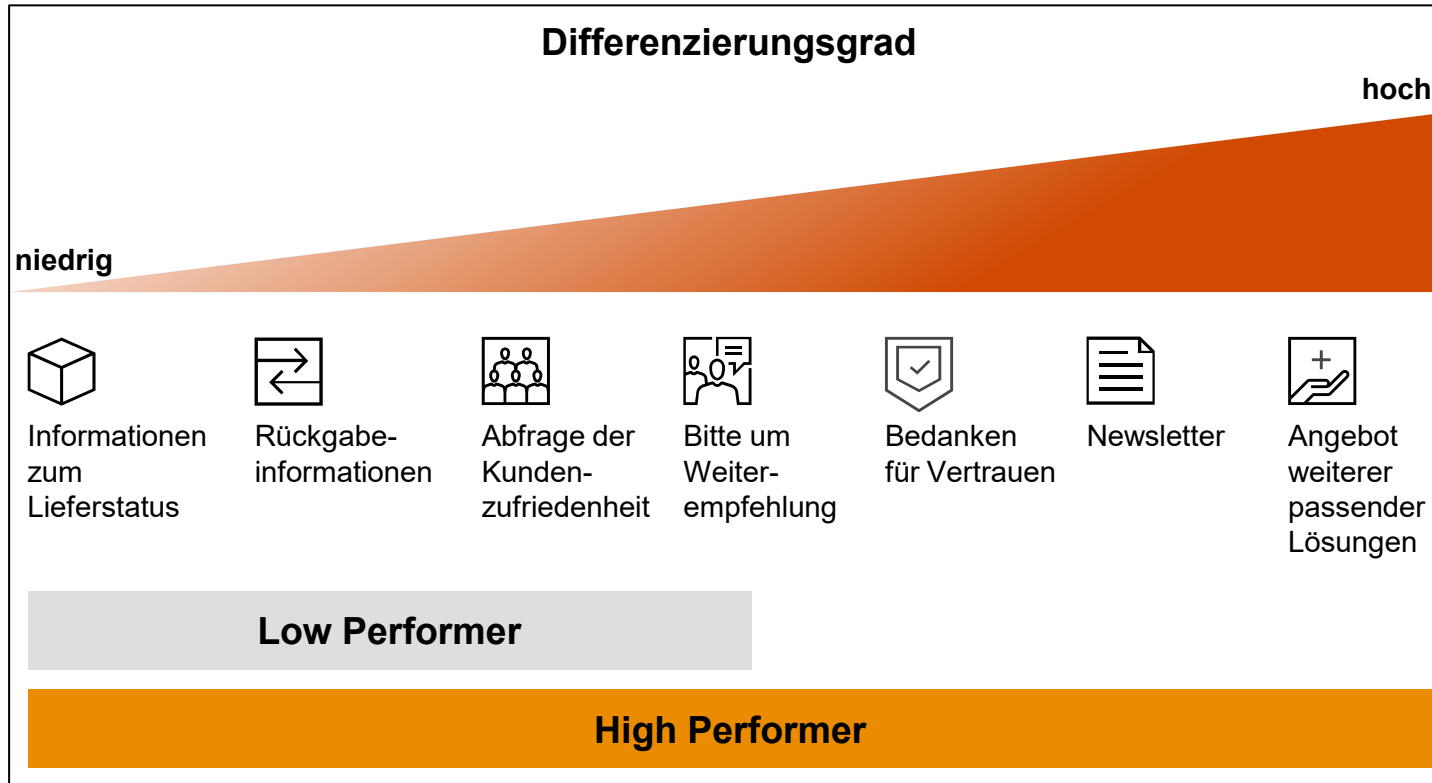


PwC Bewertung

- 1) Im Gegensatz zum Low Performer **erfasst** der High Performer seine **Cross-Selling Potentiale systematisch**
- 2) Cross-Selling ermöglicht Ihnen, vergleichsweise **kostengünstig** den **Umsatz zu steigern**

Cross-Selling, Newsletter sowie die Wertschätzung von Vertrauen sind die Top 3 proaktiven Kundentouchpoints

Welche konkreten proaktiven Touchpoints sieht Ihr Vertriebsprozess nach Kaufabschluss vor?

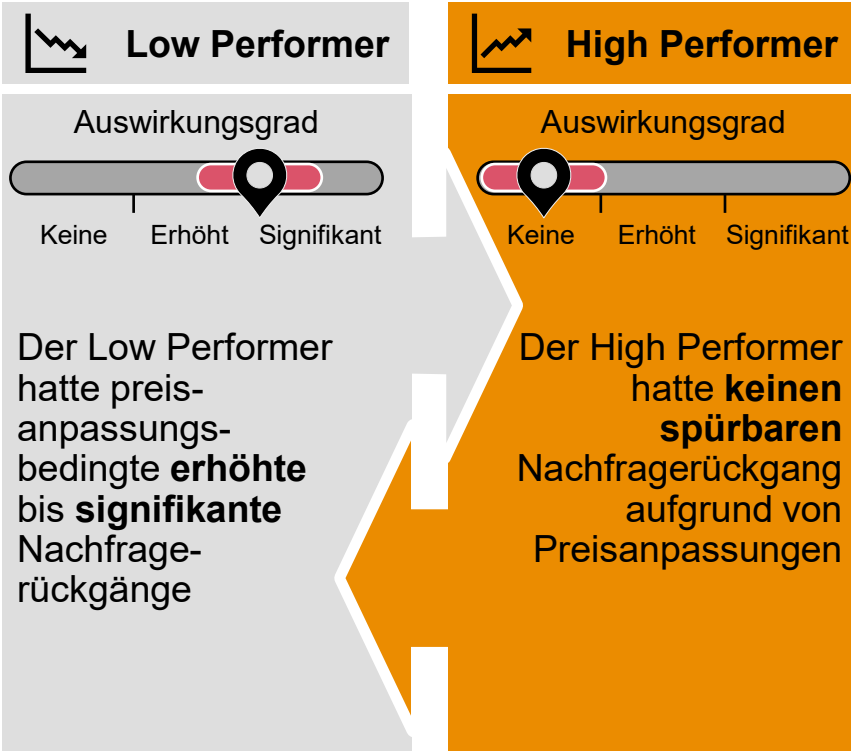


PwC Bewertung

- 1) Der High Performer hat **mehr proaktive Touchpoints** als der Low Performer und erreichen so einen **höheren Reifegrad**
- 2) Die vermehrte Anzahl an Touchpoints dient des **Übertreffens der Kundenerwartungen** und einer **Differenzierung zu Wettbewerbern**

Der High Performer ist resistenter gegen Nachfragerückgang wegen Preisanpassungen

War Ihr Unternehmen 2022 aufgrund von Preisanpassungen mit Nachfragerückgängen konfrontiert?



Unser Erfolgsfaktoren, um positive Effekte durch die Anpassung von Preisen zu erzielen:



Kontaktieren Sie uns gerne



Martin Förster
Senior Manager

LinkedIn: PwC Customer Transformation



+49 171 1794893



martin.foerster@pwc.com

- Über 25 Jahre Berufserfahrung, davon 20 Jahre als Berater oder Manager in kundenorientierten Bereichen
- Expertise: Vertriebseffizienz und -effektivität, Vertriebsprozesse, Vertriebsorganisation und –vergütung, Front- und Back-Office, Shared Service Center, Predictive Sales, eBusiness, Customer Experience
- Sektor-Expertise: Industriegüter, Maschinenbau, Dienstleistungen, Hightech, Bauprodukte, Telekommunikation, Lebensmittel und Einzelhandel



Tobias Müller
Director

LinkedIn: PwC Customer Transformation



+49 170 6511627



tobias.k.mueller@pwc.com

- Über 14 Jahre Berufserfahrung, davon mehr als 9 Jahre in der Unternehmensberatung mit Schwerpunkt auf Marktstrategien, Preisgestaltung und Vertriebsmanagement
- Expertise: Pricing-Strategien und die damit verbundene organisatorische Umgestaltung, Handels- und Marketingstrategien sowie Vertriebsmanagement und –optimierung
- Sektor-Expertise: Bau- und Konstruktionsbranche



Matthias Riveiro
Partner

LinkedIn: PwC Customer Transformation



+49 1512 5665932



matthias.riveiro@pwc.com

- Über 20 Jahre Beratungserfahrung, davon mehr als 10 Jahre als Partner in internationalen Beratungsprojekten für Mandanten in diversen Branchen langjährige Erfahrung im Bereich Kundentransformation
- Expertise: CRM, Customer Experience, Kundenservice Strategien, Online-Transformation, Multi-Channel-Management, Contact Center, und Benchmarking
- Sektor-Expertise: Transport & Logistik, Luftfahrt, Contact Center, Telekommunikation, Fertigung

PwC – Trust in Transformation!

© 2023 PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

Alle Rechte vorbehalten. "PwC" bezeichnet in diesem Dokument die PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die eine Mitgliedsgesellschaft der PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich selbstständige Gesellschaft.

