

"Die Zukunft des Verkaufens beginnt jetzt"

Warum der Vertriebssektor 2026 einen tiefgreifenden Wandel, geprägt von neuer Technologie, veränderten Kundenbedürfnissen und strategischer Neuausrichtung, erlebt, erklärt Devin Vandreuke, selbst Unternehmensberater für den Vertrieb.

Verständnis für den Kunden als Grundpfeiler

Generative KI und Automatisierung stellen keine Ergänzung dar, sondern erweisen sich als Teil des Standards: Sie ermöglichen Lead-Scoring, datenbasierte Vorhersagen zur Kaufwahrscheinlichkeit, automatisierte Kommunikation und saubere Integration in CRM-Systeme. Parallel entwickelt sich die individuelle Ansprache auf Basis von Datenqualität und Hyper-Personalisierung zum entscheidenden Differenzierungsmerkmal. In Märkten, in denen Grundfunktionen und Basistechnologien zunehmend austauschbar sind, gewinnt das Verständnis für den Kunden – seine Bedürfnisse, sein Marktumfeld, seine Pain Points – massiv an Bedeutung. Für Unternehmen heißt das, dass Produktfunktionen in den Hintergrund treten; als wichtiger erweist sich der Nutzen, den der Kunde im Kontext seiner Prozesslandschaft erlebt. Im B2B-Vertrieb zeigt sich außerdem ein klarer Trend zur Digitalisierung und Virtualisierung der Verkaufserlebnisse. Digitale Verkaufsräume und gemeinsame, kanalübergreifende Käufer- und Verkäufer-Workspaces – sogenannte Digital

Sales Rooms – stellen bis Ende 2026 für viele komplexe Verkaufsprozesse den Standard dar.

Rollen verändern sich

Insbesondere bei erklärungsbedürftigen oder technisch komplexen Produkten eröffnen Technologien wie Augmented Reality (AR) oder Virtual Reality (VR) neue Möglichkeiten: Virtuelle Produktdemonstrationen, immersive Showrooms und interaktive Beratung heben das Kundenerlebnis auf ein neues Niveau. Wesentlich verändert hat sich auch die Rolle der Vertriebspersonen. Routineaufgaben und administrative Tätigkeiten werden zunehmend von KI-Systemen übernommen, während sich menschliche Verkäufer auf Strategie, Beratung und Beziehungsaufbau fokussieren. Damit einher geht ein Wandel im Anforderungsprofil: Vertriebsmitarbeitende brauchen künftig nicht nur soziale Kompetenz und Branchenverständnis, sondern auch technologische Affinität und die Fähigkeit, KI-gestützte Prozesse zu orchestrieren. Hinzu kommt, dass sich Investitionen in Vertriebstechnologien zunehmend unter Rendite- und Nachhaltigkeitsaspekten bewerten lassen. Unternehmen erwarten messbare Effekte auf Effizienz, Abschlussraten und Kundenbindung. Die Ära unkoordinierten Tool-Chaos scheint vorbei. Stattdessen setzt sich die

Integration von CRM, Sales-Automatisierung, Datenanalyse und Kommunikation in ein kohärentes Technologie-Ökosystem durch.

Verbindung der Pole

In der Summe lässt sich festhalten: Der Vertrieb 2026 ist datengetrieben, kundenzentriert, technologisch unterlegt – und dennoch mehr denn je auf menschliche Kompetenz angewiesen. Der Schlüssel zum Erfolg liegt in der Balance: Effizienz durch Automatisierung und gleichzeitig Authentizität, Empathie und strategische Beratung. Wer diese beiden Pole geschickt verbindet, erzielt langfristig Wettbewerbsvorteile. Der Vertrieb der Zukunft entpuppt sich als ein dynamisches System, das sich permanent an neue Rahmenbedingungen anpasst. Innovation, Kundenzentrierung, technologische Exzellenz und vertrauensbasierte Beziehungen bleiben wesentliche Erfolgsfaktoren. Doch als entscheidend erweist sich die Fähigkeit, aus diesen Bausteinen ein integriertes, zukunftsfähiges Vertriebsmodell zu formen, das Kundenbedürfnisse antizipiert und Wertschöpfung ganzheitlich denkt.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4947423/Die-Zukunft-des-Verkaufens-beginnt-jetzt/>