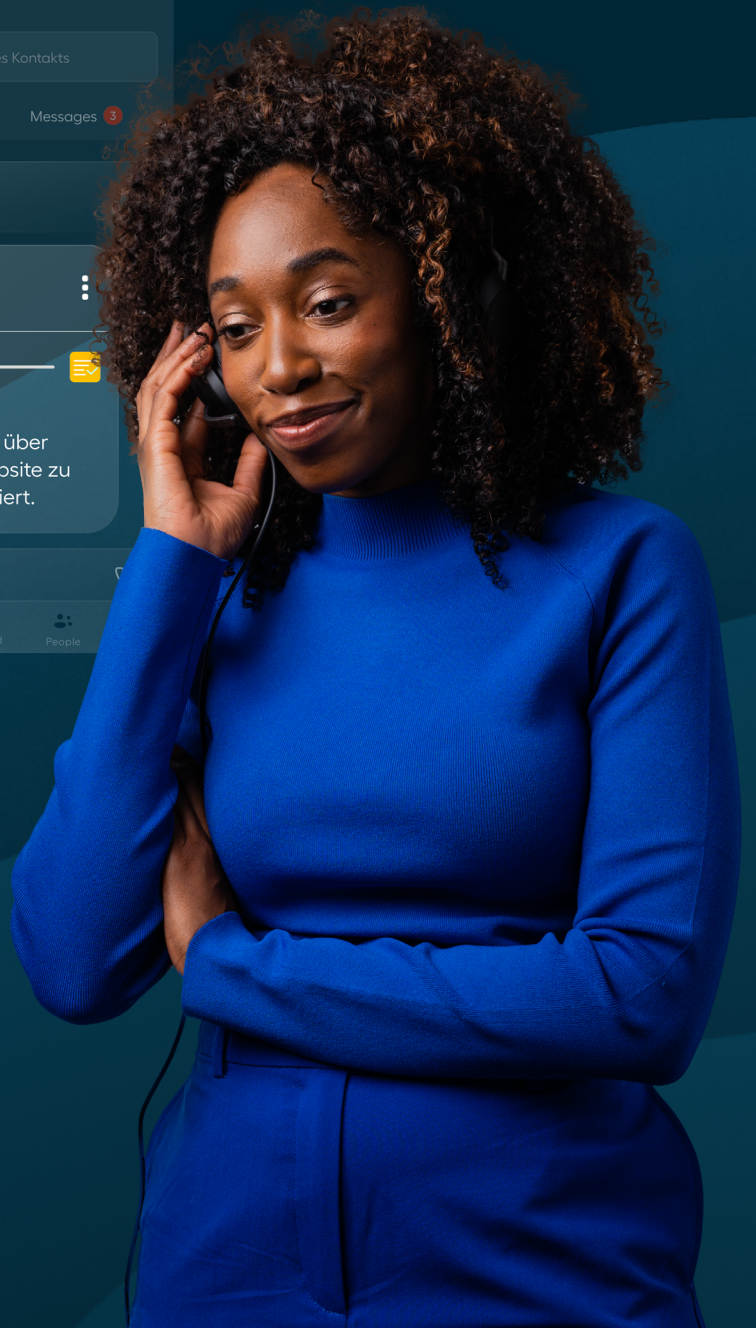


Ein Leitfaden zur Skalierung eines Vertriebsteams (Do's & Don'ts)



3 Zusammenfassung

4 Einleitung: Was bedeutet es eigentlich, das eigene Vertriebsteam zu skalieren?

6 Erster Teil: Aufbau skalierbarer Vertriebsabläufe

10 Zweiter Teil: Einsatz von Technologie zur Skalierung des Vertriebs

13 Fazit: Die Skalierung des Vertriebsteams muss nicht beängstigend sein

Zusammenfassung

Das Vertriebsteam ist das Herzstück eines jeden leistungsstarken Unternehmens. Denn die Mitglieder dieses Teams sorgen nicht nur für mehr Umsatz, sondern sind gleichzeitig auch ganz nah dran an der Basis und bekommen Veränderungen im Geschäftsumfeld, beim Verhalten der Kundinnen und Kunden, bei den Erwartungen der Kundschaft und auch bei vielen anderen Aspekten aus nächster Nähe mit. Wenn Ihr Vertriebsteam bereits erfolgreich ist, werden Sie wohl kaum geneigt sein, irgendetwas daran zu ändern.

Doch wenn Unternehmen wachsen, nimmt auch die Arbeitslast im Vertrieb zu. Wenn Sie es nicht schaffen, Ihr Team darauf vorzubereiten, führt das zu überlasteten Mitarbeitenden, einem Mangel an Zielstrebigkeit und Ehrgeiz und verpassten Umsatzchancen. Letztlich kommt das Gefühl auf, dass das eigene Unternehmen den Anschluss an den Wettbewerb verliert.

Wenn Sie Ihr Vertriebsteam effektiv skalieren möchten, statt das Gefühl zu haben den Anschluss zu verlieren, dann ist Aircall der richtige Partner für Sie, denn:

In diesem Leitfaden erfahren Sie ...

- ... wie Sie erkennen, ob die Zeit reif ist zum Skalieren
- ... wie Sie ein skalierbares Team aufbauen
- ... wie ein skalierbarer Vertriebsprozess aussieht
- ... wie Sie Technologie einsetzen um Vertriebsteams zu skalieren

Wenn Sie sich fragen, wie sie das Skalieren ihrer Vertriebsteams richtig angehen, gibt dieser Leitfaden Strategien an die Hand, um selbstbewusst voranzukommen. Worauf warten Sie also noch: Lesen Sie diesen Leitfaden sorgfältig durch – und machen Sie sich dann auf, Ihr Team zu skalieren!



Was bedeutet es eigentlich, das eigene Vertriebsteam zu skalieren?

Die Skalierung Ihres Vertriebsteams gelingt Ihnen nur erfolgreich, wenn Sie dabei strategisch vorgehen. Doch was genau wird unter Skalierung verstanden?

Im Grunde genommen lässt sich Skalierung so beschreiben, dass Ihr Vertriebsteam mit klarer Absicht an Ihr Geschäftswachstum anpasst. Das Ziel der Skalierung Ihres Vertriebsteams besteht darin, dass Sie Ihr Team auf die steigende Arbeitslast vorbereiten, um weiteres Wachstum problemlos zu ermöglichen. Konkret kann das bedeuten, dass Sie neues Personal einstellen, Ihre Bürofläche erweitern, neue Software einsetzen oder mehr in Schulungen und Coaching investieren.

Deshalb ist Skalierung für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) so wichtig

Das Skalieren der Vertriebsteams spielt für alle Unternehmen eine wichtige Rolle. Das gilt jedoch insbesondere für KMU. Denn im Vergleich zu riesigen Konzernen sind die Ressourcen von KMUs begrenzt. Folglich müssen KMU sicherstellen, dass sie auch wirklich ihr volles Potenzial ausschöpfen damit sie keine Umsatzchancen entgehen.

„Wenn Kundinnen und Kunden im Hinblick auf Skalierung besorgt sind, überrascht uns das nicht. Die letzten Jahre waren schwierig, da sich die Gespräche in puncto Strategie um Konsolidierung und Kostensenkungen gedreht haben, nicht um Wachstum. Doch auch wenn zu schnelles Wachstum gefährlich sein kann, kann Stillstand auf lange Sicht ein noch größeres Risiko darstellen. Aktuell stellen wir fest, dass Vertriebsteams den Fokus wieder auf nachhaltiges Wachstum lenken – darauf, auf eine Art und Weise zu skalieren, die die Produktivität und Performance fördert und den Unternehmen dabei hilft, im Wettbewerb die Nase vorn zu haben. Worauf es dabei ankommt? Auf die Vorbereitung.“

Sean Hayes

Senior Sales Director, Aircall



Also geht es bei der Skalierung Ihres Vertriebsteams im Wesentlichen darum, die richtigen strategischen Entscheidungen zu treffen und Anpassungen vorzunehmen.

Gerade ambitionierte KMU stehen vor der Herausforderung, die richtige Balance zwischen Ihrem Vertrieb und Wachstum zu finden. So stellen Sie sicher, dass Ihr Vertrieb als Wachstumstreiber keine Chancen verpasst, ohne Ihre Mitarbeitenden zu überlasten.



Mit Blick auf Ihr Unternehmen stellt sich also die Frage: Wann ist der richtige Zeitpunkt zum Skalieren? Sie erfahren die Antwort, indem Sie sich folgende Fragen stellen:

1. Sind Ihre Vertriebsziele allzu leicht erreichbar?

Ja, uns ist klar, dass es sicherlich Schlimmeres gibt. Doch wenn der gesamte Sales Funnel reibungslos läuft, können Sie Ihr Team wahrscheinlich skalieren, um noch mehr schwieriger zu erreichende Kundinnen und Kunden anzusprechen und Ihren Stamm an Kundschaft zu erweitern.

2. Liegt eine Überlastung des Vertriebspersonals vor?

Müssen sich Ihre Vertriebsteams um zu viele Kundinnen und Kunden kümmern? Wenn ja, ist es an der Zeit, Ihr Team zu skalieren, sodass es der Nachfrage gerecht werden kann. Denn andernfalls könnte sich Kundschaft eventuell aufgrund von mangelnden Ressourcen von Ihnen abwenden.

3. Planen Sie größere Produkteinführungen?

Wenn ein Unternehmen wächst, nimmt auch das Angebot an Produkten und Dienstleistungen zu. Das kann beispielsweise bedeuten, dass Sie das Portfolio erweitern oder dass Sie einige gewünschte Funktionen zu Ihrem Produkt hinzufügen. Wie auch immer die Situation konkret aussehen mag: Sorgen Sie dafür, dass Ihr Team in der Lage ist, die Erwartungen zu erfüllen.

4. Gehen Sie Risiken ein?

Ohne ein gewisses Risiko einzugehen, gibt es kein Wachstum. Risikobereitschaft sollte nicht zu unverantwortlichem Handeln führen. Dennoch könnte es sich beim Skalieren Ihres Teams potenziell lohnen, beim Vertrieb auch mal in unbekannte Gefilde vorzudringen.

5. Wie sehen Ihre zukünftigen Finanzierungspläne aus?

Mit Blick auf Unternehmenswachstum ist die richtige Finanzierungsstrategie unabdingbar. Egal, ob Sie gerade erst in den Startlöchern stehen, eine Serie-A- oder Serie-B-Finanzierungsrunde ansteht oder ob sich Ihr Unternehmen bereits in einer stärkeren Wachstumsphase befindet: Es ist wichtig, sich Gedanken darüber zu machen, wie Sie Ihr Kapital einsetzen, um einen maximalen ROI zu erzielen. Der Vertrieb ist hier – natürlich – oft ein besonders wirkungsvoller Bereich.



Aufbau skalierbarer Vertriebsabläufe

Um ein skalierbares Vertriebsteam aufzubauen, müssen Sie nicht von Grund auf neu beginnen. Wenn Sie eine Skalierung ins Auge fassen, wird Ihr Team schon vieles richtig machen. Deshalb ist es umso wichtiger, dass Sie die erfolgreiche Dynamik nicht aus dem Gleichgewicht bringen, indem Sie zu viel von Ihrem Team verlangen. Im gleichen Atemzug müssen Sie aber auch darauf achten, dass Sie die Identität Ihres Teams nicht durch zu viele Neueinstellungen verwässern..

Wie skalierbar sind Ihre Vertriebsprozesse?

Verschaffen Sie sich einen Eindruck von Ihrer aktuellen Vertriebsstruktur, um zu prüfen, ob eine Skalierung umsetzbar ist. Wenn Ihr Vertriebsprozess klar strukturiert und wiederholbar ist, spricht alles für eine erfolgreiche Skalierung. So stellen Sie sicher, dass Ihr Wachstum ohne unerwünschte Spannungen, Identitätsverluste, Verwirrung oder sogar Fluktuation erfolgt. Ihr Orientierungspunkt sollte dabei immer folgende Frage sein: *Was möchte die Kundschaft?* Die Antwort darauf bleibt gleich: Kompetente Ansprechpartner und lukrative Möglichkeiten, um mit Ihnen zu wachsen.

Durch einen konsistenten und skalierbaren Vertriebsprozess wird es für Ihr Team einfacher, den eigenen Fortschritt zu verfolgen, weil der Maßstab für alle Teammitglieder gleich ist. Folglich lässt sich einerseits viel leichter bestimmen, an welcher Phase des Sales Funnel noch gearbeitet werden muss. Andererseits können Paradebeispiele für gute Vorgehensweisen in bestimmten Verkaufsphasen mittels [Aufzeichnungen](#) und [Transkriptionen](#)

Ihrem ganzen Vertriebspersonal zur Verfügung gestellt werden, um die Fortbildung zu erleichtern.

Achten Sie aber darauf, dass Ihre Mitarbeitenden nicht die eigene, persönliche Note in Verkaufsgesprächen verlieren. Denn 71 Prozent der Verbrauchenden erwarten individuelle Personalisierung und 76 Prozent sind enttäuscht. Das bedeutet, dass Ihr Team – trotz aller Strukturierung – einen gewissen Gestaltungsspielraum braucht, um bedeutungsvolle Gespräche zu führen, die auf den jeweiligen Kontakt zugeschnitten sind.

„Der Aufbau eines großartigen Vertriebsteams ist nichts, das einfach so passiert. Hierzu bedarf es viel Arbeit im Hinblick auf die geschäftliche Ausrichtung, die strategische Ressourcenplanung, die Optimierung von Technologie und Prozessen, die Befähigung des Teams und auch auf viele andere Punkte. Was für eine Vertriebsorganisation funktioniert, funktioniert nicht unbedingt auch für eine andere. Testen Sie daher unbedingt die Stärken Ihres Teams, sorgen Sie hier für die nötige Feinabstimmung und machen Sie sich diese Stärken zunutze.“

Sean Hayes

Senior Sales Director, Aircall

Sie haben einen skalierbaren Vertriebsprozess, wenn Ihnen folgende Punkte nicht fremd sind:

Vertriebskennzahlen

Haben Sie eine messbare Vorstellung davon, wie eine gute Leistung im Vertriebsteam aussieht? Ob Sie dabei von KPI oder von OKR sprechen, ist hier zunächst einmal egal.

Phasen des Sales Funnel

Wie unterscheiden sich Maßnahmen für Markenbekanntheit und Markenbetrachtung für Sie? Sorgen Sie dafür, dass die verschiedenen Phasen des Funnel solide aufgeschlüsselt werden. Achten Sie dabei darauf, dass Ihr Kundenservice-Team an dieser Aufschlüsselung beteiligt ist und dass strukturierte Qualifizierungen für Leads enthalten sind.

Funnel-Maßnahmen

Die solide Aufschlüsselung der Funnel-Phasen ist entscheidend. Doch wie soll Ihr Team vorgehen, wenn ein Kunde oder eine Kundin den Weg durch den Funnel gerade erst beginnt? Stellen Sie also sicher, dass zu Ihren Funnel-Phasen auch Maßnahmen und Begleitmaterial vorhanden sind, die Ihr Personal gezielt einsetzt.

Segmentierung der Kundschaft

Wenn Ihr Vertriebsteam wächst, wächst auch Ihren (potenziellen) Kundenstamm. Eine Aufteilung dieser Kundinnen und Kunden inklusive einer klaren Zuordnung von Verantwortlichkeiten für bestimmte Gruppen, wird Ihr Wachstum fördern



Bestimmung von Schlüsselrollen und Verantwortlichkeiten zum Aufbau eines skalierbaren Vertriebsteams

Ein weiteres wichtiges Element beim Aufbau eines skalierbaren Vertriebsteams ist die Bestimmung der Schlüsselrollen und der Verantwortlichkeiten, die den Teammitgliedern zukommen sollen. Kennen Sie die Unterschiede zwischen einem/einer Verkaufsleiter:in und einem/einer stellvertretenden Verkaufsleiter:in? Oder zwischen einer Account Manager:in und einer Customer Success Manager:in? Wenn das aus Ihrer Sicht *bloß andere Bezeichnungen* sind, ist es an der Zeit, die Rollen und Verantwortlichkeiten in Ihrem Team konkret zu definieren.

Nachfolgend finden Sie eine Aufschlüsselung der beweglichen Elemente innerhalb Ihres Vertriebsteams, bei denen Sie sicherstellen müssen, dass sie sich parallel mit Ihrem Unternehmenswachstum weiterentwickeln, um ein gesundes Gleichgewicht für Ihre Vertriebsabläufe zu gewährleisten:

1. Ansprache von Kundinnen und Kunden

Für Vertriebsentwicklung zuständige Personen (Sales Development Representatives), die Interaktionen mit potenzieller Kundschaft suchen, bevor sie die Kundinnen und Kunden an die Vertriebsteams übergeben.

2. Qualifizierung von Leads

Für Vertriebsteams, die Leads qualifizieren, das Produkt vorantreiben und Geschäfte zum Abschluss bringen.

3. Einarbeitung

Auf die Einarbeitung spezialisierte Teammitglieder, die den Fokus darauf legen, dass alles vorbereitet ist und die Zusammenarbeit mit der Kundschaft anlaufen kann.

4. Führung

Top-Fachkräfte aus dem Bereich Vertrieb, die die Verantwortung für die Einstellung und Schulung von Personal, für das Skalieren und für so gut wie alle anderen Punkte tragen

5. Erfolg, Upselling und Erweiterungen

Customer Success Manager:innen, die zahlreiche Möglichkeiten für Upselling und Erweiterungen des Accounts schaffen.

Neueinstellungen und Schulungen zum Aufbau eines skalierbaren Vertriebsteams

Im Hinblick auf Skalierung sind Sie vielleicht der Ansicht, *dass man nichts ändern sollte, was doch eigentlich gut läuft*. Wenn Sie jedoch über Ihre aktuellen Kapazitäten hinauswachsen, läuft es gerade noch gut – aber eben nicht mehr lange. Schließlich ist die Erwartung, dass Ihr aktuelles Vertriebsteam das Wachstum - ohne eine Vergrößerung des Teams oder eine Erweiterung der vorhandenen Kompetenzen - stemmen kann, unrealistisch. Wenn im Vertrieb bereits ein hoher Arbeitskräfteabgang² herrscht, sollten Sie es vermeiden, weiteren Druck auf Ihr Team auszuüben.

Doch wir können Ihnen versichern: Es ist möglich, Ihr Vertriebsteam auszubauen und gleichzeitig die ganz besondere Magie aufrechtzuerhalten, die dort gerade herrscht. Im Folgenden geben wir Ihnen einige Ratschläge mit, wie Sie genau das in der Praxis erreichen.

Bereiten Sie sich auf Veränderungen vor

Wenn Neueinstellungen oder Kompetenzerweiterungen für Ihr Team erforderlich sind, dann kümmern Sie sich besser früher als später darum. Wenn Sie Einstellungen jedoch unter Zeitnot vornehmen, laufen Sie Gefahr, dass die Identität Ihres Teams verloren geht. Wenn Sie jetzt – oder in Zukunft – wachsen möchten, sorgen Sie dafür, dass ein entsprechender Rahmen geschaffen wird. So stellen Sie sicher, dass Neueinstellungen keine Auswirkungen auf Ihre Kultur haben.

Investieren Sie in Einarbeitung und Coaching

Einarbeitung ist nicht nur wichtig, damit Neuankömmlinge Ihr Geschäft verstehen, sondern spielt auch mit Blick auf die Unternehmenskultur eine zentrale Rolle. Es geht dabei genauso sehr darum, zu lernen, wie Arbeitszeiten erfasst oder Anrufe weitergeleitet werden, wie es darum geht, sich mit Ihren Unternehmenswerten vertraut zu machen. Nutzen Sie [Anrufaufzeichnungen oder Transkripte](#), um viele praktische Beispiele in die Einarbeitung mit aufzunehmen. Und auch nach den anfänglichen Schulungen sollten Sie sich Technologie zunutze machen, die in Bezug auf Coaching hilfreich ist – beispielsweise die [Flüsterfunktion](#) und die Funktion zum [Verfolgen von Anrufen](#).



²Globale Umfrage von NICE WEM aus dem Jahr 2022

Wie die [Collar Group](#) herausgefunden hat, kann eine schnellere Einarbeitung mithilfe dieser modernen Funktionen den entscheidenden Unterschied machen.

„Aircall ist ein wirklich tolles Produkt zur Schulung, da die Telefongespräche aufgezeichnet werden, sodass Sie Ihr Team im Hinblick auf konkrete Ergebnisse und Szenarien aufklären können. Ich glaube nicht, dass es für Schulungen andere ähnliche Produkte gibt.“

Ephram Stephenson
Gründer, Collar Group

Teilen Sie Ihre Mission

Jedes Vertriebsteam profitiert davon, wenn der Sinn und Zweck der eigenen Arbeit bekannt ist. Wenn Ihre geteilte Mission 10 Prozent Ihres Vertriebsteams wirklich erreicht, sinkt Ihre Fluktuation (um 8,1 Prozent) und Ihre Rentabilität steigt (4,4 Prozent). Wenn Sie also gerade skalieren, sollten Sie dafür sorgen, dass Ihre Teammitglieder ihre Mission nicht aus dem Blick verlieren.

Diese Prinzipien stellen sicher, dass Ihr Rezept für einen erfolgreichen Vertrieb auch dann noch funktioniert, wenn Sie ein paar „Zutaten“ hinzufügen. Das gelingt Ihnen erfolgreich, wenn Sie sich den technologischen Fortschritt zu Nutze machen für die anstehenden Veränderungen. Denn das erleichtert Ihnen die Aus- und Weiterbildung Ihrer neuen Teammitglieder.



Einsatz von Technologie zur Skalierung des Vertriebs

Heutzutage ist Technologie ein wesentlicher Wachstumstreiber in jedem Unternehmen. Und das gilt besonders für Ihren Vertrieb. Denn Technologie nimmt heute eine Schlüsselrolle in Vertriebsteams ein, um nicht nur täglich mehr Anrufe zu tätigen, sondern auch bessere Gespräche zu führen.

Beispielsweise entfällt durch den Power Dialer das manuelle Wählen von Rufnummern und die Integration Ihres CRMs sorgt dafür, dass alle relevanten Informationen über eine:n Gesprächspartner:in immer nur einen Klick weit entfernt sind. So erleichtert Ihnen die Technologie von heute, in einem von Druck geprägten Umfeld, mehr Erfolge in Ihren Kundengesprächen zu erzielen.

Doch nicht nur hier kann Technologie hilfreich sein. Wie Sie sich nun wahrscheinlich schon denken können, kann sie Sie auch beim Skalieren Ihres Vertriebsteams unterstützen. Das gilt besonders in Bezug auf Ihren Technologie-Stack.

Stellen Sie den passenden Technologie-Stack für Ihr Vertriebsteam zusammen

Der Technologie-Stack ist gewissermaßen das Schweizer Taschenmesser für modernes Vertriebspersonal. Natürlich geht es hier nicht um Korkenzieher, sondern um eine Reihe von Tools, die den administrativen Aufwand an einem typischen Arbeitstag im Vertrieb reduzieren. Dadurch wiederum sorgen diese Tools für

innovativere Ansätze in der Art und Weise, wie Ihr Team bedeutungsvollere Verbindungen aufbaut.

Nehmen Sie also eine kurze Einschätzung Ihres aktuellen Technologie-Stacks vor. Denn in diesen Bereichen sollten Sie bereits Unterstützung erfahren:



Automatisierung, die Zeit spart



Zentrale Anlaufstelle für Informationen, um für mehr Transparenz zu sorgen



Einfaches Teilen von Erkenntnissen, um die Zusammenarbeit voranzutreiben



Benutzerfreundlichkeit, die die Kommunikation fördert



Möglichkeiten zur nahtlosen Integration von verschiedener Software

Wenn einer der oben genannten Punkte nicht gegeben ist, ist es an der Zeit, Ihren Technologie-Stack zu erweitern. Am Markt gibt es allerdings viele Optionen. Deswegen müssen Sie darauf achten, dass Ihr Vertriebsteam nicht die meiste Zeit damit verbringt, zwischen verschiedenen Anwendungen hin und her zu wechseln, statt zu Verkaufen.

Wie können Sie also Strukturen schaffen, die Ihrem Vertriebsteam die Arbeit erleichtern und es unterstützen, ohne die Arbeitsabläufe komplizierter als nötig zu gestalten? Die folgenden fünf Schritte sind ein guter Anfang, um einen nützlichen Technologie-Stack einzurichten und in Betrieb zu nehmen:

1. Stellen Sie sicher, dass Ihre Business-Tools zu Ihren Bedürfnissen (und denen Ihres Teams) passen

Verlassen Sie sich dabei nicht auf Marketing-Aussagen, sondern fragen Sie sich: Lohnt sich die Nutzung wirklich? Das gilt vor allem, wenn die Nutzung mit Investitionen, einem langfristigen Vertrag und entsprechender Einarbeitung einhergeht. Betrachten Sie also zunächst Ihre spezifischen geschäftlichen Herausforderungen und fragen Sie sich, ob das jeweilige Business-Tool tatsächlich eine Lösung für diese Herausforderungen darstellt. Marktanalysen mögen extrem zeitaufwendig erscheinen. Aber Ihr Zeitaufwand lohnt sich, wenn Sie bedenken, dass Sie sonst mehrere Jahre ein Business-Tool einsetzen, das Ihr Vertriebsteam gar nicht wirklich voranbringt.

Ob mit [kostenlosen Testversionen](#) oder über [Produktvorführungen mit persönlicher Beratung](#): Investieren Sie Zeit, um sich selbst von dem Tool zu überzeugen.

2. Setzen Sie auf Integrationen und auf Automatisierung

Integrationen sind das, was einen guten Technologie-Stack auszeichnet. Wenn Sie Ihr Team skalieren möchten, brauchen Sie mehr schlaue Köpfe, die sich auf die Verkaufszahlen konzentrieren – und nicht ihre Zeit dafür aufwenden, zwischen Apps und Bildschirmen hin und her zu wechseln. Im Vertrieb wimmelt es nur so vor Aufgaben, die Zeit kosten – beispielsweise das erneute Anhören von Anrufen, das manuelle Eingeben von Rufnummern oder die Erhebung von Informationen zu Kundinnen und Kunden. Aus diesem Grund hat der Aircall-Kunde [Lynk](#) dafür gesorgt, dass sein Unternehmenswachstum Hand in Hand geht mit der Einführung einer fortschrittlichen Kommunikationsplattform. Hierzu integrierte das Unternehmen Aircall mit HubSpot, um einen Überblick über die Kundschaft und die abgeschlossenen Geschäfte zu erhalten. Wenn Sie Ihre Technologie Automatisierung priorisieren, können Sie zugleich sicherstellen, dass bei wachsenden Teams nicht auch die Ineffizienzen zunehmen.

3. Priorisieren Sie menschliche Beziehungen

Denken Sie daran, dass es bei dem Ausbau Ihrer Technologie nicht darum geht, den Faktor Mensch zu ersetzen. Vielmehr ist das Ziel, den Teammitgliedern dazu ermöglichen öfter die eigenen Stärken zur Geltung zu bringen. Mit der Einführung von generativen KI-Technologien wie ChatGPT und Google Gemini ist dieser Punkt inzwischen zu einem noch wichtigeren Thema geworden. Bei KI sollte es um Entlastung für den Menschen gehen, damit Sie sich voll auf Ihre Kernaufgaben fokussieren können – und darauf liegt auch die Priorität bei den [KI-gestützten Funktionen](#) von Aircall. Sorgen Sie dafür, dass Ihr Technologie-Stack die Routineaufgaben übernimmt und den Rahmen schafft, in dem bedeutungsvolle Interaktionen mit Kundinnen und Kunden möglich werden.

„Dank der Integration von Aircall und HubSpot können wir jetzt Tags für unsere Anrufe verwenden, um die Outbound-Aktivitäten unseres Teams mit unserer Kundschaft und unseren Fachkräften zu verfolgen. Das konnten wir früher nicht. Letztlich ist unser Ziel, einen einheitlicheren Kundenservice über den gesamten Kontakt zu Kundinnen und Kunden hinweg zu etablieren, und Aircall hilft uns dabei.“

Jeong Lee

VP Strategy and Operations, Lynk Answers

4. Machen Sie sich Daten zunutze

Um Ihr Team effektiv zu skalieren, sollten Sie sich eingehend mit Daten befassen, denn sie zeigen Ihnen, wann der richtige Zeitpunkt gekommen. Messen Sie beispielsweise die durchschnittliche Anrufzeit pro Teammitglied im Vertrieb oder die Anzahl der Anrufe pro Tag? Und behalten Sie beim Support für Kundinnen und Kunden Werte wie den [Net Promoter Score \(NPS\)](#) und den [Kundenzufriedenheits-Score \(CSAT\)](#) genau im Blick, die Ihnen eine Vorstellung davon vermitteln, welches Maß an Service Sie Ihrer Kundschaft bieten? Beim Skalieren Ihres Teams können Sie dabei unterstützen, den Nagel auf den Kopf zu treffen. Sie ermöglichen Ihnen das Festlegen von praktischen Benchmarks, mit denen Sie sicherstellen, dass Ihre Qualität auch bei Wachstum erhalten bleibt.

5. Erleichtern Sie Remote-Work

Einer der vielen Vorteile von [Softphones](#) ist, dass Sie damit nicht (im wahrsten Sinne des Wortes) an den Arbeitsplatz gebunden sind. Trotzdem ist es wichtig, dass Sie sicherstellen, dass die Qualität Ihrer Kommunikation durch mehr Mitarbeitende nicht sinkt. Sorgen Sie bei wachsenden Teams dafür, dass die Technik dazu beiträgt, Verzögerungen in der Kommunikation zu vermeiden, und dass Ihre Lösungen für Remote-Personal genauso gut funktioniert wie für Ihr Team im Büro.



Fazit: Durch die Skalierung Ihres Vertriebsteams entfalten Sie erst Ihr volles Wachstumspotenzial

Die erfolgreiche Erweiterung Ihres Vertriebsteams ist eine echte Herausforderung. Doch wenn Sie eine bewährte Strategie verfolgen, schaffen Sie eine solide Basis für anhaltendes Unternehmenswachstum in der Zukunft. Dieser umfassende Leitfaden hat Ihnen schon viele praktischen Kniffe mitgegeben und verdeutlicht, dass es für Ihren Erfolg auch die richtigen Werkzeuge braucht.

Abschließend fassen wir Ihnen deswegen alles noch einmal zusammen, damit es Ihnen leichter fällt Ihr volles Wachstumspotenzial zu entfalten:

1. So erkennen Sie den richtigen Zeitpunkt

Nutzen Sie Leistungskennzahlen, um festzustellen, ob Ihr Vertrieb nicht mit Ihrem Wachstum Schritt halten kann. Denn eine zu hohe Arbeitslast, Überförderung und sinkende Abschlussquoten sind klare Warnsignale, dass Ihr Vertrieb bereit ist zu Skalieren. Jetzt liegt es an Ihnen Ihre Wachstumschancen beim Schopf zu greifen. Vergessen Sie nicht: Ein zu schnelles Skalieren birgt Risiken – dasselbe gilt aber auch für ein zu langsames Skalieren. Skalierung ist ein unvermeidlicher Teil des Wachstums. Scheuen Sie sich also nicht, sich weiterzuentwickeln, wenn Sie in einer Umgebung mit Kontakt zu Kundinnen und Kunden tätig sind, die sich ebenso weiterentwickelt.

2. So verhindern Sie, dass Ihre Erfolgsgrundlage verschwindet: Ihre Kultur

Ihre Kennzahlenanalyse spricht eine klare Sprache: Sie brauchen ein größeres Vertriebsteam. Doch wie verhindern Sie, dass Ihre Teamkultur sich verändert, verwässert oder gar verschlechtert?

Achten Sie darauf, dass neue Angestellte Ihre Mission teilen und somit Ihre DNA erhalten bleibt. Denn Ihr Vertrieb ist 4,4 Prozent rentabler und 8,1 Prozent weniger Menschen kündigen, wenn nur 10 Prozent Ihres Teams Ihrer Mission folgen.

„Mehrere unserer Kundinnen und Kunden nutzen Technologie, um ihre Teams zu skalieren. Besonders hervor sticht dabei ein Fall, bei dem sich ein Unternehmen für die All-in-one-SMS-Plattform von Salesmsg und eine Integration mit Aircall entschieden hat. Diese Wahl führte zu erheblichen Effizienz- und Produktivitätssteigerungen. Durch das Konsolidieren von SMS und Anrufen über eine einzige Rufnummer konnte das Unternehmen Engpässe aus der Welt schaffen. Darüber hinaus bot die verbesserte Datennachverfolgung wertvolle Erkenntnisse für einen nahtloseren Betrieb, was letztendlich zu einem hocheffizienten Vertriebsteam führte.“

Chris Brisson

CEO und Mitgründer von Salesmsg

3. So machen Sie sich den technologischen Fortschritt zu Nutze

Setzen Sie auf die richtigen Tools, um Ihrem gesamten Vertrieb nicht nur die Arbeit zu erleichtern, sondern auch die Produktivität zu erhöhen. Ganzheitliche Kommunikationsplattformen wie Aircall kommen mit vielen praktischen Funktionen, wie Anrufweiterleitungen, KI-gestützten Kennzahlenanalyse und automatisierten Anrufzusammenfassungen, um Sie beim erfolgreichen Skalieren tatkräftig zu unterstützen.

4. Tauschen Sie sich mit Ihrem Vertriebspersonal aus

Kümmern Sie sich um Ihr Team. Vielleicht haben Sie einen Plan, von dem Sie überzeugt sind – vielleicht hängt er auch irgendwo. Bleiben Sie mit Ihrem Team in Kontakt und stellen Sie sicher, dass die Teammitglieder Ihren Plan zur Teamskalierung (a) kennen und (b) damit zufrieden sind. Denn der anhaltende Austausch stellt sicher, dass Sie und Ihr Vertrieb am gleichen Strang ziehen. Und wenn Sie sicher sein möchten, dass Ihr Team die Umstellungen mitträgt, kann es sich lohnen zusätzlich in Change Management zu investieren.

An dieser Stelle: herzlichen Glückwunsch! Sie haben ein Unternehmen aufgebaut, dass jetzt den nächsten Wachstumsschritt in Angriff nimmt. Wir wünschen Ihnen erfolgreiches Umsetzen und dass die Skalierung Ihres Vertriebs dafür sorgt, dass Sie Ihre Wachstumsziele übertreffen.

Aircall – ein echter Partner für KMU

Aircall ist stolz darauf, ein echter Partner für KMU in aller Welt zu sein. Denn wir wissen genau, dass die spannendsten Erfolgsgeschichten von kleinen und mittleren Unternehmen geschrieben werden, die mit moderner Unterstützung noch mehr bewirken.

Wenn Sie mehr erfahren möchten, vereinbaren Sie einen persönlichen Beratungstermin mit unserem Team und überzeugen Sie sich selbst davon, wie die Funktionen von Aircall (darunter KI-gestützte Anrufe und Voicemail-Transkription) Ihrem Unternehmen den nächsten Wachstumsschub verleihen.



Über Aircall

Aircall ist die Telefon- und Kommunikationsplattform für Vertriebs- und Supportteams. Es handelt sich um eine vollständig cloudbasierte Telefonlösung, die leicht zu handhaben und zuverlässig ist. Außerdem bietet Aircall über 100 Integrationen mit CRMs wie Salesforce und Hubspot und anderen Tools wie Intercom, Slack, Gong und vielen mehr. Aircall verbindet leistungsstarke Software mit engagierten Mitarbeitenden. Dadurch unterstützt die Plattform kleine und mittelständische Unternehmen dabei, ihre Produktivität zu steigern und die Zufriedenheit von Kundinnen, Kunden und Mitarbeitenden zu einem Wachstumsmotor zu verwandeln.

Aircall weitet seine internationale Präsenz aus und beschäftigt derzeit über 700 Mitarbeitende mit 40 Nationalitäten in mehr als sechs Büros: New York, London, Paris, Berlin, Madrid und Sydney. Das Unternehmen wurde von Built In als einer der besten Arbeitsplätze ausgezeichnet. In der Deloitte Fast 500 erreichte Aircall den „Centaur“-Status, nachdem sich das Unternehmen 2022 über 100 Millionen Dollar an wiederkehrenden Jahresumsätzen gesichert hat.

<https://aircall.io/>