

IMU Research Insights
064

Leistungsanreize für Inside Sales Teams –
Unterschiedliche Anreize für unterschiedliche Teams?

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg
Theresa Morguet, M.Sc.
Prof. Dr. Sebastian Hohenberg

2019

Relevanz der Thematik

- Wachstum von **Inside Sales Teams** in vielen Unternehmen
- Inside Sales Teams **unterscheiden sich** von anderen Vertriebseinheiten, wie beispielsweise dem Außendienst:
 - **Verkauf aus der Ferne** anstelle von persönlichem vor Ort Verkaufsabschluss mit hoher Reisetätigkeit
 - **Stärkere Spezialisierung** führt zu erhöhter Interaktion (z.B. Wissensaustausch) innerhalb eines Inside Sales Teams
- Unzureichende Kenntnis, **welche Anreize** Manager **zur wirksamen Leistungssteigerung** ihrer Inside Sales Teams einsetzen sollen

Studiencharakteristika

- Deutschlandweite **Online-Datenerhebung** mit 366 Vertriebsmitarbeitern aus 118 Inside Sales Teams und Erhebung der zugehörigen **objektiven Daten** der Inside Sales Team Leistung (d.h. Umsatzsollerfüllung) eines weltweit tätigen Unternehmens
- Untersuchung der Effektivität von **Teamanreizen** und **individuellen Anreizen** auf die **Inside Sales Team Leistung** unter Berücksichtigung der **Teamstruktur**

Theoretische Grundlagen

- **Die Teamstruktur** von Inside Sales Teams lässt sich beschreiben durch das **Ausmaß an Beziehungen...**



*Geringes Ausmaß
an Beziehungen*



*Hohes Ausmaß
an Beziehungen*

...sowie durch die Stärke der **Ausrichtung** der Beziehungen auf **einen zentralen Mitarbeiter.**



*Schwache Ausrichtung,
d.h. kein zentraler Mitarbeiter*



*Starke Ausrichtung,
d.h. ein zentraler Mitarbeiter*

Zentrale Erkenntnisse / Implikationen

- **Inside Sales Teams brauchen eigene Leistungsanreize**, d.h. Manager sollten sich **nicht einfach auf etablierte Leistungsanreize verlassen**, die in anderen Vertriebseinheiten funktionieren, sondern ihr Anreizsystem auf den Kontext anpassen
 - Empfehlung: Setzen Sie **Teamanreize** ein und seien Sie **vorsichtig beim Einsatz von individuellen Anreizen**, da dieser sich negativ auf die Inside Sales Team Leistung auswirken kann
- Die **Teamstruktur** hat einen **signifikanten Einfluss** auf den Zusammenhang zwischen dem Einsatz verschiedener Anreize und der Inside Sales Team Leistung
 - Der **hohe Einsatz von Teamanreizen** und **geringer Einsatz von individuellen Anreizen** ist am erfolgreichsten in Inside Sales Teams mit einem **geringem Ausmaß an Beziehungen** und **starker Ausrichtung auf einen zentralen Mitarbeiter.**

Das **Institut für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU)** an der Universität Mannheim versteht sich als Forum des Dialogs zwischen Wissenschaft und Praxis. Der wissenschaftlich hohe Standard wird gewährleistet durch die enge Anbindung des IMU an die Lehrstühle für Marketing & Sales an der Universität Mannheim, die national wie auch weltweit hohes Ansehen genießen. Die wissenschaftlichen Direktoren des IMU sind Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg und Prof. Dr. Sabine Kuester.

Wenn Sie an weiterführenden Informationen interessiert sind, können Sie uns gerne jederzeit kontaktieren unter:

Institut für Marktorientierte Unternehmensführung
Universität Mannheim
L5, 1
68131 Mannheim
Telefon: 0621 / 181-1546
E-Mail: theresa.morguet@bwl.uni-mannheim.de

Besuchen Sie unsere Webseite: www.imu-mannheim.de

Die Autoren:

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg ist Inhaber des Lehrstuhls für Business-to-Business Marketing, Sales & Pricing an der Universität Mannheim. Zudem ist er Direktor des dortigen Instituts für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU) sowie Leiter des wissenschaftlichen Beirats der Unternehmensberatung Homburg & Partner.

Theresa Morguet, M.Sc. ist Doktorandin und wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Business-to-Business Marketing, Sales & Pricing an der Universität Mannheim.

Prof. Dr. Sebastian Hohenberg ist Assistant Professor of Marketing an der McCombsSchool of Business der University of Texas at Austin.