

Vertriebsziele im ersten Halbjahr 2025 verfehlt?

31.07.2025, 07:00 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *MarketDialog GmbH*



Sven Burkhardt, Prokurist und Marketing Director MarketDialog GmbH, Eschborn

Das erste Halbjahr ist vorüber, die Vertriebszahlen sind ausgewertet und vielerorts zeigt sich ein ernüchterndes Bild: Ziele wurden nicht erreicht, Umsätze stagnieren, neue Kunden bleiben aus. Doch statt in Schockstarre zu verfallen oder die Schuld allein bei äußeren Umständen zu suchen, empfiehlt MarketDialog einen strukturierten, selbstkritischen Blick auf die eigene Performance und klare Handlungsimpulse für die zweite Jahreshälfte.

Mit MarketDialog Zahlen analysieren und Ursachen erkennen

Wer im Vertrieb erfolgreich bleiben will, muss wissen, woran es hakt. Die wichtigsten Fragen lauten:

- Wurden Kunden verloren? Wenn ja, Rückgewinnungsstrategie ausarbeiten.
- Haben Bestandskunden weniger gekauft als erwartet? Produktportfolio analysieren.
- Kamen zu wenige Neukunden hinzu? Neukundengewinnungskanäle und Conversion Rates überprüfen.
- Welche Zielgruppen wurden nicht erreicht? Zielgruppendefinition und Ansprache überarbeiten.

"Der pragmatischste und zugleich effektivste Weg, Klarheit zu gewinnen, ist der direkte Dialog mit den eigenen Bestandskunden. Was brauchen sie aktuell? Wie bewerten sie die Leistung? Was fehlt?" erklärt Sven Burkhardt, Prokurist und Director Marketing bei MarketDialog.

Zuhören, lernen, anpassen

Kundengespräche liefern wertvolle Insights, die sich direkt in operative Maßnahmen übersetzen lassen: Angebotsschärfung, vertriebliche Ansprache, Produktpositionierung, Serviceerwartungen. Sven Burkhardt betont: "Nur wer seine Kunden wirklich versteht, kann sein Angebot und seine Kommunikation darauf ausrichten."

Vergleichen statt beklagen

Ein Blick über den Tellerrand lohnt sich: Wie steht das eigene Unternehmen im Vergleich zum Wettbewerb da? Welche Trends und Innovationen setzt die Konkurrenz? Welche Kanäle funktionieren dort besser? Die aktuelle Wirtschaftslage ist zweifellos eine Herausforderung, darf aber nicht als Ausrede herhalten.

- **Kurskorrektur einleiten:** MarketDialog empfiehlt für das zweite Halbjahr eine klare Prioritätensetzung: Strategisch und menschlich.
- **Kunden wieder ins Zentrum rücken:** Bestandskunden aktiv ansprechen, Bedarfe verstehen, neue Potenziale entdecken.
- **Neukundengewinnung fokussieren:** Zielgruppen neu bewerten, Ansprache prüfen, Kampagnen optimieren.
- **Interne Prozesse überprüfen:** Performance im Vertriebsteam analysieren, Schulungsbedarf erkennen, Motivation stärken.

Fazit: Vertriebserfolg ist kein Zufall

„Wer im zweiten Halbjahr aufholen will, braucht Mut zur Selbstreflexion, Konsequenz in der Umsetzung und den klaren Willen zur Verbesserung“, fasst Sven Burkhardt zusammen. MarketDialog unterstützt Unternehmen dabei, neue Impulse

zu setzen, Kundenbeziehungen zu vertiefen und die Vertriebsleistung messbar zu steigern.

MarketDialog GmbH

Düsseldorfer Straße 40
65760 Eschborn
Deutschland

HermindaDeiana (Public Relations Manager)

+49 6196 7695-183

hermina.deiana@marketdialog.com

marketdialog.com

Portrait

MarketDialog gehört seit über 23 Jahren und mit mehr als 5.000 erfolgreich realisierten B2B Projekten für internationale Konzerne, führende mittelständische Unternehmen und innovative Start-ups, zu den führenden Vertriebsberatungs- und Telemarketing Agenturen in Deutschland. Die Kernkompetenz von MarketDialog liegt auf den Branchen Automotive, IT, Finance und Industrie und auf maßgeschneiderten Beratungs- und Kommunikationsleistungen sowie Inhouse Telemarketingleistungen für Neukundengewinnung, Bestandskundenmanagement und Leadgenerierung sowie IT-Solutions. Mit einem klaren Fokus auf datengetriebene Strategien und persönliche Kommunikation unterstützt MarketDialog Unternehmen, ihre Marktpotenziale voll auszuschöpfen.

News-ID: 1288892 • Views: 499 (Stand: 16.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1288892/Vertriebsziele-im-ersten-Halbjahr-2025-verfehlt.html>