
essentials

Essentials liefern aktuelles Wissen in konzentrierter Form. Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der gegenwärtigen Fachdiskussion oder in der Praxis ankommt. *Essentials* informieren schnell, unkompliziert und verständlich

- als Einführung in ein aktuelles Thema aus Ihrem Fachgebiet
- als Einstieg in ein für Sie noch unbekanntes Themenfeld
- als Einblick, um zum Thema mitreden zu können

Die Bücher in elektronischer und gedruckter Form bringen das Fachwissen von Springerautor*innen kompakt zur Darstellung. Sie sind besonders für die Nutzung als eBook auf Tablet-PCs, eBook-Readern und Smartphones geeignet. *Essentials* sind Wissensbausteine aus den Wirtschafts-, Sozial- und Geisteswissenschaften, aus Technik und Naturwissenschaften sowie aus Medizin, Psychologie und Gesundheitsberufen. Von renommierten Autor*innen aller Springer-Verlagsmarken.

Eva-Susanne Krah • Johanna Leitherer

Best of springer- professional.de 2025: Marketing + Vertrieb

 Springer Gabler

Eva-Susanne Krah
Wiesbaden, Deutschland

Johanna Leitherer
Dieburg, Deutschland

ISSN 2197-6708
essentials

ISSN 2197-6716 (electronic)

ISBN 978-3-658-50811-1

ISBN 978-3-658-50812-8 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-50812-8>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <https://portal.dnb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert an Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2026

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jede Person benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des/der jeweiligen Zeicheninhaber*in sind zu beachten.

Der Verlag, die Autor*innen und die Herausgeber*innen gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autor*innen oder die Herausgeber*innen übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Wenn Sie dieses Produkt entsorgen, geben Sie das Papier bitte zum Recycling.

Was Sie in diesem *essential* finden können

- Aktuelle Trends und Herausforderungen in Marketing und Vertrieb im digitalen Zeitalter
- Strategien zur Integration von KI und Automatisierung in Vertriebs- und Marketingprozesse
- Innovative Ansätze für Kundenansprache und Hyperpersonalisierung entlang der Customer Journey
- Praxisnahe Tipps zur Effizienzsteigerung, Kostenoptimierung und permanenten Performance-Messung

Besser und effizienter mit KI

Liebe Leserinnen und Leser,

mit dem neuen *essential* Best of springerprofessional.de: Marketing + Vertrieb 2025 ist wieder eine spannende, komprimierte Sammlung wichtiger Marketing- und Vertriebsthemen des zurückliegenden Jahres gelungen. Die vergangenen Monate standen in beiden Bereichen vor allem im Zeichen Künstlicher Intelligenz. Die Technologie hat zum Beispiel als generative KI und mit LLMs (Large Language Models) in etlichen Marketing- und Vertriebsprozessen schon Einzug gehalten. Ziel ist, mehr Effizienz und bessere Performance-Ergebnisse in der Vertriebs- und Marketingarbeit zu erreichen. Teams können von KI-Unterstützung in ihrem Vertriebs- und Marketingalltag an vielen Stellen schon profitieren – etwa im Leadmanagement oder in der Marketing-Kommunikation. Der Reifegrad bei KI-Projekten in den Unternehmen ist jedoch noch sehr unterschiedlich ausgeprägt.

Welche Trends besonders der Einsatz von KI nach sich zieht, können Sie in der vorliegenden *essential*-Sammlung der interessantesten Online-Beiträge unseres Online-Portals springerprofessional.de nachlesen.

Aber nicht nur in Sachen Künstliche Intelligenz, sondern auch in der klassischen Marketing- und Vertriebsarbeit wurde in den vergangenen Monaten deutlich, dass vor allem das Kundenerlebnis, die Kundenbedürfnisse und die Kundenzentrierung stark im Mittelpunkt der strategischen Ausrichtung von Marketing- und Vertriebsverantwortlichen von Unternehmen stehen. Danach müssen sich die verschiedenen Prozesse noch intensiver als bisher ausrichten, um auch in bewegten Märkten erfolgreich zu sein. Vertriebs- und Marketingabteilungen finden ganz unterschiedliche Konzepte dafür. Eines ist, moderne Technologie wie KI zu integrieren.

Wir haben in diesem *essential* die thematischen Schwerpunkte des vergangenen Jahres für Sie zusammengestellt, die im Fachgebiet Marketing + Vertrieb von springerprofessional.de bis Anfang November 2025 online erschienen sind. Alle Beiträge finden Sie auch einzeln in unserer digitalen Wissensdatenbank für Wirtschaft + Technik auf springerprofessional.de. Dort können Sie auch auf alle anderen bereits erschienenen *essentials* aus dem Fachgebiet Marketing + Vertrieb und viele weitere Online-Beiträge sowie aktuelle Buch- und Zeitschriftenartikel aus diesen und weiteren Wissensgebieten zugreifen.

- ▶ Springer Professional ist die einzigartige Kombination aus digitaler Fachbibliothek und redaktionellem Service in der großen Wissenswelt von Springer Nature.

Ihr Vorteil: Diese kompakte Sammlung aktueller Trendbeiträge bietet Ihnen die Möglichkeit, sich mit wichtigen Entwicklungen aus beiden Fachbereichen kompakt zu beschäftigen. Damit sind Sie gut informiert, lernen Expertinnen und Experten über die Beiträge kennen und erhalten zugleich wichtige Impulse für Ihr eigenes Geschäft, etwa für den Einsatz von KI im B2B-Vertrieb und Marketing.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihre Springer-Professional-Redaktion!

Inhaltsverzeichnis

1	Vertriebsorganisationen richtig planen und strukturieren	1
2	„Cyberkriminalität ist heute ein Geschäftsmodell“	7
3	B2B-Kunden favorisieren digitale Kanäle	11
4	Mit KI an der Kostenschraube drehen.....	15
5	Welche Vertriebskompetenzen morgen zählen	19
6	Vertrieb wird langsamer, Win-Rates sinken	23
7	„Leistungsträger im Vertrieb wollen kein Wohlfühlumfeld, sondern die Chance auf Erfolg“	29
8	So geht Kaltakquise mit KI-Agenten	33
9	Überzeugende Angebote gestalten.....	39
10	Vertriebsperformance als zentraler Werttreiber.....	43
11	Gute Kommunikation ist oft Mangelware	47
12	Budgetierung im B2B-Marketing bleibt herausfordernd.....	51
13	Weniger Plattformen, mehr Strategie.....	55
14	Marketer zwischen Bauchgefühl und Datenflut	59
15	Gen AI-Tools verändern das Suchverhalten	63

16	Hyperpersonalisierung in die Realität überführen	67
17	Mit Deep Content tief eintauchen	71
	Was Sie aus diesem <i>essential</i> mitnehmen können	75

Über die Autoren

Eva-Susanne Krah ist Chefredakteurin der Springer-Zeitschrift Sales Excellence bei der Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und zudem Channel Managerin Marketing + Vertrieb bei Springer Professional. Sie schreibt vor allem über die Themenschwerpunkte Vertriebsmanagement und Vertriebsstrategien, moderiert Fachevents im Themengebiet und beschäftigt sich aktuell besonders mit dem Einsatz von KI im B2B-Vertrieb.

Johanna Leitherer arbeitet als freiberufliche Redakteurin, Journalistin und Texterin. Seit Sommer 2017 schreibt sie für springerprofessional.de über Marketing- und Vertriebsthemen.