Seismic

FORSCHUNGSBERICHT

Report 2023: Der Nutzen von Enablement

INHALT

Einleitung 3

Zusammenfassung 4

Methodik und Demografie 5

Der Nutzen von Enablement-Technologie für die GTM-Effizienz 6

Der Nutzen von Enablement-Technologie für Mitarbeiterschulungen 10

Der Nutzen von Enablement-Technologie: Talente gewinnen und binden 12

Unternehmen erkennen den Bedarf für Enablement-Technologie 14

Fazit 17

Über Seismic 18

EINLEITUNG

Angesichts unbeständiger Märkte verwundert es nicht, dass Unternehmen auf die Maximierung der betrieblichen Effizienz bei gleichzeitiger Minimierung von Kosten bedacht sind.

Viele Unternehmen werden ihre Investitionen in Technologie überdenken und neu bewerten. Das Paradoxe: Ein Großteil dieser Unternehmen hat bereits beträchtliche technologische Altlasten angehäuft. Das bedeutet, dass zu lange auf eine Reihe unzusammenhängender und oft inkompatibler kurzfristiger technischer Lösungen gesetzt wurde, die nun zu tief verankert sind, um sie einfach zu entfernen oder zu ersetzen – und diese technologischen Altlasten behindern die Agilität, die heute erforderlich ist, um wettbewerbsfähig zu bleiben

Enablement-Technologie kann diese Belastung erheblich reduzieren, denn statt einer weiteren Ergänzung des Tech-Stacks im Unternehmen ist sie eine Investition in die Harmonisierung des Tech-Stacks.

Durch Integration mit bestehender Software vereinfacht und ersetzt Enablement-Technologie zahlreiche manuelle Aufgaben. Sie erleichtert auch die Verwendung bisher unzureichend genutzter Tech-Stack-Komponenten und bringt so die seit langem erhoffte Rentabilität.

Enablement-Technologie vereinfacht Arbeitsabläufe, optimiert GoToMarket (GTM)-Prozesse und steigert die Leistungsfähigkeit und Effektivität von Mitarbeitern. Das Resultat sind bessere Kundenerlebnisse, größere Geschäftsabschlüsse, kürzere Verkaufszyklen sowie mehr Vertragsabschlüsse und -verlängerungen.

Aus diesen Gründen sollte Enablement-Technologie der letzte Bereich sein, den Unternehmen in wirtschaftlich unsicheren Zeiten aufgeben, sondern genau der, den sie unbedingt aufbauen sollten – und das tun viele, wie diese Studie zeigt.

Was ist Enablement-Technologie?

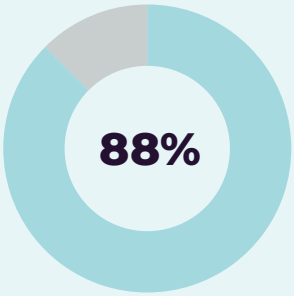
Im Rahmen dieser Studie wird Enablement-Technologie als eine Lösung definiert, die die Arbeitsbelastung von Mitarbeitern im Bereich Vertrieb/Customer Success reduziert, ihre Arbeitsabläufe vereinfacht und den Teams wichtige Erkenntnisse zur Leistungs- und Umsatzsteigerung liefert.

Enablement-Technologie umfasst mehrere Leistungsbereiche und Lösungen, darunter Content-Management und -Automatisierung, Schulung und Coaching, Buyer Engagement, Strategie und Planung sowie Analytik und Intelligence.

ZUSAMMENFASSUNG

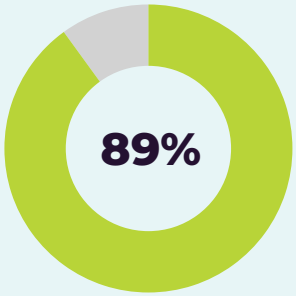
Mehr als 1.200 leitende Vollzeitbeschäftigte aus den Bereichen Vertrieb, Enablement und Customer Success in den USA und Europa nahmen an der Studie teil. Das Ergebnis – Enablement-Technologie ist enorm gefragt: **82 %** der Studienteilnehmer nutzen sie bei ihrer Arbeit. **99 %** der Nutzer bestätigen, dass Enablement-Technologie ihre Arbeit erleichtert.

Und von diesen 99% sagen:



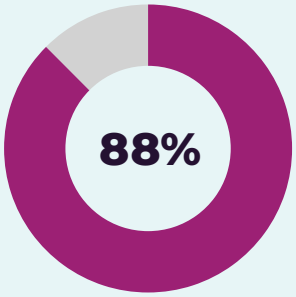
dass sie dadurch produktiver werden.

(US = 84%; UK = 94%; FR = 93%; DE = 91%)



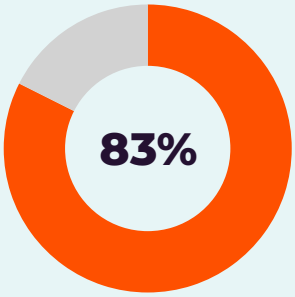
dass sie ihr Selbstvertrauen stärkt.

(US = 88%; UK = 83%; FR = 88%; DE = 95%)



dass sie bessere Ergebnisse damit erzielen.

(US = 91%; UK = 92%; FR = 91%; DE = 91%)



dass sie dadurch bessere Kundenerlebnisse bieten.

(US = 78%; UK = 89%; FR = 91%; DE = 88%)

(US = United States of America; UK = United Kingdom; FR = France; DE = Germany)

Die Antworten spiegeln die Resultate wider, die Unternehmen mit der Einführung von Enablement-Technologie erzielen wollen. Dazu gehören:

- **Go-to-Market (GTM)-Effizienz**, insbesondere in Bezug auf Zeitersparnis und Gesamtproduktivität
- **Effektives Onboarding und Training**, damit Mitarbeiter schnell produktiv werden und Selbstvertrauen entwickeln
- **Talentgewinnung und -bindung** durch das Fördern von Arbeitszufriedenheit, Arbeitsmoral und Karrierewünschen

Hinzu kommt, dass diese Ergebnisse sich gegenseitig verstärken: Je mehr freie Zeit ein Mitarbeiter mit Kundenkontakt zur Verfügung hat, desto einfacher kann er Schulungsaufgaben erledigen, was wiederum sein Umsatzpotenzial steigert, wodurch sich die Arbeitsmoral und sein Zugehörigkeitsgefühl im Unternehmen verbessern. Produktivere, informierte und motivierte Mitarbeiter sorgen zudem für zufriedenere und kaufbereite Kunden.

Den Befragten dieser Studie zufolge hat Enablement-Technologie einen sehr hohen Wert. Die kleine Minderheit, die sie nicht nutzt, wünscht sich, dass sie sie hätte, und die große Mehrheit, die sie nutzt, wünscht sich, dass sie noch mehr davon hätte.

METHODIK UND DEMOGRAFIE

	ERHEBUNG IN DEN USA	ERHEBUNG IN EUROPA
Insgesamt	610 (58% männlich; 42% weiblich)	618 (53% männlich; 47% weiblich)
Repräsentanz	46 von 50 Staaten (ohne DE, HI, NH und VT)	Vereinigtes Königreich (33%); Frankreich (33%); Deutschland (34%)
Rollen	Vollzeitbeschäftigt in einer Vertriebs-, Enablement- oder Customer-Success-Funktion auf Managementebene oder höher	Vollzeitbeschäftigt in einer Vertriebs-, Enablement- oder Customer-Success-Funktion auf Managementebene oder höher
Durchschnittsalter	37 Jahre	40 Jahre
Vertrauen	Durchführung der Befragung mit 95% Genauigkeit und einer Fehlertoleranz von +/- 4%	Durchführung der Befragung mit 95% Genauigkeit und einer Fehlertoleranz von +/- 4%
Zeitraum	2.-8. Januar 2023	12.-23. Januar 2023

Der Nutzen von Enablement-Technologie für die GTM-Effizienz

Eine Kernkomponente von Effizienz ist Zeitersparnis. Je mehr Zeit eingespart wird, desto mehr Zeit bleibt für andere Aufgabenbereiche. Teilnehmer, die Enablement-Technologie sehr breit und in einigen Bereichen vorrangig einsetzen, geben an, dass sie dadurch mehr Zeit für andere wertschöpfende Aktivitäten gewinnen, die sonst nicht die erforderliche Aufmerksamkeit erhielten, wie z. B. Gespräche mit potenziellen und bestehenden Kunden, Präsentationen und Demos sowie Geschäftsabschlüsse.

Durch Enablement-Technologie sparen die Befragten durchschnittlich **13 Stunden** pro Woche ein.

83% geben an, dass sie dadurch mehr Zeit für umsatzsteigernde Aktivitäten gewinnen.

51% sparen Zeit bei der Ermittlung von Kennzahlen für die Planung/Prognose.

44% können schneller Anfragen bearbeiten oder Fortbildungslücken schließen.

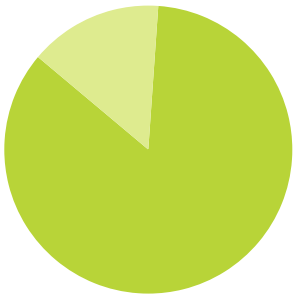
54% finden dadurch Informationen schneller.

Der schnelle Zugriff auf Informationen und Content ist durchweg von größter Bedeutung. Die große Mehrheit der Befragten, die durch den Einsatz von Enablement-Technologien schneller Informationen und Content finden, sagt auch, dass sie dadurch effektiver und selbstsicherer arbeiten können.

97%

geben an, dass sie durch schnellen Zugriff auf Informationen und Content zielgerichtetere Gespräche mit ihren Kunden führen.

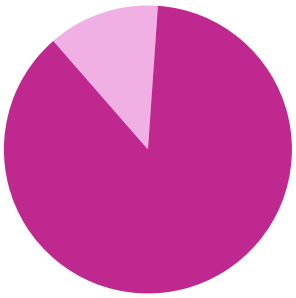
(US = 97%; UK = 97%; FR = 97%; DE = 96%)



85%

geben an, dass sie durch schnellen Zugriff auf Informationen und Content benötigte Antworten schnell finden.

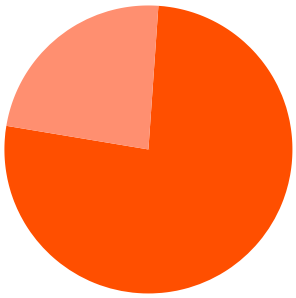
(US = 85%; UK = 84%; FR = 89%; DE = 85%)



87%

sagen, dass sie sich durch schnellen Zugriff auf Informationen und Content besser auf Kundentermine und Präsentationen vorbereiten können.

(US = 81%; UK = 94%; FR = 94%; DE = 97%)



76%

sagen, dass sie sich durch den schnellen Zugang auf Informationen und Content nicht mehr selbst in Frage stellen.

(US = 68%; UK = 95%; FR = 82%; DE = 78%)

Generationsbedingter Unterschied beim Selbstvertrauen

Bemerkenswert ist, dass die Befragten Millennials in den USA mit **26 % höherer** Wahrscheinlichkeit als die Gen Z angeben, dass sie sich durch den schnellen Zugang zu Informationen und Content weniger selbst in Frage stellen. Die Generation X sagt dies mit 16% höherer Wahrscheinlichkeit als die Generation Z.

Gen X-Befragte sagen außerdem mit **16 % höherer** Wahrscheinlichkeit als Gen Z, dass der schnelle Zugriff auf Informationen und Content ihnen die Vorbereitung auf Kundentermine und Präsentationen erleichtert, was mit dem Thema Selbstvertrauen der Gen Z in den USA in Zusammenhang stehen könnte.

Befragte, die keine Enablement-Technologie einsetzen, bemängeln Zeitverluste und Produktivitätseinbußen, insbesondere durch den unzureichenden Zugang zu erforderlichen Inhalten.

Teilnehmer ohne Enablement-Technologie verbringen durchschnittlich **10 Stunden** pro Woche damit, Content zu finden, zu vergleichen oder zu überarbeiten.

97%

derer, die im Bedarfsfall nicht auf die passenden Inhalte zugreifen können, geben an, dass sie häufig oder gelegentlich **Inhalte suchen müssen.**

87% derer, die im Bedarfsfall nicht auf die passenden Inhalte zugreifen können, geben an, dass sie häufig oder gelegentlich **Content-Versionen vergleichen.**

90%

derer, die im Bedarfsfall nicht auf die passenden Inhalte zugreifen können, geben an, dass sie häufig oder gelegentlich **Dokumente überarbeiten müssen.**

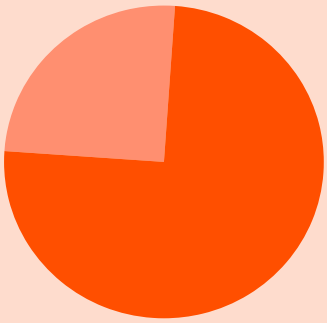
83%

geben an, dass sie häufig oder gelegentlich **nicht den gewünschten Content finden**, wenn sie mit Interessenten oder Kunden kommunizieren.

Zudem geben sie an, dass durch diese manuellen Arbeitsschritte weniger Zeit für andere wichtige Aufgaben bleibt.

77%

geben an, dass diese Zeit für die Verwirklichung der Teamziele genutzt werden könnte.



74% geben an, dass diese Zeit für Schulungen und Coaching genutzt werden könnte.

Darüber hinaus beeinträchtigen diese aufwändigen Arbeitsschritte (Content finden, Versionen vergleichen, Aktualisierungen) das Kundenerlebnis, wenngleich zwischen den Befragten in den USA und in Europa ein deutlicher Unterschied in der Bewertung dieses Effekts besteht.

63% geben an, dass der Content, den sie beruflich nutzen, für ihre Kunden nicht ausreichend personalisierbar ist.

51% geben an, dass sie sich während eines Verkaufs- oder Kundengesprächs schon einmal versprochen haben, weil sie zeitgleich versuchten, Unterlagen oder Informationen zu finden.

54% geben an, dass der von ihnen genutzte Content nicht einfach zugänglich ist.

43% geben an, dass die von ihnen verwendeten Materialien nicht markenkonform sind.

42% sagen, dass der von ihnen verwendete Content nicht auf die Bedürfnisse ihrer Kunden zugeschnitten ist.

41% sagen, dass die Inhalte für die Branchen ihrer Kunden irrelevant sind.

Der Nutzen von Enablement-Technologie für Mitarbeiterschulungen

Schulungsangebote sind nicht nur wichtig, damit Mitarbeiter ihre Arbeit effektiv erledigen können. Sie beeinflussen auch, wie Mitarbeiter über ihre Arbeit und ihr Unternehmen denken und ob sie sich dafür entscheiden, in diesem Unternehmen zu bleiben. Eine vollständige Enablement-Lösung sollte eine integrierte Lernplattform bieten, die kontinuierliche Weiterbildung ermöglicht.

Aus- und Weiterbildung beginnt mit dem Onboarding, und die Mehrheit der Befragten ist sich der Bedeutung dieser Phase bewusst.

97% stimmen zu, dass schlechtes Onboarding den Unternehmensbetrieb behindert.

83% sagen, dass der Onboarding-Prozess ihres Unternehmens neue Mitarbeiter nicht schnell genug einarbeitet.

Ein erschreckender Anteil der Befragten gab an, dass ihr Unternehmen keine Schulungen anbietet, die über das Onboarding hinausgehen.

46% sagen, dass ihr Unternehmen nach dem Onboarding keine weiteren Schulungen anbietet.

40% geben an, dass ihr Unternehmen keine Weiterbildungsmöglichkeiten anbietet.

45% geben an, dass ihr Unternehmen kein Coaching anbietet.

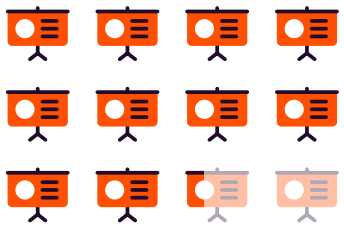
Dennoch sieht die große Mehrheit dieser Befragten einen Wert in zusätzlichen Lernangeboten:

88% glauben, dass zusätzliche Schulungen, Coaching und Weiterbildungen ihnen beim Erreichen ihrer Ziele helfen würden.

84% sind der Ansicht, dass sie durch weitere Schulungen, Coaching und Training mehr Geschäftsabschlüsse erzielen würden.

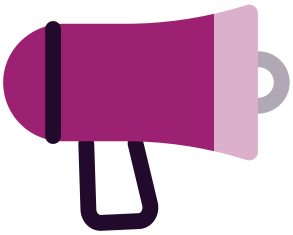
79% sagen, dass sie durch weitere Schulungen, Coaching und Weiterbildungen einen besseren Kundenservice bieten könnten.

Der Einsatz von Enablement-Technologie fördert Lernprozesse zusätzlich durch den schnellen Zugriff auf Schulungs- und Coaching-Inhalte. Der schnelle Zugang zu Informationen ist also auch hier wichtig und hat einen signifikanten Einfluss auf das spätere Kundenerlebnis.



85% der Befragten sagen, dass sie sich durch schnellen Zugriff auf Coaching- und Schulungsinhalte besser auf Kundenpräsentationen vorbereiten können.

(US = 80%; UK = 89%; FR = 94%; DE = 92%)



85% geben an, dass sie dank des schnellen Zugriffs auf Coaching- und Schulungsinhalte besser vorbereitet in Kundengespräche gehen.

(US = 79%; UK = 90%; FR = 92%; DE = 95%)

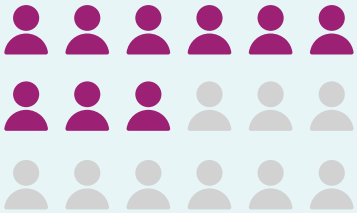
80% sagen, dass sie sich durch den schnellen Zugriff auf Coaching- und Schulungsinhalte weniger selbst in Frage stellen.

(US = 79%; UK = 85%; FR = 86%; DE = 79%)

Die Arbeitsleistung hängt mit der Arbeitszufriedenheit und langfristigen Bindung an das Unternehmen zusammen. Weiterbildung trägt wesentlich dazu bei, diese Zufriedenheit und Loyalität zu fördern. Die Mehrheit der US-Mitarbeiter würde ihren Arbeitgeber bei mangelnden Fortbildungsmöglichkeiten sogar verlassen. Dass die Teilnehmer in Europa nicht so weit gehen würden, könnte daran liegen, dass Enablement in Europa ein noch wachsender Markt ist.

80% meinen, dass sie durch Weiterbildungen, Schulungen und Coaching zufriedener mit ihrer Tätigkeit wären.

79% sind überzeugt, dass sie durch Weiterbildungen, Schulungen und Coaching beruflich vorankommen würden.



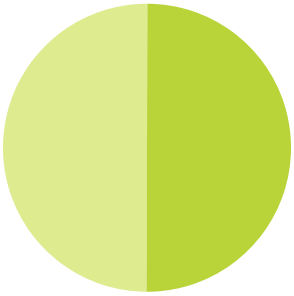
50% überlegen, ihr Unternehmen mangels Weiterbildungen zu verlassen, **72%** davon in den USA.

Der Nutzen von Enablement-Technologie: Talente gewinnen und binden

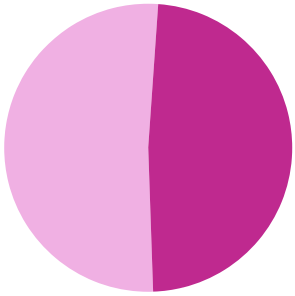
Ähnlich wie im Fall der Weiterbildungsmöglichkeiten gibt etwa die Hälfte aller Befragten an, dass der Einsatz von Enablement-Technologie eine Voraussetzung für die Wahl eines Arbeitgebers ist.

Die Mehrheit dieser Befragten kommt auch hier aus den USA. Die meisten US-Befragten geben sogar an, dass sie einen Arbeitgeber ohne Enablement-Technologie nicht in Betracht ziehen würden. Insgesamt sieht sowohl in den USA als auch in Europa die Mehrheit der Befragten Enablement-Technologie als eine Priorität bei der Stellensuche an.

84% stimmen zu, dass unterstützende interne Systeme und Entwicklungsmöglichkeiten bei der Stellensuche eine Priorität sind.



51% überlegen derzeit, ihr Unternehmen zu verlassen, weil sie nicht genügend unterstützende Tools für ihren Erfolg haben. Die große Mehrheit der Befragten (**73%**) stammt aus den USA.

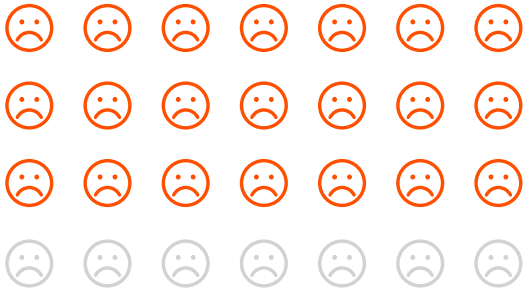


48% geben an, dass sie für ein Unternehmen ohne Enablement-Tools nicht arbeiten würden, die Mehrheit davon (**59%**) in den USA.

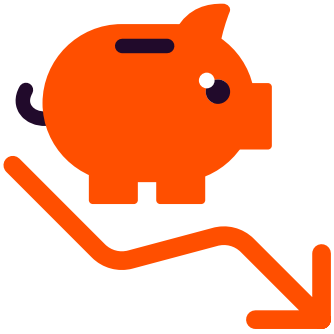
Die Befragten nennen handfeste Gründe für ihre Ansprüche. Die, die keine Enablement-Technologie nutzen, geben an, dass der mangelnde Zugang zu dem benötigten Content zum gewünschten Zeitpunkt ihre Arbeitszufriedenheit stark beeinträchtigt. Eine große Mehrheit der Befragten in den USA gibt an, dass sich dieses Problem sogar auf ihr Einkommen auswirkt – was in Europa weniger der Fall ist.

Jüngere Teilnehmer kündigen eher mangels technologischer Unterstützung

Die Studie zeigt einen weiteren interessanten Generationsunterschied in den USA auf: Gen Z würden mit einer 34% höheren Wahrscheinlichkeit als Gen X ihr Unternehmen verlassen, wenn sie nicht genügend unterstützende Tools für ihren Erfolg zur Verfügung haben.



75% derer, die im Bedarfsfall nicht auf den richtigen Content zugreifen können, geben an, dass der Zeitaufwand für nicht umsatzsteigernde Aktivitäten ihre Arbeitsmoral beeinträchtigt.

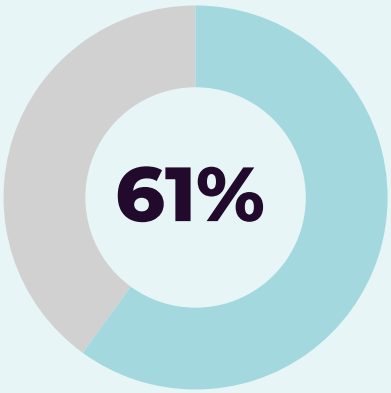


43% derer, die im Bedarfsfall nicht auf den richtigen Content zugreifen können, geben an, dass der Zeitaufwand für nicht umsatzsteigernde Aktivitäten ihr Einkommen schmälert.

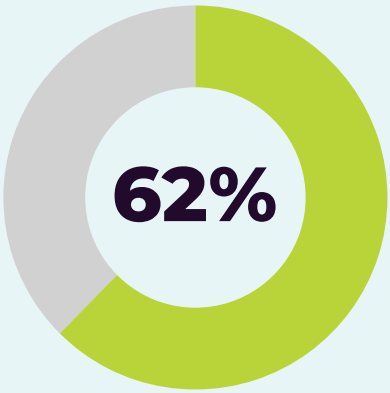
(US = 67%; Europe = 34%)

Unternehmen erkennen den Bedarf an Enablement-Technologie

85% der Befragten geben an, dass Ihr Unternehmen die Investitionen in Enablement-Technologie im Jahr 2023 erhöhen oder beibehalten will.



sehen das Testen neuer Enablement-Tools als Unternehmenspriorität im Jahr 2023.



sehen die Implementierung neuer Enablement-Tools als Unternehmenspriorität im Jahr 2023

54% sagen, ihr Unternehmen plant mehr Investitionen in Enablement-Technologie im Jahr 2023. Welche Investitionen sind das konkret?

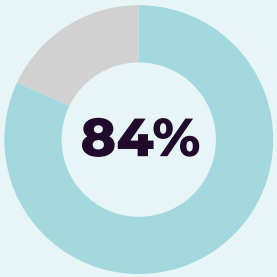
67% werden die Funktionalitäten/Lösungen bei ihrem derzeitigen Anbieter erweitern.

63% planen, Enablement-Tools in weiteren Abteilungen einzuführen.

Warum entscheiden sich Unternehmen dafür, mehr in Enablement-Technologie zu investieren? Mitarbeiterbindung, Talentgewinnung, betriebliche Effizienz, Kundenpflege und das Bewältigen schwieriger wirtschaftlicher Zeiten werden als Gründe angeführt, wobei die drei Letztgenannten von den Befragten aller Länder besonders häufig genannt werden.

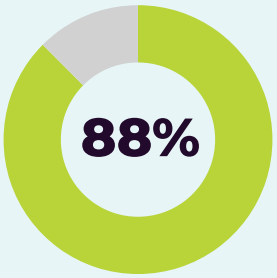
76% glauben, dass sie dadurch mehr Mitarbeiter binden können.

77% glauben, dass sie so neue Talente gewinnen werden.



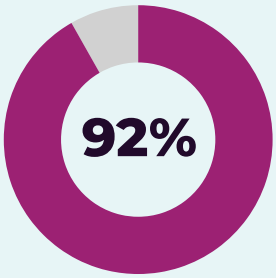
glauben, dass sie dadurch effizienter arbeiten werden.

(US = 81%; UK = 88%; FR = 91%; DE = 79%)



glauben, dass sie dadurch Kundenbeziehungen besser pflegen können.

(US = 86%; UK = 89%; FR = 92%; DE = 85%)



sagen, dass dies essenziell ist, um wirtschaftlich schwierige Zeiten zu überstehen.

(US = 95%; UK = 89%; FR = 93%; DE = 85%)

Eine kleine Minderheit der Befragten (**3%**) gibt jedoch an, dass ihr Unternehmen weniger Investitionen in Enablement-Technologien plant, wahrscheinlich, um Kosten zu sparen. Paradoxerweise wird weniger oder kein Budget für Enablement-Technologie wahrscheinlich genau die Risiken verschärfen, die sie zu mindern hoffen. Die Teilnehmer bestätigen dies, denn sie befürchten, dass Einsparungen bei Enablement-Technologie zu Ineffizienzen, Umsatzeinbußen und Mitarbeiterfluktuation führt – insbesondere Letzteres. Die Mehrheit der Befragten in Europa ist genauso besorgt über die potenzielle Fluktuation wie die Befragten in den USA, obwohl Enablement-Technologie bei der Entscheidung für oder gegen einen Arbeitgeber in Europa weniger entscheidend ist.

78% befürchten, dass weniger Enablement-Technologie zu betrieblichen Ineffizienzen führen wird.

73% befürchten, dass weniger Enablement-Technologie zu Umsatzeinbußen führen wird.

96% befürchten, dass weniger Enablement-Technologie zu schlechterer Mitarbeiterbindung führen wird.

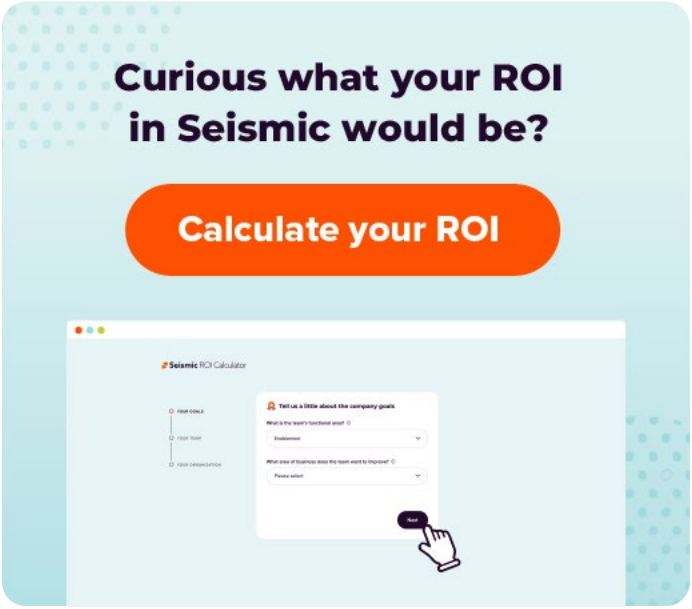
(US = 100%; UK = 100%; FR = 100%; DE = 80%)

FAZIT

Diese Studie bestätigt den übergreifend hohen Stellenwert von Enablement-Technologie. Vertriebs-, Enablement- und Customer Success-Mitarbeiter in den USA und in Europa erklären mit absoluter Mehrheit, dass die Technologie ihre Arbeit erleichtert, sie bei ihrer beruflichen Weiterentwicklung unterstützt und bessere Ergebnisse erzielt: ein Erfolgsrezept in schwierigen Zeiten – und jederzeit.

Erfahren Sie, wie Sie mit Seismic den Nutzen von Enablement-Technologie in Ihrem Unternehmen maximieren.

Sprechen Sie mit unserem Team. →



Seismic

Über Seismic

Seismic ist der weltweit führende Anbieter im Bereich Enablement, der Unternehmen dabei unterstützt, Kunden zu begeistern, Teams zu befähigen und das Umsatzwachstum zu beschleunigen. Die Seismic Enablement Cloud™ ist eine leistungsfähige, ganzheitliche Enablement-Plattform, die kundenseitige Teams mit den richtigen Kompetenzen, Content, Tools und Insights ausstattet, um zu wachsen und zu gewinnen. Mehr als 2.000 Organisationen auf der ganzen Welt, von den größten Unternehmen bis hin zu Start-ups und kleinen Unternehmen, vertrauen Seismic bei der Erfüllung ihrer Enablement-Anforderungen. Seismic hat seinen Hauptsitz in San Diego und verfügt über Niederlassungen in Nordamerika, Europa und Australien.

Um mehr zu erfahren, besuchen Sie **Seismic.com/de** und folgen Sie uns auf **LinkedIn**, **Twitter** and **Instagram.**

Besuchen Sie unsere Webseite →