

Vorteile von LinkedIn Sales Navigator für Vertriebsteams in Europa

[LinkedIn Sales Navigator Advanced Plus](#) ist eine Deep-Sales-Plattform, die B2B-Unternehmen durch Funktionen zur Lead-Generierung, Account-Priorisierung und Zielgruppenansprache einen kundenzentrierten, KI-gestützten Vertrieb ermöglicht. Die Plattform basiert auf integrierten, präzisen Daten, die von LinkedIn Mitgliedern selbst bereitgestellt werden. Sie versetzt Vertriebsteams dadurch in die Lage, vielversprechende Prospects zu identifizieren und hochwertige Kundenbeziehungen aufzubauen.

LinkedIn beauftragte Forrester Consulting mit der Befragung von neun Unternehmensvertreter:innen und der Durchführung einer weltweiten Studie zum Total Economic Impact™ (TEI) von LinkedIn Sales Navigator, um den Nutzen, die Kosten und die Risiken in Verbindung mit dem Tool zu ermitteln und den ROI zu beziffern, den Unternehmen mit LinkedIn Sales Navigator erzielen können.¹

Dieser Kurzbericht stellt eine regionale Zusammenfassung der weltweiten TEI-Studie dar. Im Fokus stehen dabei europäische Unternehmen, die LinkedIn Sales Navigator einsetzen, und der Nutzen, den sie mit dem Tool erzielt haben. Für die Studie wurden Entscheider in zwei europäischen Softwareunternehmen befragt:

- der Leiter des Bereichs Unternehmensentwicklung bei einem Werbedienstleister, bei dem 66 Mitarbeiter:innen LinkedIn Sales Navigator nutzen
- ein Vertriebsmanager eines Softwareunternehmens, in dem 50 Mitarbeiter:innen LinkedIn Sales Navigator nutzen

Obwohl sich die Anwendungsfälle beider Unternehmen unterschieden, waren die Vertriebsteams mit ähnlichen Herausforderungen und Problemen konfrontiert, darunter Ineffizienzen durch unzuverlässige, isolierte Kundendaten, die fehlende Möglichkeit zur CRM-Integration sowie ineffektive, veraltete Vertriebstools.



Zunahme in der Ansprache hochwertiger Leads

2x



Anstieg der abgeschlossenen/gewonnenen Deals in Jahr 1

20 %

HERAUSFORDERUNGEN IM VERTRIEB

Die beiden befragten Personen berichteten, dass ihre Unternehmen vor der Einführung von LinkedIn Sales Navigator keine externen Datenquellen wie etwa Listen verwenden konnten, um hochwertige Leads zu identifizieren und anzusprechen. Zudem nutzten ihre Unternehmen veraltete Vertriebstools. Darüber hinaus führte die fehlende Integration von CRM-System und Vertriebs-Tech-Stack zu erheblichen Ineffizienzen im Vertrieb.

Aufgrund der fehlenden Automatisierung und der Tatsache, dass Daten über unvernetzte Quellen verstreut waren, mussten die Vertriebsteams Accounts manuell lokalisieren, mit anderen Quellen abgleichen, Duplikate eliminieren und Informationen aktualisieren, wenn Prospects den Job wechselten oder ihre beruflichen Profile aktualisierten. Diese manuellen Tätigkeiten führten zu Fehlern und Ungenauigkeiten. Diese Abhängigkeit von isolierten und ungenauen Daten – in Kombination mit den Kosten für extern erstellte Prospect-Listen und erfolglose Kaltakquise – stellte ein erhebliches Hindernis für das Vertriebsmanagement dar. So waren die Vertriebsprofis kaum in der Lage, hochwertige Leads zu identifizieren, zuverlässige Lead-Listen zu erstellen und zu pflegen und diese Kontakte effektiv anzusprechen.

Das änderte sich nach der Einführung von LinkedIn Sales Navigator: Mithilfe der integrierten, von den LinkedIn Mitgliedern selbst bereitgestellten Informationen konnten die Vertriebsteams nun hochwertige Kontakte identifizieren und Beziehungen zu diesen aufbauen. Das führte zu Effizienzsteigerung und Umsatzwachstum.

WARUM SICH DIE UNTERNEHMEN FÜR LINKEDIN SALES NAVIGATOR ENTSCHEIDEN HABEN

Die befragten Unternehmen führten LinkedIn Sales Navigator ein, um das Prospecting zu optimieren, ihre Vertriebspipelines zu stärken und die Produktivität ihrer Vertriebsteams zu steigern. Dabei galt es, die Nachteile im Zusammenhang mit den veralteten Tools zu beseitigen. Dazu zählten:

- **Eingeschränkte Informationen zur Performance:** Die Befragten berichteten, dass ihre Vertriebsteams aufgrund veralteter Tools nur unzureichende Einblicke in ihre Pipelines und Performance hatten. Durch diese mangelnde Transparenz war es schwierig, den Fortschritt zu messen, Engpässe zu erkennen und Vertriebsstrategien zu optimieren. Gleichzeitig erschwerte dies die strategische Entscheidungsfindung, behinderte das Wachstum und führte zu entgangenen Opportunities.

„Wir haben jetzt Zugriff auf Kundeninformationen, die nicht von einer zentralen Autorität kontrolliert werden, sondern von der jeweiligen Person selbst. Folglich handelt es sich um den präzisesten Datensatz, der verfügbar ist. Ohne diese Informationen würden wir im Dunkeln tappen und wüssten nicht, wen wir ansprechen, auf welche Accounts wir uns konzentrieren und mit welchen Personen wir interagieren sollten.“

Vertriebsmanager, Softwarebranche



VOLLSTÄNDIGE STUDIE LESEN

- **Ineffizientes Prospecting ohne Informationen zum Kaufinteresse:** Vor der Einführung von LinkedIn Sales Navigator hatten die Vertriebsteams der befragten Unternehmen Schwierigkeiten, hochwertige Prospects mit Kaufabsicht zu identifizieren und anzusprechen. Ihre vorhandenen Tools boten nur einen eingeschränkten Funktionsumfang. Es mangelte ihnen zum Beispiel an essenziellen Features wie Filter- und Suchmöglichkeiten, Funktionen zur Generierung von Insights oder Berichten und der Möglichkeit, Zielgruppenlisten zu erstellen. Da sie nicht auf derartige automatische Funktionen zurückgreifen konnten, mussten die Teams viel Zeit und Mühe in manuelle Vertriebsaufgaben investieren. Zusätzlich fielen hohe Kosten für den Kauf von Datenlisten an.
- **Mangelnde Qualität und Genauigkeit der verfügbaren Informationen:** Die Vertriebsteams hatten mit inkonsistenten Kundendaten zu kämpfen, die über zahlreiche Quellen verteilt waren. So konnten sie sich nicht auf bestehende Lead-Informationen verlassen und mussten die verstreuten Daten aufwendig manuell zusammenführen, Duplikate entfernen und die Daten korrigieren. Das führte zu verpassten Opportunities, entgangenen Umsätzen und nicht realisiertem Wachstumspotenzial.
- **Fehlende CRM-Integration:** Als weiteren Nachteil nannten die Befragten die mangelnde Integration zwischen den vorhandenen Tools und ihrem CRM-System. Durch die fehlende Integration, Automatisierung und Synchronisierung mussten viele Arbeitsprozesse manuell ausgeführt werden. Zudem war das Datenmanagement inkonsistent. Infolgedessen waren die Vertriebsteams nicht in der Lage, Daten effektiv zusammenzuführen und zu analysieren. Damit fehlten ihnen Insights in das Verhalten ihrer Zielgruppe und sie konnten bei Bedarf keine datengestützten, strategischen Anpassungen vornehmen.

FUNKTIONEN VON LINKEDIN SALES NAVIGATOR

Die befragten Unternehmen entschieden sich aus folgenden Gründen für LinkedIn Sales Navigator:

- **Automatisierung und Integration:** Den Befragten zufolge konnten ihre Unternehmen dank der

automatisierten Funktionen und der Möglichkeit zur CRM-Integration die manuellen Aufgaben, die im Zusammenhang mit der Kundenakquise und -ansprache anfielen, praktisch eliminieren sowie Redundanzen und doppelten Aufwand reduzieren und einen nahtlosen Datenaustausch in Echtzeit ermöglichen. Die höhere Genauigkeit der Informationen führte zu Effizienzsteigerungen und besseren strategischen Entscheidungen im Vertrieb.

- **Suchfunktionen:** Die zuverlässigen Suchfunktionen von LinkedIn Sales Navigator halfen den Vertriebsteams, spezifische Leads und Accounts zu identifizieren und anzusprechen. Und mit den erweiterten Filtern konnten sie ihre Suche anhand von Kriterien wie Branche, Unternehmensgröße, Standort und Jobbezeichnung weiter eingrenzen. Dadurch waren die Vertriebsteams in der Lage, die relevantesten Leads und Accounts für ihre Vertriebs- und Marketingtätigkeiten zu identifizieren.
- **Präzise Informationen zum Kaufinteresse:** Durch die bereitgestellten Informationen zum Kaufinteresse, die auf der automatischen Nachverfolgung der Aktivitäten von Prospects – beispielsweise Website-Besuche und Interaktionen auf LinkedIn – basieren, waren die Vertriebsteams in der Lage zu beurteilen, ob ein Prospect wirklich Interesse am Angebot ihres Unternehmens hat. So konnten sie Personen identifizieren, die mit hoher Wahrscheinlichkeit konvertieren würden.

DIE WICHTIGSTEN ERFOLGE MIT LINKEDIN SALES NAVIGATOR

Durch die Einführung von LinkedIn Sales Navigator erzielten die befragten Unternehmen folgende Ergebnisse:

Quantifizierbarer Nutzen: In finanzieller Hinsicht konnten die untersuchten Unternehmen folgende Verbesserungen realisieren:

- **Höherer Nettogewinn durch einen Anstieg der Opportunities:** Durch präzisere Informationen, hochwertigere Leads und effizientere Kontaktmöglichkeiten gelang es den Vertriebsteams, mehr vielversprechende Opportunities zu identifizieren. Das wiederum ging einher mit einem Anstieg der abgeschlossenen/gewonnenen Deals und zusätzlichen Einnahmen.

Der für einen Werbedienstleister tätige Bereichsleiter Unternehmensentwicklung äußerte sich wie folgt: „Wir nutzen LinkedIn Sales Navigator schon seit Jahren als leistungsstarkes Tool. Der größte Mehrwert ist für uns dabei der Echtzeit-Aspekt. LinkedIn Sales Navigator ermöglicht uns ein zielgenaues Prospecting, sodass wir uns auf unsere gewünschte Zielgruppe fokussieren können. Dadurch sind wir in der Lage, vielversprechende Prospects und relevante Marken zu identifizieren. Darin liegt der wahre Nutzen von LinkedIn Sales Navigator.“

- **Eliminierung anderer Vertriebstools:** Durch die Einführung von LinkedIn Sales Navigator konnten die befragten Unternehmen die Anzahl ihrer Vertriebstools und Abonnements reduzieren und damit ihre Lizenz- und Wartungskosten senken. Die Optimierung ihres Vertriebs-Tech-Stacks half ihnen dabei, den Nutzen der verbleibenden Tools voll auszuschöpfen. Durch den Wegfall mehrerer Systeme mussten die Vertriebsprofis außerdem nicht mehr zwischen verschiedenen Plattformen hin- und herwechseln. Das bedeutete weniger Reibungsverluste und eine gesteigerte Produktivität.

Der Vertriebsmanager eines Softwareunternehmens erklärte: „Mit LinkedIn Sales Navigator konnten wir unsere Ausgaben für veraltete Lösungen deutlich reduzieren. So haben wir ein Tool ausrangiert, für das wir pro Jahr etwa 30.000 £ an Abonnementkosten gezahlt haben, und uns von einer weiteren Lösung verabschiedet, für die jährlich Kosten zwischen 10.000 £ und 15.000 £ anfielen. Dadurch haben wir unseren Tech-Stack erfolgreich rationalisiert.“

- **Effizientere Recherche:** Durch präzise und detaillierte berufliche Informationen, automatisierte Funktionen und eine reibungslose CRM-Integration konnten die Vertriebsteams der befragten Unternehmen qualifizierte Leads mit Kaufinteresse effizienter identifizieren und Prospects effektiver ansprechen. Dies führte zu mehr Opportunities und wirkte sich positiv auf den Gewinn aus.

Der Vertriebsmanager des Softwareunternehmens berichtete: „Durch die Einführung von LinkedIn Sales Navigator haben wir unseren Output verdoppelt. Seit wir

LinkedIn Sales Navigator nutzen, schaffen wir doppelt so viel mit derselben Anzahl an Teammitgliedern.“

Nicht quantifizierbarer Nutzen: Die folgenden Nutzenaspekte werden in diesem Kurzbericht zwar nicht quantifiziert, stellen aber trotzdem einen Mehrwert für die befragten Unternehmen dar:

- **Präzise und zuverlässige Informationen:**
Da LinkedIn Sales Navigator auf den umfassenden Daten des LinkedIn Netzwerks basiert, profitierten die befragten Unternehmen nach eigener Aussage von den präzisen und zuverlässigen Echtzeitinformationen der Plattform, die die Mitglieder selbst bereitstellen.
- **Identifizierung hochwertiger Leads mit Kaufinteresse:** LinkedIn Sales Navigator umfasst eine Funktion, die das Kaufinteresse der Zielgruppe erkennt und anzeigt. So konnten die Vertriebssteams die Journeys von Prospects verfolgen und diejenigen priorisieren, die besonders häufig auf InMails reagierten, die LinkedIn Seite des Unternehmens besuchten und mit dessen Beiträgen interagierten. Damit waren sie in der Lage, sich auf die Prospects zu konzentrieren, die mit großer Wahrscheinlichkeit einen Kauf tätigen würden.

„Was ich an LinkedIn Sales Navigator besonders schätze, ist die Möglichkeit, nach Standort und verschiedenen Arten von Entscheidern zu filtern. Wir setzen diese Filter oft ein, um unsere Suche einzugrenzen. Wenn wir also beispielsweise eine Marke oder ein Start-up ansprechen möchten, können wir nach Entscheidern in Europa filtern. So erreichen wir gezielt die Personen in unserem Zielmarkt, die an Kaufentscheidungen beteiligt sind.“

*Leiter des Bereichs Unternehmensentwicklung,
Werbebranche*

ANALYSE DES TOTAL ECONOMIC IMPACT

Wenn Sie mehr erfahren möchten, laden Sie die vollständige Studie „Total Economic Impact™ von LinkedIn Sales Navigator“ herunter, die Forrester Consulting im Auftrag von LinkedIn im Oktober 2023 durchgeführt hat.

ERGEBNISSE DER STUDIE

Diese Zusammenfassung für Europa basiert auf der Befragung von zwei Unternehmensangehörigen. Insgesamt befragte Forrester jedoch neun Vertreter:innen von Unternehmen, die alle bereits Erfahrung im Einsatz von LinkedIn Sales Navigator hatten, und führte die Umfrageergebnisse zu einer Finanzanalyse für eine Modellorganisation zusammen, die sich über drei Jahre erstreckt. Für die Modellorganisation umfasst der quantifizierte Nutzen des risikobereinigten Barwerts folgende Punkte:

- Höherer Nettogewinn durch einen Anstieg der Opportunities, der sich über drei Jahre auf insgesamt 1,3 Mio. \$ beläuft
- Effizienzsteigerungen bei der Lead- und Account-Recherche im Wert von 2,6 Mio. \$ über drei Jahre
- Produktivitätsgewinne und Wegfall veralteter Vertriebstools, wodurch das Unternehmen über drei Jahre Kosteneinsparungen in Höhe von 2,4 Mio. \$ erzielt



Kapitalrendite (ROI)

312 %



Kapitalwert (KW)

4,73 Mio. \$

Anhang A: Schlussbemerkungen

¹ Total Economic Impact ist eine von Forrester Research entwickelte Methode, die technologiebezogene Entscheidungsprozesse in Unternehmen optimiert und Anbieter dabei unterstützt, das Leistungsversprechen ihrer Produkte und Dienstleistungen an ihre Kund:innen zu kommunizieren. Mithilfe der TEI-Methode sind Unternehmen in der Lage, der Geschäftsleitung und anderen wichtigen Stakeholder:innen den konkreten Mehrwert von IT-Initiativen aufzuzeigen.

HINWEISE

Bitte beachten Sie:

- Die Studie wurde von LinkedIn in Auftrag gegeben und von Forrester Consulting durchgeführt. Sie ist nicht als Wettbewerbsanalyse aufzufassen.
- Forrester trifft hierin keinerlei Annahmen über den potenziellen ROI, den andere Unternehmen erzielen werden. Forrester empfiehlt Unternehmen deshalb dringend, mithilfe der im Bericht dargelegten Rahmenstruktur selbst zu ermitteln, ob sich eine Investition in LinkedIn Sales Navigator lohnt.
- LinkedIn hat die Studie geprüft und Forrester Feedback gegeben. Forrester behält sich jedoch die redaktionelle Kontrolle über die Studie und ihre Ergebnisse vor und genehmigt keine Änderungen an der Studie, die den Erkenntnissen von Forrester widersprechen oder die Aussage der Studie verfälschen würden.
- LinkedIn hat die Kundennamen für die Befragungen bereitgestellt, an den Befragungen jedoch nicht teilgenommen.

ÜBER FORRESTER CONSULTING

Forrester bietet unabhängige, objektive und auf Forschungsergebnisse gestützte Beratungsdienstleistungen und unterstützt Unternehmen dadurch bei der Erreichung ihrer Ziele. In kundenspezifischen Studien arbeiten die erfahrenen Berater:innen von Forrester gemeinsam mit den Führungskräften der Unternehmen daran, deren spezifische Prioritäten umzusetzen. Dabei kommt ein spezielles Kooperationsmodell zum Einsatz, das eine nachhaltige Wirkung sicherstellt. Weitere Informationen finden Sie unter forrester.com/consulting.

© Forrester Research, Inc. Alle Rechte vorbehalten. Jegliche nicht genehmigte Vervielfältigung ist strengstens untersagt. Alle Informationen basieren auf den besten verfügbaren Quellen. Die hier wiedergegebenen Meinungen spiegeln die aktuelle Beurteilung wider und können Änderungen unterliegen. Forrester®, Technographics®, Forrester Wave und Total Economic Impact sind Marken von Forrester Research, Inc. Alle anderen Marken sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber.

FORRESTER®