

IMU Research Insights  
# 081

# Einfluss von Persönlichkeitsfaktoren und Adaptive Selling Skills auf die Cross-Selling Performance von Vertriebsmitarbeitern

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg  
Maximilian Knapp, M.Sc.  
Robin Wagner-Fabisch, M.Sc.

2022

## Relevanz der Thematik

- **Cross-Selling**, der Verkauf zusätzlicher Produkte und Services, ist **risikoarm** und kann **kosteneffizient neue Gewinne** erzielen.
- Initiativen zur Verbesserung des Cross-Selling-Umsatzes bringen häufig nicht den gewünschten Erfolg, meist ist dies auf **vertriebsmitarbeiter-bezogene Gründe** (z.B. unzureichende Kenntnis über das erweiterte Produktportfolio) zurückzuführen.
- **Bisherige Forschung** zum Einfluss von Persönlichkeitsfaktoren auf allgemeine Performance von Vertriebsmitarbeitern bringt **keine einheitlichen Ergebnisse** hervor.

## Studiencharakteristika

- Internationale Online-Befragung mit 434 Vertriebsmitarbeitern aus weltweit tätigen Unternehmen.
- Untersuchung des Einflusses von Persönlichkeitsfaktoren sowie von Adaptive Selling Skills auf das ausgeschöpfte Cross-Selling-Potential der einzelnen Vertriebsmitarbeiter.

## Zentrale Erkenntnisse / Implikationen

- **Persönlichkeitsfaktoren** haben einen indirekten Einfluss auf die Cross-Selling Performance.
- Dieser Einfluss wird durch **Adaptive Selling Skills**, die kundenorientierte Anpassung des Verkaufsverhalten von Vertriebsmitarbeitern, vermittelt.
- **Gewonnene Insights für das Recruiting von Vertriebsmitarbeitern:**
  - Persönlichkeitstests sollten beim Recruiting für cross-selling-intensive Vertriebspositionen verwendet werden.
- **Gewonnene Insights für das Training von Vertriebsmitarbeitern:**
  - Adaptive Selling Skills sind wichtige Indikatoren für hohe Cross-Selling Performance.
  - Trainings zur Verbesserung der Adaptive Selling Skills können die Cross-Selling Performance und letztlich den Customer Lifetime Value positiv beeinflussen.

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 / 181-1599  
E-Mail: [maximilian.knapp@uni-mannheim.de](mailto:maximilian.knapp@uni-mannheim.de)

Besuchen Sie unsere Webseite: <https://www.bwl.uni-mannheim.de/imu/>

## 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 Gründer der Unternehmensberatung Homburg & Partner.

**Maximilian Knapp, M.Sc.** ist Doktorand und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Business-to-Business Marketing, Sales & Pricing an der Universität Mannheim

**Robin Wagner-Fabisch, M.Sc.** ist Doktorand und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Business-to-Business Marketing, Sales & Pricing an der Universität Mannheim