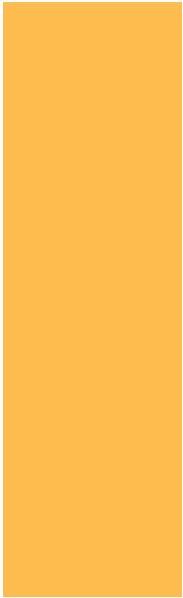


Kluger! Vertrieb

3 Jahre Vorsprung

Erfolg ist planbar





Diese Inhalte erwarten dich

- 
- Was ist KLUG!
 - Wege des Vertriebs
 - Kundengewinnung
 - Vertriebsprozess
 - 3-Jahre Vorsprung
- 

**Erfolg entsteht nicht durch mehr Aktion –
sondern durch bessere Struktur – und Professionalität**

KLUG! – Das Sappalot-System

K – Klarheit: Zielgruppen, Nutzen, Angebotskern, Prozessübersicht

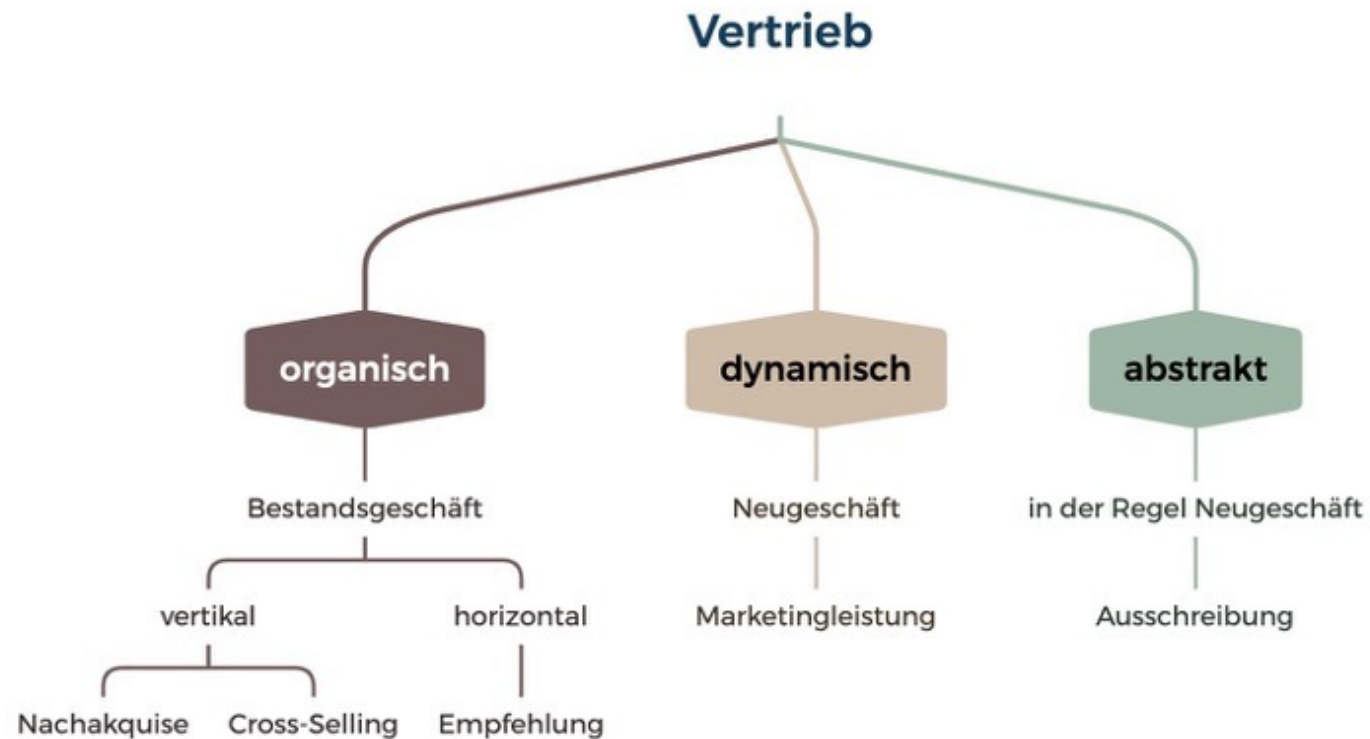
L – Logik: Verknüpfungen, Übergaben, Standards, Vertriebswege, CRM-Führung

U – Umsetzung: Materialien, Playbooks, Automationen, Workshops, Follow-up

G – Gewinn: KPIs, Effizienz, profitable Kanäle, Prioritäten

! – Zukunft: 3-Jahres-Plan, Digitalisierung, Skalierung, Markenaufbau

Die unterschiedlichen Vertriebsrichtungen



Ausgangslage

Vertrieb scheitert selten an Motivation.

Er scheitert an Unklarheit:

- Wer ist eigentlich Kunde?
- Wer trägt wann Verantwortung?
- Wo endet Automatisierung – und wo beginnt menschliche „Vernunft“?

Und wird so

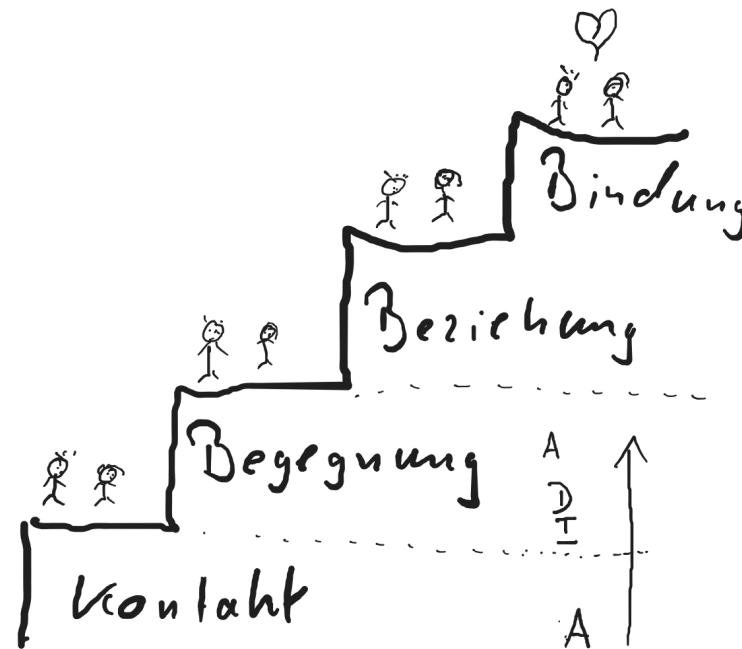
- zum Zufall
 - Ausdruck von Gewohnheiten
 - Feuerwehrmodus
 - menschliche Willkür
-

Kundengewinnung im DYNAMISCHEN Vertrieb: AIDA

- **Attention** – Wahrnehmung
 - Werbung
 - Printmedien
 - Social Media - im Jahr zwei. Dann ist Content vorhanden, der veredelt werden kann
 - Netzwerkbesuche als Akteur oder um Kontaktdaten zu **generieren**
- **Interest** – Relevanz/Interesse wecken
 - Aktuelle Probleme der Zielgruppe kennen und „ansprechen“ oder zügig herausfinden – auf welchem Weg auch immer
- **Desire** – Wunsch
 - Lösung so präzise präsentieren, dass auf Kontaktseite der Wunsch nach einem Austausch entsteht
- **Action** – Aktion/Entscheidung
 - Im Optimalfall geht der Kontakt in Aktion und kommt auf dich zu

AIDA erklärt, **wann was zu tun ist – und wann nicht** – die Umsetzung erfolgt so lange wie möglich automatisiert – ohne menschliche Willkür.

Kundengewinnung im dynamischen Vertriebsweg



Stufen des Zusammenseins

Stufen des Zusammenseins

Von unten begonnen:

- Kontakt
 - Loses aufeinandertreffen – erste Aufmerksamkeit
 - Begegnung
 - Erster Austausch. Individuelle Interessen werden preisgegeben
 - Wird vermutet, dass das Gegenüber den eigenen Status anreichern, zur Lösung der eigenen Probleme beitragen kann, dann entsteht der Wunsch nach Fortführung der Begegnung.
 - Wird der Wunsch groß genug, teilt das Gegenüber (der Kontakt) den Wunsch auf Fortführung mit (=Action).
 - Beziehung = **ab hier ist Verkauf möglich!**
 - Echtes Vertrauen entsteht durch Austausch, Problemlösung, Zuverlässigkeit und Professionalität. Vertrauen = Die Zuversicht, dass Probleme auch in Zukunft ähnlich hochwertig gelöst werden.
 - Bindung
 - Es ist nicht mehr die Zukunft, sondern die Vergangenheit Basis des Vertrauens. Nicht mehr, was morgen sein könnte. Vielmehr, was die letzten Jahre/Jahrzehnte war. Aufgrund des langen Zeitraums steht eher die Beziehung denn die Bindung im Fokus moderner Vertriebsbemühungen).
-

Was du brauchst?

Das brauchst du, um den Kunden durch die „Stufen“ zu begleiten.

- Du benötigst keine Homepage, um eine Homepage zu haben. Du benötigst eine Homepage die verkauft
 - Viele Homepages legen dar, was der Unternehmer schon alles erlebt und geleistet hat
 - Der Interessent will wissen, welche Probleme du löst – welches seiner Probleme du löst.
- Du brauchst keine Visitenkarten, um Visitenkarten zu haben. Du brauchst den (automatischen) Prozess der abläuft, nachdem du eine Visitenkarte ausgehändigt hast.
- Du brauchst keinen Flyer, um Flyer zu haben. Du brauchst Content der dem Interessenten nützt und einen (automatischen) Prozess, nachdem du den Flyer ausgehändigt hast
- Deine Basis ist dein CRM. Auch hier gilt: Nicht wegen des CRMs, sondern weil es deine Abläufe strukturiert und dir zeigt, welcher Kunde wo auf den Stufen des Zusammenseins steht – weitgehend automatisch
 - Und dennoch gilt: Ein nicht gepflegtes CRM ist nichts wert
 - Ein CRM ist keine Adressdatenbank
- Du brauchst kein Social Media, du brauchst Inhalte die treffen – hast du diese, kannst du sie über Social Media in die Skalierung bringen
 - Dazu brauchst du den Prozess, der nach der Impression auf Social Media folgt

...und du brauchst Kunden

Kundengewinnung beginnt bei

- Aufmerksamkeit und Interesse mittels hochwertigem Content, der den Kunden interessiert, der seine Probleme anspricht und Lösungen teilweise vermittelt und teilweise in Aussicht stellt
 - Dazu musst du die Probleme deiner Kontakte kennen, du musst deinen Kontakt kennen
 - Produktmerkmale interessieren nicht – Lösungen interessieren; die auf die Probleme des potentiellen Kunden passen
 - Dein Content muss passgenau und professionell sein
-

Wer trägt Verantwortung?

Phasen des Vertriebs

Marketing/Vertriebsmanagement

- Kontakt- und Kundengewinnung
- Kontakte bis zur echten Verkaufschance begleiten
- Übergabe echter Verkaufschancen an den Verkauf
- Verkaufsunterlagen vorbereiten
- Playbooks erstellen
- ...

Verkauf

- Kunden beraten
- Standards des Marketings/VVM umsetzen
- Analyse
- Übergabe an Projektabwicklung
- ...

Projektabwicklung

- Umsetzung gem. Verkaufsanalyse
- Weiteren Kundenbedarf erkennen
- Rückspiegelung an Verkauf
- Empfehlungsmanagement am Ende des Projektes gemeinsam mit Verkäufer
- ...

Service

- Kundensupport während der Projektabwicklung
- Terminorganisation Kunde-Projekt-Verkauf
- Erkennen von Kundenbedürfnissen und Rückspiegelung an Projekt und Verkauf
- ...

Was ist ein Kunde?

Ein Kunde ist **nicht** jeder Datensatz im CRM.

Ein Kunde ist eine Person:

- mit aktuellem Kontakt
- mit Beziehungsmoment
- mit Erwartungshaltung

Ohne Beziehung keine Verantwortung.

In vielen Unternehmen sind ca. **70 % der „Kunden“** faktisch:

- lange ohne Kontakt – 2 Jahre+
- ohne Beziehungsmoment
- ohne bekanntes Interesse

Das sind **Marketing Qualified Leads**

→ sie gehören zurück ins Marketing.

ACHTUNG!!!

ca. **30 %** gehören klar zur Kontaktgruppe Kunden:

- aktueller Kontakt
- bestehende Beziehung
- klare Erwartungs- und Interessenslage

Hier liegt die volle Verantwortung **beim Verkäufer**. Es ist aber noch Automation möglich und sinnvoll.

Übergang Marketing → Verkauf

Der Übergang ist **schwimmend**:

- klare Verkaufschance
- aber noch nicht reif
- noch automatisiert begleitbar

Entscheidend ist nicht Technik, sondern menschliche **Vernunft**.

Die Bedeutung der menschlichen Vernunft

Ab Verkäuferverantwortung gilt:

- Automatisierung endet zunehmend
- Menschliche Vernunft beginnt
- Verantwortung ist persönlich

Ja, menschliche Vernunft ist fehleranfällig und unterliegt menschlicher Willkür.

➤ Aber ihr Wert ist bei einem konkreten Kundenbedarf höher als ihr Preis.

Erfolg ist planbar, wenn man ihn plant!

3 Jahre Vorsprung

Der Plan

Jahr 1 = Fundament

- CRM aufbauen oder ordnen
- Begriffe klar definieren
- Kontakte generieren
- Erste Umsätze zur Kostendeckung erzeugen
- Content erstellen
- Entscheidungsrahmen verstehen:
 - selbst gestalten **oder**
 - innerhalb von Vorgaben optimieren

Beides ist legitim – Unklarheit nicht.

Jahr 2 = Wirkung

- Prozesse greifen
- Daten werden nutzbar
- Automatisierung unterstützt gezielt
- Empfehlungsmanagement greift
- Professionalisierung im Fokus
- Content veredeln und Social Media zur ersten Skalierung

Vertrieb wird planbar – nicht perfekt, aber stabil.

Jahr 3 = Überlegenheit

- Konstanz statt Aktionismus
- Empfehlungsmanagement systematisch
- Service als Vertriebsverstärker
- Hohe Datenqualität
- Auch unter „Stress“ halten die Systeme und tragen
- Skalierbarkeit möglich

Fazit

KLUGER! Vertrieb ist kein Tool.

Er ist die Verbindung aus System, Verantwortung und Vernunft.

Das schafft keinen schnellen Vorteil – sondern **3 Jahre Vorsprung**.

- Unabhängig davon, ob du jetzt sofort eigenständig entscheiden kannst, oder ob du eingebettet bist in ein Rahmensystem als Führungskraft eines Vertriebsteams.
 - Beides ist legitim – Unklarheit nicht.
-



Im Vertrieb brauchen wir Zuverlässigkeit und Professionalität

Zuverlässigkeit statt Willkür

Unternehmen brauchen:

- keine Helden
- keine Tagesform
- keinen Aktionismus

Sondern:

- Prozesse
- Systeme
- Wiederholbarkeit

Menschliche Willkür wird so weit wie möglich reduziert.



3 Jahre Vorsprung

Der Umsetzungsfahrplan für eine selbsttragende Vertriebsstruktur – in 36 Monaten

Viele Unternehmen haben gute Leistungen – aber keinen Vertriebsprozess, der verlässlich daraus Umsatz macht. Vertrieb passiert dann „anlassbezogen“: mal aktiv, mal nicht. Ergebnis: zu wenig planbare Anfragen, zu wenig Follow-up, zu wenig Übersicht.

3 Jahre Vorsprung ist das Gegenmodell: **ein Plan zum Abarbeiten**. Kein Ideenspeicher. Kein Aktionismus. Sondern ein klarer, messbarer Aufbau über 36 Monate – passend zu deinem Markt, deinem Team und deinem Zeitbudget.

Zielbild nach 3 Jahren

Ein komplett durchstrukturierter Vertriebsprozess – vom ersten Kontakt bis zum Abschluss – klar geführt und im CRM sichtbar.

Eine Website als Leadmaschine: klare Einstiege, klare Handlungswege, klare Follow-up-Prozesse.

Stabiler Multikanal-Vertrieb (Homepage, Workshops, Empfehlungen, Social Media, Google Ads).

Wachsende Kontaktbasis im CRM, die systematisch bespielt wird (kluge Impulse, Follow-ups, Lead-Magnet-Strecken).

Wiederholbare Beratungslogik: Diagnose → 36-Monats-Plan → Prozessarchitektur → Begleitung.

So kann die Sappalot unterstützen

Wir beschleunigen und bauen mit dir:

- Prozessarchitektur
- CRM-Setup
- Automationen
- Playbooks
- Website-Conversion-Logik (Landingpages, Leadstrecken, Tracking-Minimum)
Content-Templates
- Workshops & Cases
- Multikanal-Struktur

Wir konzentrieren uns auf deinen Entscheidungsrahmen. Ob als Selbständiger Eigenentscheider oder als Führungskraft in einer Vertriebsseinheit.

Wir machen deinen Erfolg planbar.

- ✓ Du hast die Idee
- ✓ Du bist der Fachmann
- ✓ Du kennst deine potentiellen Kunden

Wir bauen dir deinen Vertrieb und dein Unternehmen, denn:

Dein Erfolg ist unsere Passion!



sappalot.
KLUGES MARKETING

Dein Erfolg ist unsere Passion

AFPU>
— WACHSTUM BEGINNT MIT DIR —

sappalot.
KLUGES MARKETING

AFPU>
CAMPUS

AFPU>MC

XOCORE



KLUGE! Impulse

In unregelmäßigen Abständen versenden wir an Interessenten Praxisimpulse aus unserer täglichen Erfahrung. Diese versenden wir nicht als Newsletter, sondern gegen ausdrückliche Anforderung durch dich. Über den QR-Code kommst du zum Formular.



[oder hier klicken](#)

[Wir freuen uns, wenn du uns und diese Inhalte weiterempfehlst](#)

So geht's KLUG! weiter

3 Jahre Vorsprung

➤ KOSTENLOS: Erstgespräch ca. 30 Minuten

1. Interview zum Ziel und zum bestehenden Vertriebsablauf ca. 3-4 Std.
2. Präsentation der grundlegenden Empfehlung ca. 30 Minuten
3. "3. Jahre Vorsprung" – Dein konkreter Fahrplan für die nächsten 36 Monate als individuelles Handbuch (per Post)
4. Offene Fragen klären ca. 1 Std.
5. Follow-up nach ca. 1 Monat ca. 1 Std.
6. Follow-up nach ca. 2-3 Monaten ca. 1 Std.

⇒ Gesamtpaket: 3.200,00 € (zzgl. MwSt und ggf. Reisekosten)

7. ggf. weitere Unterstützung durch die Sappalot bei der Umsetzung



[vereinbare einen Termin](#)

”

**Die Definition von Wahnsinn
ist, immer wieder das Gleiche
zu tun und andere Ergebnisse
zu erwarten**

Albert Einstein



Vielen Dank für deine Aufmerksamkeit!



”

**"Zeit, die wir uns nehmen, ist Zeit,
die uns etwas gibt."**

Ernst Ferstl



Sappalot GmbH

Fritz-Schäffer-Str. 20

83104 Ostermünchen

T. 08067 227987-0

E-Mail: gruessgott@sappalot.de

Web: www.sappalot.de