



CRM Potenzialanalyse

Ihr Weg zu systematischem Vertrieb

Erstellt für

TechFlow Solutions GmbH

📅 Dezember 2025

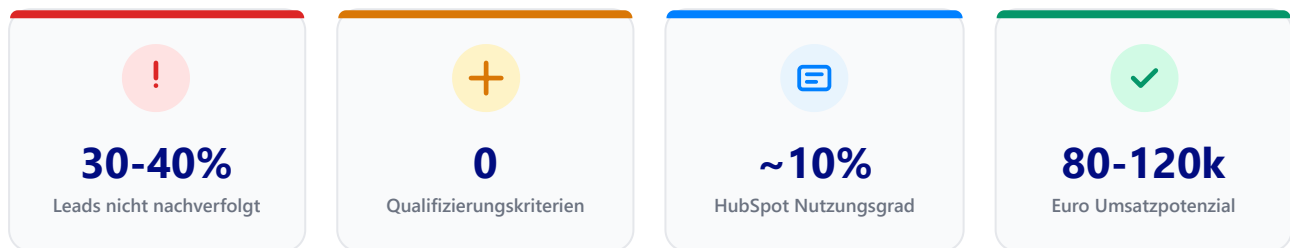
👤 Lutz Eckelmann

VERTRAULICH

Zusammenfassung

Lieber Herr Schmidt, vielen Dank für das offene Gespräch über Ihre aktuelle Vertriebsituation bei TechFlow Solutions. In diesem Report fasse ich zusammen, was wir besprochen haben, wo ich die größten Hebel sehe und welche konkreten Schritte ich empfehle.

Das Wichtigste zuerst: Ihr Problem ist kein Technologieproblem. Sie haben bereits HubSpot, Ihr Team nutzt es nur nicht konsequent. Die gute Nachricht ist, dass sich das mit relativ einfachen Maßnahmen ändern lässt.



Kernbotschaft

Sie verlieren aktuell geschätzt 80.000 bis 120.000 Euro Umsatz pro Jahr, weil Leads nicht systematisch nachverfolgt werden. Das lässt sich ohne neue Software und ohne großes Projekt ändern.

Was Sie in diesem Report finden

- Detaillierte Ist-Analyse Ihres Vertriebs
- Roadmap für die nächsten 6 Monate
- Wo genau Deals verloren gehen
- ROI Berechnung und Investment
- 3 Quick Wins für sofortige Umsetzung
- Konkrete nächste Schritte

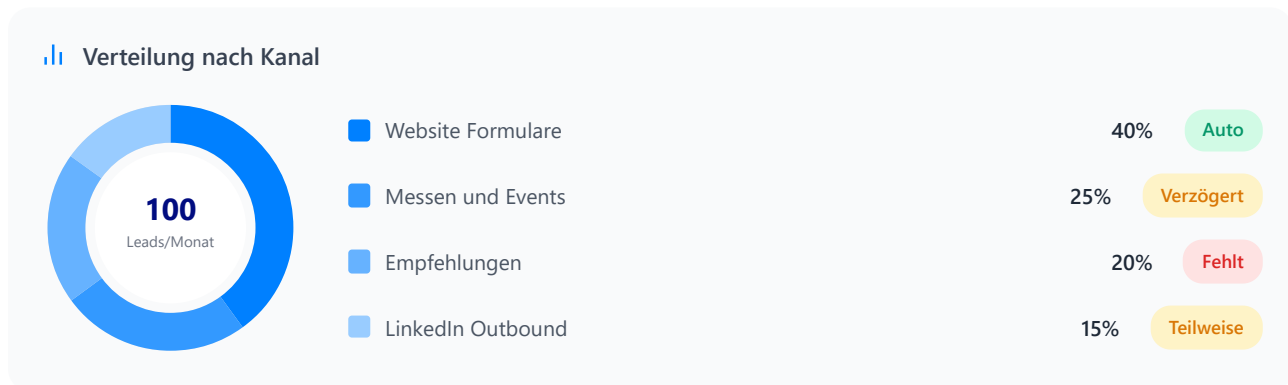
Ist-Zustand

Wo Sie heute stehen und wie Ihr Vertrieb aktuell funktioniert.

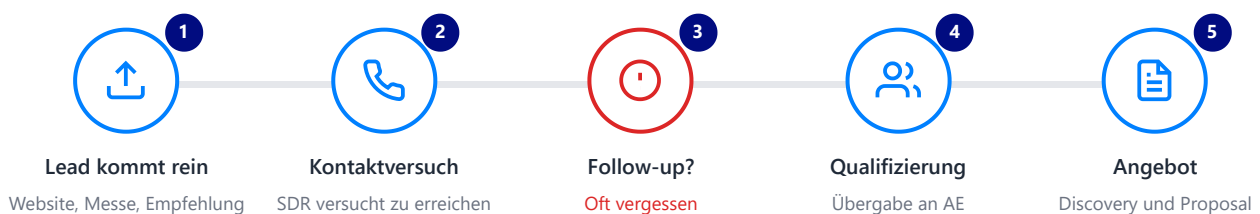
Unternehmensprofil

Unternehmen	TechFlow Solutions GmbH
Branche	B2B Software, Cloud Services
Teamgröße Vertrieb	5 Personen (2 AEs, 2 SDRs, 1 Sales Manager)
Aktuelles CRM	HubSpot Sales Hub Professional
Durchschnittlicher Dealwert	15.000 bis 25.000 Euro
Sales Cycle	3 bis 6 Monate

Lead-Quellen und Erfassung



Aktueller Vertriebsprozess



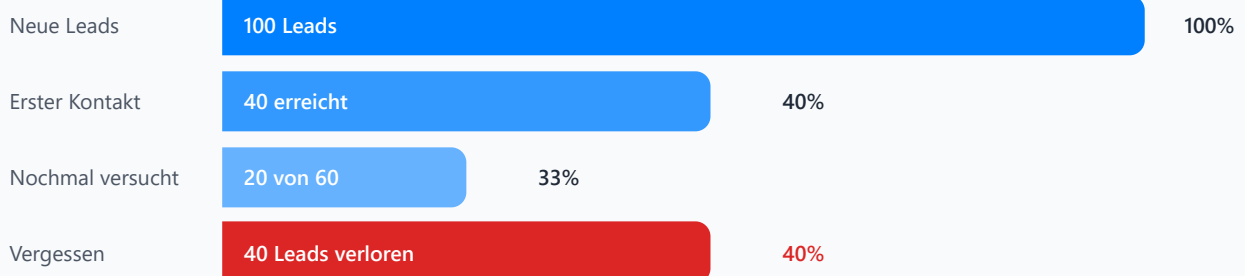
Problemanalyse

Wo genau Deals verloren gehen und was das kostet.

Problem 1: Kein systematisches Follow-up

Das ist der größte Hebel. Leads die beim ersten Kontaktversuch nicht erreicht werden, werden "auf später" verschoben. Das Problem: Es gibt kein "später" System.

Lead Funnel: Was passiert mit 100 neuen Leads



Geschätzter jährlicher Verlust

Bei einem durchschnittlichen Dealwert von 20.000 Euro und einer Conversion Rate von 10% bedeuten 40 verlorene Leads pro Monat etwa **80.000 bis 96.000 Euro** entgangener Umsatz pro Jahr.

Problem 2: Unklare Lead Qualifizierung

Die SDRs entscheiden selbst wann ein Lead "qualifiziert" ist. Etwa ein Drittel der Discovery Calls sind laut Ihrer Aussage "Zeitverschwendung".

Problem 3: HubSpot als teures Adressbuch

Sie zahlen über 25.000 Euro im Jahr für HubSpot, nutzen aber praktisch nur die Kontaktverwaltung.

HubSpot Feature-Nutzung



Quick Wins

Diese Maßnahmen können Sie in den nächsten 2 bis 4 Wochen umsetzen ohne neue Software oder ein großes Projekt.

1



Die 3x3 Follow-up Regel

Verbindliche Kontaktversuche bevor ein Lead aufgegeben wird

Jeder Lead wird mindestens 3 mal über 3 verschiedene Kanäle kontaktiert bevor er als "nicht erreichbar" markiert wird.

- 1 Tag 1: Anruf plus E-Mail
- 2 Tag 3: LinkedIn Nachricht
- 3 Tag 7: Anruf plus E-Mail mit anderem Angle



Erwarteter Impact: 20 bis 30% mehr erreichte Leads, 4 bis 6 zusätzliche Deals pro Jahr

2



BANT Light Checkliste

Einfache Qualifizierungskriterien für Ihre SDRs

Kriterium	Fragen die der SDR klären muss
Problem	Hat der Lead ein konkretes Problem das wir lösen können?
Zeitraumen	Plant der Lead eine Entscheidung in den nächsten 6 Monaten?
Entscheider	Ist die Person am Entscheidungsprozess beteiligt?

Regel: Ein Lead ist qualifiziert wenn mindestens 2 von 3 Kriterien erfüllt sind.

3



Wöchentliches Pipeline Review

30 Minuten Meeting jeden Montag

Jeder AE stellt seine Top 5 Opportunities vor. Fragen: Was ist der nächste Schritt? Wann wurde zuletzt Kontakt gehabt? Was blockiert den Deal? Realistische Close Einschätzung?

Roadmap

Der Weg zu systematischem Vertrieb in drei Phasen über 6 Monate.

Phase 1: Fundament legen Monat 1 bis 2

Grundlegende Prozesse definieren und das Team an Bord holen.

- Sales Playbook erstellen (Prozess dokumentieren)
- HubSpot Pipeline Stages neu definieren
- Team Workshop zu neuen Prozessen
- Quick Wins implementieren

Phase 2: Automatisierung aktivieren Monat 2 bis 3

HubSpot Features nutzen die Sie bereits bezahlen.

- Follow-up Sequenzen einrichten
- Lead Scoring Modell erstellen
- Automatische Aufgaben bei Stage-Wechsel
- Dashboards für Vertriebsleitung

Phase 3: Optimieren und skalieren Monat 4 bis 6

Basierend auf Daten kontinuierlich verbessern.

- Conversion Rates analysieren und Engpässe identifizieren
- E-Mail Templates A/B testen und optimieren
- Lead Scoring Modell anhand echter Daten verfeinern

Erwartetes Ergebnis nach 6 Monaten

Ein Vertriebsprozess der messbar ist, ein Team das weiß was zu tun ist, und ein CRM das tatsächlich genutzt wird.
Geschätzter zusätzlicher Umsatz: **80.000 bis 120.000 Euro pro Jahr.**

Investment und ROI

Ihre Optionen für die Umsetzung und der erwartete Return on Investment.

Option A: Eigenständige Umsetzung

Sie können die Quick Wins und Phase 1 selbst umsetzen. Geschätzter Zeitaufwand: 20 bis 30 Stunden über 6 bis 8 Wochen.

Option B: Begleitete Umsetzung

<p>Quick Start Phase 1</p> <p>2.500 Euro</p> <p>497 Euro Analyse wird angerechnet</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Sales Playbook erstellen✓ Pipeline Setup in HubSpot✓ Team Workshop (4h)✓ Zeitraum: 4 bis 6 Wochen	<p>EMPFOHLEN</p> <p>Full Setup Phase 1 + 2</p> <p>4.900 Euro</p> <p>497 Euro Analyse wird angerechnet</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Alles aus Quick Start✓ Follow-up Sequenzen✓ Lead Scoring Setup✓ Dashboards und Reporting	<p>Transformation Phase 1 + 2 + 3</p> <p>8.500 Euro</p> <p>497 Euro Analyse wird angerechnet</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Alles aus Full Setup✓ 6 Monate Begleitung✓ Kontinuierliche Optimierung✓ Monatliche Reviews
--	--	--

Erwarteter ROI

Weniger verlorene Leads durch Follow-up	4 bis 6 zusätzliche Deals
Bessere Conversion durch Qualifizierung	2 bis 3 zusätzliche Deals
Durchschnittlicher Dealwert	20.000 Euro
Geschätzter zusätzlicher Umsatz pro Jahr	80.000 bis 120.000 Euro

Amortisation

Selbst das umfangreichste Paket (8.500 Euro) amortisiert sich bereits mit dem ersten zusätzlichen Deal. Bei einem durchschnittlichen Dealwert von 20.000 Euro ist der ROI ab dem ersten gewonnenen Deal positiv.

Nächste Schritte

Herr Schmidt, Sie haben jetzt alle Informationen um zu entscheiden wie Sie vorgehen möchten.

Meine Empfehlung

- 1 Diese Woche:** Starten Sie mit der 3x3 Follow-up Regel. Kein Setup nötig, einfach machen.
- 2 Nächste Woche:** Führen Sie das erste Pipeline Review durch. 30 Minuten, jeden Montag.
- 3 In 2 Wochen:** Lassen Sie uns kurz telefonieren um zu besprechen wie es läuft und ob eine Zusammenarbeit Sinn macht.



Lutz Eckelmann

CRM Berater | Plan Digital Now

✉ l.eckelmann@plandigitalnow.com ☎ +34 690 770 674 🌐 plandigitalnow.com

📅 Termin vereinbaren

Wenn Sie bereit sind den nächsten Schritt zu gehen, buchen Sie direkt einen Termin unter:

<https://plandigitalnow.com/meetings/eckelmann/new-customer-meeting>

Vielen Dank für Ihr Vertrauen.

Plan Digital Now