



## Management-Checkliste

**Diese Checkliste hilft Geschäftsführern und Vertriebsleitung, den Umsatz mit Neukunden zu verdoppeln – stressfrei und ohne zusätzliche Kosten. Sie richtet sich vor allem an Anbieter technischer Systeme, Dienstleistungen und Produkte.**

Die Checkliste zeigt Ihnen in 10 Minuten, wie Ihr Vertrieb aktuell dasteht – mit Stärken, Schwächen und Wachstumspotenzialen. Sie hilft Ihnen, **Engpässe zu identifizieren, die Ihr Neukunden-geschäft bremsen** – und legt so die Grundlage für planbares Wachstum. Sie erkennen, wo Sie mit wenig Aufwand die größte Wirkung für Mehrumsatz erzielen. Siehe auch **Engpass-Radar** auf Seite 3

**Tipp: Vergeben Sie die Punkte mit "leichter Hand".** Die intuitive schnelle Bewertung ist meist richtig: 0 = gar nicht | 1 = selten | 2 = teilweise | 3 = gut | 4 = sehr gut | 5 = exzellent. Maximal erreichbar ist ein Gesamt-Score von 100 Punkten.

### Kapitel 1: Positionierung & Zielkunden

Typischer Engpass: Technisch stark – aber austauschbar. Entscheidungsgespräche entstehen zufällig statt planbar.  
**Ziel dieses Kapitels:** Klarheit darüber, ob Ihr Unternehmen planbar und regelmäßig Entscheider-gespräche mit potenziellen Neukunden erzeugt – auch in klar definierten Nischen.

Punkte (0 – 5)

- Unser Unternehmen ist klar als **Expertenteam** positioniert – nicht als „Allrounder“ .....
- Entscheider verstehen in **15 Sekunden, welches konkrete Ergebnis** sie durch uns bekommen .....
- Unsere **Zielkunden**, Branchen und Anwendungsfälle sind eindeutig definiert (kein Bauchladen) .....
- Der regelmäßige und **planbare Zustrom von Entscheider-Gesprächen** ist sichergestellt – auch für Nischenzielgruppen .....

**Summe Kapitel 1:** ..... Punkte von maximal 20 Punkten

**Messgröße für die Geschäftsführung (optional, aber empfohlen):**

Aktuell: \_\_\_ Entscheidungsgespräche pro Monat / Quartal

Ziel: \_\_\_ Entscheidungsgespräche pro Monat / Quartal

**Ist-Zustand vs. Zielbild (Kurzcheck):**

Ist-Situation: Gespräche entstehen unregelmäßig, stark personen- oder zufallsabhängig

Zielbild: Klar definierter, steuerbarer Prozess für Entscheidungsgespräche.

## Kapitel 2: Erstansprache & Diagnose-Gespräch

Typischer Engpass: Gespräche bleiben fachlich korrekt, führen aber nicht zur Entscheidung.

- Erstkontakte (Inbound & Outbound) folgen einem klaren **Gesprächsrahmen mit Leitfaden** .....  
.....
- Wir sprechen im Erstgespräch primär über **Nutzen und Entscheidungslogik** – nicht über Produktdetails .....  
.....
- Unsere Mitarbeitenden sind in der Lage, **Entscheider sicher zu führen**, auch ohne klassische Vertriebsausbildung .....  
.....
- Jedes Erstgespräch endet mit einem **klaren nächsten Schritt** (oder einem bewussten Nein) .....  
.....

**Summe Kapitel 2:** ..... Punkte von 20 Punkten

## Kapitel 3: Beratung & Angebot (max. 20 Punkte)

Typischer Engpass: Angebote werden verglichen, Entscheidungen verzögern sich oder bleiben aus.

- Angebote werden **erst nach ausreichender Entscheidungs-Diagnose** erstellt .....  
.....
- Entscheidungskriterien, Risiken und Freigaben sind vor Angebotsabgabe klar geklärt .....  
.....
- Unser Vertrieb **führt Kunden aktiv zur Entscheidung**, statt auf Rückmeldung zu warten .....  
.....
- Angebote sind entscheidungsfördernd aufgebaut – klar, strukturiert, gut verständlich und nutzenorientiert und auf Entscheider zugeschnitten .....  
.....

**Summe Kapitel 3:** ..... Punkte von 20 Punkten

## Kapitel 4: Abschluss & Verbindlichkeit

Typischer Schmerz: Niedrige Abschlussquote, lange Sales Zyklen, hoher Vertriebsaufwand.

- Wir haben feste Routinen zur **Entscheidungs Nachverfolgung** .....  
.....
- Einwände werden strukturiert geklärt – nicht diskutiert oder verteidigt .....  
.....
- Abschlussquoten und Sales Zyklen werden regelmäßig gemessen und analysiert .....  
.....
- Vergleichssituationen werden aktiv geführt, nicht passiv erlitten .....  
.....

**Summe Kapitel 4:** ..... Punkte von 20 Punkten

## Kapitel 5: Umsetzung, Bindung & Stammkunden

Typischer Engpass: Erfolge sind nicht nachhaltig – alte Muster kehren zurück

- Übergaben vom Vertrieb in die Umsetzung sind klar geregelt und für Kunden spürbar professionell .....  
.....
- Qualität und Kundenzufriedenheit werden aktiv überprüft und gesteuert .....  
.....
- Folgegeschäft und Empfehlungen entstehen systematisch – nicht zufällig .....  
.....
- Führung sorgt für nachhaltige Umsetzung (Coaching, Feedback, klare Standards) .....  
.....

**Summe Kapitel 4:** ..... Punkte von 20 Punkten

## Engpass-Radar

Kapitel	Max.	Erreicht	Ziel	Engpass / Priorität / Ihr Kommentar
1 Positionierung	20			
2 Diagnose	20			
3 Angebote führen	20			
4 Abschließen	20			
5 Stammkunden	20			

Nachhaltiges Wachstum entsteht, wenn Sie die Engpässe beseitigen, die heute noch Ihr Neukundengeschäft und Umsatzwachstum begrenzen oder hemmen. Übertragen Sie die Punktzahlen aus den Kapiteln in die Tabelle: Die niedrigsten Werte zeigen meist Ihre größten Engpässe und Entwicklungschancen – hier erzielen Sie die schnellsten und nachhaltigsten Vertriebs- und Umsatzerfolge.

Solange der zentrale Engpass nicht gelöst ist, verpuffen alle anderen Vertriebsmaßnahmen. Wenn wir diesen Engpass zuerst angehen, wird Wachstum nicht mehr erarbeitet, sondern entsteht als logische Folge: Gespräche werden wirksamer, Entscheidungen schneller, Wachstum planbarer.

## Nächster sinnvoller Schritt: Klarheit

Der Engpass ist oft nicht dort, wo er vermutet wird. Jeder von uns übersieht manches und ist teilweise betriebsblind. Nicht jeder Engpass sollte sofort bearbeitet werden. Manche Themen sind strukturell, andere operativ. Wer ohne Einordnung handelt, verschiebt Probleme – statt sie zu lösen. Nicht jede Erkenntnis erfordert Aktion. Aber: **Jede Entscheidung erfordert Klarheit.** Gemeinsam identifizieren wir die ein oder zwei Engpässe, die Ihr Neukundengeschäft aktuell am stärksten begrenzen.

Buchen Sie ein **Klarheits-Telefonat mit dem Experten** auf [www.terminland.de/eckart.krueger](http://www.terminland.de/eckart.krueger)

Das sind 45 Minuten, die Ihnen Klarheit bringen. Das Telefonat oder Zoom-Meeting ist kostenfrei.

Oder schreiben Sie eine **E-Mail** an [krueger@akquise-experten.de](mailto:krueger@akquise-experten.de) – ich antworte Ihnen gerne.

Mit freundlichen Grüßen

Eckart Krüger

