

In 14 Tagen zu mehr Umsatz

WORKBOOK für schnellen Umsatz

Der Erste-Hilfe-Koffer
für Deinen Umsatz.
Schnell und wirksam.



Dirk Stöcker
Autor des Topbestsellers
“Die Verkaufsrevolution”

Wie kannst du mit deinem Unternehmen möglichst schnell Umsatz generieren?

Grundlagen für schnelle Umsatzgenerierung

Das 1-3-7-Prinzip: Der Weg des geringsten Widerstands
Der Faktor: Zeit und / oder Geld

Faktor 1: Bestandskunden weiter glücklich machen oder ausbauen

Faktor 3: Karteileichen/Altkunden zurückgewinnen und / oder Empfehlungen aktivieren

Faktor 7: Neukundengewinnung

Die goldene Regel: Wenn du möglichst schnell Umsatz generieren willst, gehst du genau in dieser Reihenfolge vor. Du startest bei Faktor 1 – dem Weg des geringsten Widerstands.

Die Relevanz-Hürden-Waage

Menschen kaufen nur dann, wenn:

Relevanz > Hürde

Relevanz bedeutet:

- Wie dringend ist das Problem, das Bedürfnis oder der Wunsch?
- Wie wichtig ist die Lösung gerade JETZT?
- Wie stark ist der Leidensdruck?

Hürden können sein:

- Preis (subjektives Preisempfinden!)
- Komplexität des Einstiegs
- Interne Freigabeprozesse beim Kunden
- Zeitaufwand
- Risiko/Unsicherheit
- Wie schwer ist der Start mit Deinem Unternehmen

Deine Aufgabe: Hürden abbauen UND Relevanz erhöhen

Wer vergibt wirklich die Aufträge?

Wichtige Unterscheidung:

Mit wem arbeitest du zusammen vs. wer entscheidet über den Kauf?

Beispiel Verkaufstraining:

- Nutzer: Verkäufer im Seminar
- Entscheider: Geschäftsführung, Vertriebsleitung, Personalabteilung

Wer sind deine Zielkunden? Wer vergibt bei dir die Aufträge?



FAKTOR 1: Bestandskunden ausbauen und glücklich machen

Miss deinen Customer Lifetime Value (CLV)

Was ist ein Kunde über seine gesamte Lebenszeit wert?

Nur die erfolgreichsten Unternehmen kennen den Customer Lifetime Value (CLV) ihrer Kunden und nutzen dieses Wissen konsequent, um bessere Entscheidungen zu treffen, gezielt zu investieren und nachhaltiges Wachstum aufzubauen.

Konkrete Schritte:

- Berechne den Durchschnittswert pro Kunde über 1, 3 und 5 Jahre
- Identifiziere deine Top 20% Kunden (nach Umsatz UND Potenzial)
- Analysiere: Was haben diese Kunden gemeinsam?

Meine Top-Kunden und ihr Wert:



Upselling & Cross-Selling systematisch angehen

Kernfragen:

- Welche zusätzlichen Produkte/Dienstleistungen braucht dein Kunde?
- Wo kannst du die Wertschöpfung ausbauen?
- Welche Premium-Variante gibt es?
- Welche Ergänzungsprodukte passen perfekt?

Upselling-Ideen: (z.B. Premium-Paket, Verlängerung, größeres Volumen)

Cross-Selling-Ideen: (z.B. komplementäre Dienstleistungen, Add-ons)

Geschwindigkeit aufbauen: Schneller zum Abschluss

Das Momentum-Prinzip:

- Kunde fragt Angebot an → Sofort Verbindlichkeit schaffen
- "Bis wann können Sie das Angebot prüfen?"
- Direkt Folgetermin vereinbaren (vor Ort oder digital)

Konkrete Umsetzung:

- Angebotsversand: Innerhalb von 24 Stunden
- Follow-up-Call: Maximal 48 Stunden nach Angebot
- Abschlusstermin: Sofort beim Angebot mitbuchen

Wie kann ich meinen Verkaufsprozess beschleunigen?

Bewusster vs. unbewusster Bedarf aktivieren

Lies dazu im Buch "**Die Verkaufsevolution**" (ab Seite 49 ff)

Wie machst du unbewusste Bedarfe bewusst?

- Durch intelligente Fragen
- Durch Aufzeigen von Konsequenzen (über Fragen)
- Durch Best-Practice-Beispiele
- Durch Benchmarks und Vergleiche

Meine konkreten Ansätze, um bei Bestandskunden neue Bedarfe zu wecken:

Kundenbindung durch regelmäßige Check-ins

Proaktive Kundenbetreuung statt reaktiv warten:

Quartalsweise Check-ins:

- "Wie läuft es mit [Lösung/Produkt]?"
- "Wo gibt es Optimierungspotenzial?"
- "Was hat sich in Ihrem Geschäft verändert?"

Bonus-Strategie: Jährliches Strategie-Gespräch mit Top-Kunden

Mein Check-in-Plan für Bestandskunden:

FAKTOR 3: Karteileichen reaktivieren & Empfehlungen aktivieren

Karteileichen systematisch zurückgewinnen

Wer zählt als Karteileiche?

- Ehemaliger Kunde (Zusammenarbeit beendet)
- Kontakt ohne Abschluss (Angebot abgelehnt oder versendet)
- Langzeit-Interessent ohne Aktion

Reaktivierungs-Strategie:

Schritt 1: Liste erstellen (30-50 ehemalige Kontakte)

Schritt 2: Segmentierung nach Abbruch-Grund

Schritt 3: Personalisierte Reaktivierung mit neuem Anlass

Beispiel-Nachricht:

"Hallo [Name], ich habe vor 2 Jahren mit Ihnen über [Thema] gesprochen. Damals war das Timing nicht ideal. Ich habe jetzt [neue Lösung/neues Angebot] entwickelt, das speziell auf [Problem] eingeht. Hätten Sie Interesse an einem kurzen Austausch?"

Meine Top 10 Karteileichen für Reaktivierung:

Empfehlungsmarketing: Die systematische Empfehlungsmaschine

Kernfrage an glückliche Bestandskunden:

"Können Sie mir drei Sachen nennen, die Sie in unserer Zusammenarbeit begeistert haben?"

Tipp: Sammelt gleichzeitig Testimonials!

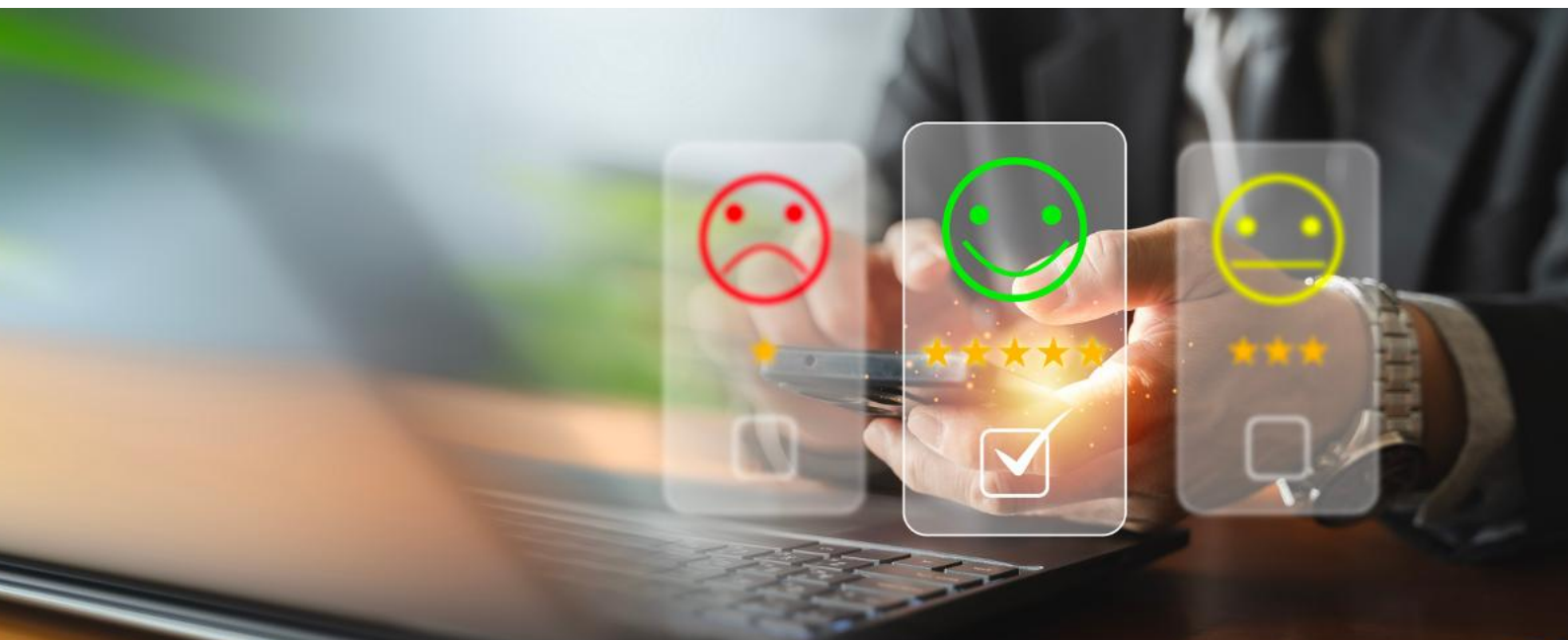
Dann die Folgefrage:

"Für wen aus Ihrem Netzwerk könnte das auch interessant sein?"

Profi-Tipp: Nicht nur Namen sammeln, sondern direkt fragen:

"Könnten Sie dort anrufen und mich empfehlen? Ich rufe dann 2-3 Tage später nach."

Meine Empfehlungsstrategie:





Huckepack-Marketing: Partner mit gleicher Zielgruppe

Das Prinzip:

Finde Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe haben wie du, aber **NICHT** in direktem Wettbewerb stehen.

Beispiele:

- Werbeagentur ↔ IT-Dienstleister
- Unternehmensberater ↔ Steuerberater
- Verkaufstrainer ↔ Recruiting-Firma

Vorgehen:

1. Partner identifizieren
2. Win-Win-Angebot entwickeln
3. Gegenseitige Empfehlung vereinbaren
4. Cross-Promotion (Newsletter, Social Media, Events)

Potenzielle Huckepack-Partner für mein Business:

Referral-Sprint: Die Empfehlungswelle

30-Tage-Challenge:

Woche 1-2: 10 Top-Kunden anrufen & nach Empfehlungen fragen

Woche 3: Follow-up bei empfohlenen Kontakten

Woche 4: Danke-Schleife an Empfehlungsgeber + Feedback

Belohnung für Empfehlungen:

- Rabatt auf nächsten Auftrag
- Exklusives Bonus-Feature
- Aufmerksamkeit (Geschenk, Einladung zu Event)

Mein Referral-Sprint Plan:



FAKTOR 7: Neukundengewinnung

Telefonakquise: Der unterschätzte Turbo

Warum Telefon noch funktioniert:

- Direkter Draht zum Entscheider
- Sofortiges Feedback
- Beziehungsaufbau in Echtzeit

Erfolgsformel für Telefonakquise:

1. Vorbereitung: Recherche über Unternehmen & Ansprechpartner
2. Opener: Persönlicher Bezug oder relevanter Trigger
3. Wertsatz: In 15 Sekunden: Was hast DU davon?
4. Terminvereinbarung: NICHT verkaufen am Telefon, nur Termin sichern

Beispiel-Script:

"Guten Tag Herr [Name], [Dein Name] von [Firma]. Ich habe gesehen, dass Sie gerade [Trigger, z.B. expandieren/neue Stelle ausgeschrieben]. Wir helfen [Zielgruppe] dabei, [konkretes Ergebnis]. Hätten Sie 30 Minuten diese Woche für ein unverbindliches Gespräch?"

Tipp: Schau ins Webinar "Telefonakquise" für Vertiefung

Meine Telefonakquise-Strategie:



LinkedIn: Die B2B-Goldmine

Phase 1: Zielgruppe exakt definieren

Suchkriterien auf LinkedIn:

- Jobtitel (z.B. IT-Leiter, Vertriebsleiter, Personalverantwortlicher)
- Branche
- Unternehmensgröße
- Region

Phase 2: Vernetzen mit System

Wichtig: Nicht sofort verkaufen!

Erste Nachricht (Connection Request):

"Hallo [Name], ich vernetze mich gerne mit [Jobtitel] aus [Branche]. Freue mich auf den Austausch!"

Phase 3: Beziehung aufbauen

Nach Connection:

- Kommentiere ihre Beiträge
- Teile relevanten Content
- Nach 1-2 Wochen: Persönliche Nachricht

Phase 4: Das Geschenk-Prinzip

"Eine Freundschaft startet manchmal mit einem Geschenk."

Mögliche Freebies:

- Checkliste / Whitepaper zu ihrem größten Problem
- Zugang zu exklusivem Webinar
- Kostenlose Erstanalyse (15-30 Min.)
- Mini-Audit ihrer [Website/Prozesse/Strategie]

Beispiel-Nachrichten:

„Hallo [Name], viele [Jobtitel] kämpfen gerade mit [Problem]. Ich habe dazu einen kompakten Leitfaden erstellt (15 Seiten), der [konkretes Ergebnis] ermöglicht. Darf ich Ihnen den kostenlos zusenden?“

„Vielen Dank für die Vernetzung! Ich finde Ihre berufliche Ausrichtung spannend – vielleicht ergibt sich ja die Gelegenheit für einen inspirierenden Austausch.“

„Schön, dass wir uns hier vernetzt haben! Ich habe den Eindruck, dass wir beruflich einige Überschneidungen haben – vielleicht ergibt sich ja mal ein konkreter Austausch.“

Danke für die Kontaktanfrage! LinkedIn lebt vom lebendigen Netzwerk – ich bin gespannt, welche Impulse wir gegenseitig mitnehmen können.“

„Freut mich, dass wir uns hier gefunden haben – Ihr Profil wirkt spannend und ich hoffe, wir können uns gelegentlich mal über gemeinsame Themen austauschen. Ohne PowerPoint, versprochen.“

„Danke fürs Vernetzen! Ich glaube fest daran, dass ein gutes Netzwerk nicht aus Zahlen besteht, sondern aus Menschen, mit denen man wirklich ins Gespräch kommen kann.“

„Ich freue mich über den Kontakt – Ihr Werdegang wirkt inspirierend und ich bin gespannt, ob sich mal eine fachliche Schnittstelle ergibt.“

Meine LinkedIn-Strategie:

Zielgruppe (genau definieren):

Mein Freebie/Geschenk:

Mein Vernetzungsplan (X Kontakte pro Woche):



Webinar als Lead-Magnet

Das kostenlose Experten-Webinar:

Thema: Größtes Problem deiner Zielgruppe

Dauer: 45-90 Minuten

Ziel: E-Mail-Adressen sammeln + Autorität aufbauen

Aufbau:

1. Problem benennen (emotional, greifbar)
2. Lösung zeigen (Framework, Methode)
3. Quick Win geben (sofort umsetzbar)
4. CTA: "Wenn Sie das in Ihrem Unternehmen umsetzen wollen, buchen Sie ein kostenloses Strategie-Gespräch"

Promotion:

- LinkedIn-Posts (3-5 Ankündigungen)
- Direktnachrichten an Zielgruppe
- E-Mail an bestehende Kontakte
- LinkedIn Ads (optional)

Mein Webinar-Konzept:

Thema:

Größtes Problem meiner Zielgruppe:

Meine Lösung (Framework):

Quick Win (sofort umsetzbar):

Promotion-Plan:

E-Mail-Marketing: Zielgruppenbesitz aufbauen

Wenn du bereits Kontakte hast (CRM, Newsletter, alte Leads)

E-Mail-Formel für schnelle Ergebnisse:

Betreff: Großes Problem + Neugier

Beispiel: "3 Gründe, warum Ihre Verkäufer zu viel Zeit verschwenden"

Body:

1. Problem konkret benennen (mit Zahlen/Fakten)
2. Konsequenzen aufzeigen (Was passiert, wenn nichts passiert?)
3. Lösung andeuten (aber nicht komplett verraten)
4. CTA: Kostenloses Analyse-Gespräch oder Freebie-Download

Wichtig: Dein Kunde will keine Verkaufsansprache – er will eine Lösung für sein Problem!

Kampagnen-Idee: 3-E-Mail-Serie

E-Mail 1: Problem aufzeigen

E-Mail 2: Konsequenzen verdeutlichen (Case Study)

E-Mail 3: Lösung + klarer CTA



Meine E-Mail-Kampagne:

Zielgruppe (aus welcher Liste?):

Betreff-Zeilen (3 Varianten):

Kernproblem meiner Zielgruppe:

Meine Lösung (kurz):

CTA:

Weitere Ideen:

Direktansprache über dein bestehendes Netzwerk

Persönlich, direkt, warm:

- Alte Kontakte
- LinkedIn-Kontakte
- Ehemalige Kunden
- Newsletter-Abonnenten

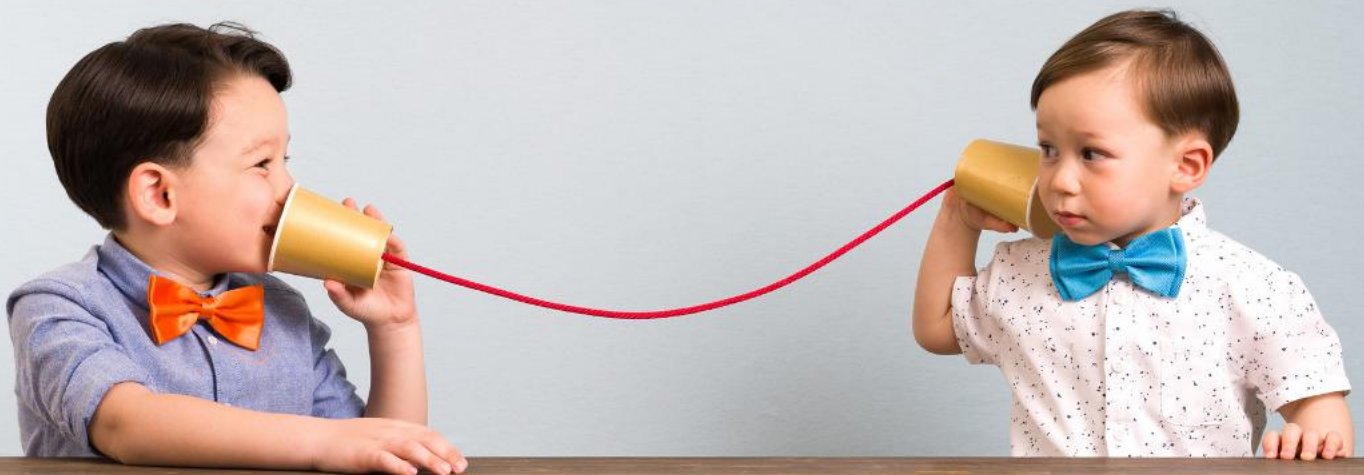
Vorgehen:

Kurze, individuelle Nachricht mit starkem Bezug zu ihrer aktuellen Lage.

Beispiel:

"Hallo [Name], ich habe an dich gedacht, weil ich weiß, dass ihr gerade [Situation]. Wir haben kürzlich [Lösung] entwickelt, die genau da ansetzt. Hast du 20 Minuten für einen kurzen Call?"

Effizienz: Extrem hoch – oft innerhalb 24-48 Stunden erste Reaktionen
Meine Direktansprache-Liste (20-30 Personen):



Conversion-optimierte Landingpage

Du willst mit dieser Landingpage kurzfristig Umsatz machen? Dann setze Deine eigene Kampagne auf.

Turbo-Tipp: Chat GPT hilft dir Schritt für Schritt einen starke Kampagne aufzusetzen, diese kannst du dann schnell mit Gamma oder ähnlichen Tools aufsetzen.

Klarer Nutzen, keine Umwege

Beispiel-Headline:

"3 Gründe, warum empathisches Verkaufen Ihre Abschlussquote sofort hebt"

Aufbau:

- 1.Headline: Größter Nutzen
- 2.Subheadline: Konkretisierung
- 3.3 Bullet Points: Hauptvorteile
- 4.Social Proof: Testimonials, Logos, Zahlen
- 5.CTA: Klare Handlungsaufforderung
- 6.Freebie/Lead-Magnet: Download, Erstgespräch, Webinar

Effizienz: Mittel – aber sehr skalierbar mit Budget (LinkedIn Lead Ads, Google Ads)

Meine Landingpage-Elemente

Headline:

3 Hauptnutzen:

Mein Lead-Magnet oder CTA:

Video-Content: Short-Form Ads & Organic

LinkedIn, YouTube, Instagram:

30-60 Sekunden emotionaler Hook:

- Problem konkret zeigen
- Lösung andeuten
- Klares Angebot

Beispiel:

"90% der Verkäufer verlieren Kunden, weil sie zu technisch verkaufen. Empathie schlägt Features – immer. Wenn du möchtest, dass dein Team empathisch verkauft UND abschluss sicher wird – melde dich für ein kostenloses Erstgespräch."

Retargeting: Wer Video zu 50%+ geschaut hat → Direktansprache oder Ad

Effizienz: Hoch bei genauer Zielgruppe + emotionalem Thema

Meine Video-Ideen:



Kooperationen & Gastbeiträge

Funktioniert in fast jeder Branche extrem gut!

Reichweite anderer nutzen

Gastbeitrag in:

- Branchen-Blogs
- Podcasts
- LinkedIn-Profile von Influencern

Vorgehen:

1. Relevante Plattformen identifizieren
2. Themenvorschlag entwickeln (WIN für deren Audience)
3. Pitch senden
4. Gastbeitrag mit Mehrwert + dezenter CTA

Meine Gastbeitrags-Ziele:



Events & Networking gezielt, nicht breit

Nicht auf jeder Messe, sondern gezielt

Strategie:

- 3-5 Top-Events pro Jahr
- Vorher: Recherche der Teilnehmerliste
- Vor-Ort: Gezielte 1:1 Gespräche (nicht Flyer verteilen)
- Nachher: Sofortiges Follow-up (48h-Regel)

Meine Event-Strategie:



Dein 14-Tage-Sprint für schnellen Umsatz

Woche 1: Faktor 1 & 3 (Bestand & Empfehlungen)

Tag 1-3:

10 Bestandskunden kontaktieren (Upsell/Cross-Sell)
CLV berechnen

Tag 4-5:

5 Empfehlungsanfragen bei Top-Kunden
10 Karteileichen reaktivieren

Tag 6-7:

Follow-up bei Empfehlungen
Huckepack-Partner identifizieren

Woche 2: Faktor 7 (Neukundengewinnung)

Tag 8-10:

LinkedIn: 30 Zielpersonen vernetzen
Freebie erstellen/optimieren

Tag 11-12:

E-Mail-Kampagne vorbereiten & versenden
Webinar planen (oder Landingpage erstellen)

Tag 13-14:

20 Telefonakquise-Calls
Follow-up & Termine buchen



Meine persönliche Prioritätenliste

Diese Woche starte ich mit:

1. _____
2. _____
3. _____

Mein Umsatzziel für die nächsten 30 Tage:

Meine Top 3 Maßnahmen dafür:

Notizen & Ideen



Ergebnis nicht zufriedenstellend?

Dann lassen Sie uns gemeinsam analysieren, wie Sie Ihre Effizienz konkret steigern können. **30 Minuten** erhalten Sie eine **konkrete Einschätzung Ihrer Vertriebspotenziale** – kostenlos & vertraulich.

Jetzt unverbindliches Beratungsgespräch vereinbaren!

