

IHR ERGEBNIS

Vertriebs-Reifegrad

Beispiel GmbH

Erstellt für Max Mustermann am 29.09.2026



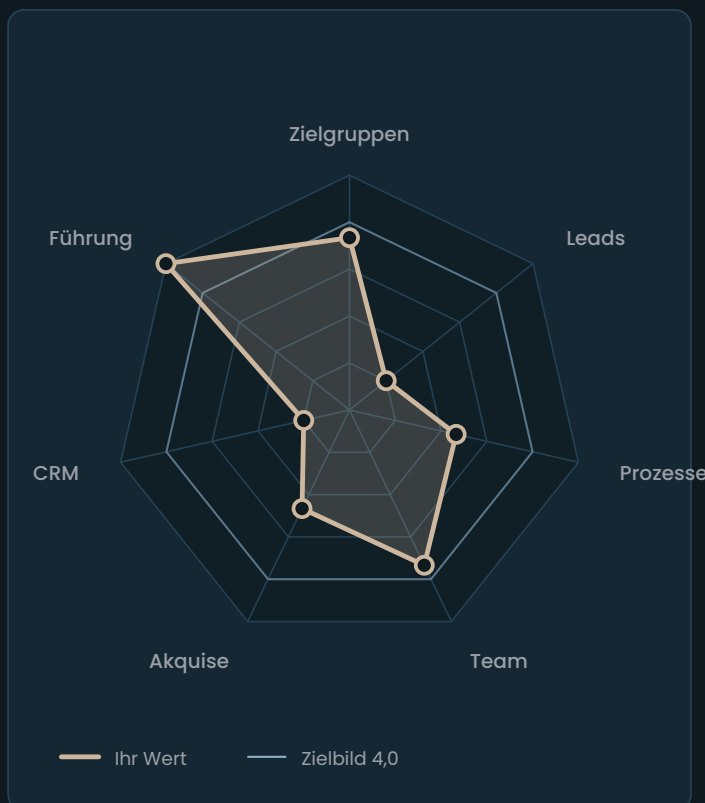
EINSTUFUNG

Ausbaufähig

Einiges funktioniert, aber es fehlen feste Abläufe und verlässliche Zahlen. Hier liegt meist das größte Umsatzpotenzial.



Reifegrad je Bereich



HANDLUNGSFELDER

Ihre drei größten Hebel

Die Bereiche mit dem niedrigsten Reifegrad. Hier bringt jede Verbesserung am meisten Wirkung auf Umsatz und Planbarkeit.

1

Sichtbarkeit und Leads

1,0 / 5

WARUM ES ZÄHLT

Wer nicht weiß, woher Umsatz kommt, investiert Budget und Zeit nach Gefühl und kann Wachstum kaum planen.

ERSTER SCHRITT

Leadquellen im CRM erfassen und monatlich auswerten. So sehen Sie, welcher Kanal wirklich Umsatz bringt, und können gezielt investieren.

2

Kennzahlen und CRM

1,0 / 5

WARUM ES ZÄHLT

Ohne verlässliche Zahlen fallen Entscheidungen zu spät, und Abweichungen werden erst im Jahresabschluss sichtbar.

ERSTER SCHRITT

Ein schlankes Kennzahlen-Set festlegen und das CRM so pflegen, dass Umsatz nach Kunde, Produkt und Person per Knopfdruck verfügbar ist.

3

Prozesse

2,3 / 5

WARUM ES ZÄHLT

Ohne festen Ablauf hängt der Erfolg an einzelnen Personen, und Angebote versanden, weil niemand nachfasst.

ERSTER SCHRITT

Einen einfachen Standardablauf vom Erstkontakt bis zum Auftrag festlegen, inklusive fester Nachfass-Schritte für jedes Angebot.

Ihre Stärken



Führung

Reifegrad 5,0 / 5 · darauf können Sie aufbauen



Struktur und Team

Reifegrad 3,7 / 5 · darauf können Sie aufbauen

Aus der Selbsteinschätzung wird ein belastbarer Befund.

Im Vertriebsgutachten prüfen C-Levels aus Private Equity und Sales diese Bereiche mit Video-Interviews, CRM-Daten und Kennzahlen. Komplett online, zum Festpreis.

[Erstgespräch buchen ›](#)

Sven Schmidt · CO.INTRA Partners
Sven.Schmidt@cointra-partners.com

GRUNDLAGE

Ihre Antworten im Überblick

Zielgruppen und Kunden**3,7 / 5**

Wie klar sind Ihre Zielkunden beschrieben?



Schriftlich, aber selten genutzt

Sichtbarkeit und Leads**1,0 / 5**

Woher kommen neue Anfragen?



Fast nur Zufall oder Empfehlung

Prozesse**2,3 / 5**

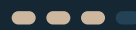
Gibt es einen festen Ablauf vom Erstkontakt bis zum Auftrag?



Ungeschrieben

Struktur und Team**3,7 / 5**

Sind Rollen und Zuständigkeiten im Vertrieb klar?



Größtenteils

Akquise und Abschluss**2,3 / 5**

Wie regelmäßig wird aktiv neu akquiriert?



Unregelmäßig

Kennzahlen und CRM**1,0 / 5**

Wie wird Ihr CRM genutzt?



Kein CRM

Führung**5,0 / 5**

Gibt es klare Ziele pro Person im Vertrieb?



Ja, mit regelmäßiger Besprechung