

SPATARO MEDIA PRÄSENTIERT:

Wie du als Geschäftsführer pro Verkäufer 10 bis 20 zusätzliche qualifizierte Anfragen im Monat generierst.

Mit einem digitalen Verkäufer, der 24/7 für dich akquiriert, nie krank wird und nie kündigt.

— Exklusiv im Report —
Fallstudien

Telepski Treuhand: +243 qualifizierte Anfragen und CHF 958'000 Umsatz mit Neukunden

Mission 13 GmbH: +CHF 240'000 in 90 Tagen

Ait Schweiz AG: +300 Anfragen und rund CHF 2 Mio. Auftragsvolumen

Mit Ivan Spataro
Geschäftsführer Spataro Media GmbH

DER DIGITALE AUSSENDIENSTLER

IN DIESEM REPORT ERFÄHRST DU:

- ✓ Warum ausgerechnet deine besten Verkäufer die Akquise am meisten hassen, und was dich das jeden Monat kostet
- ✓ Wie ein einziger „digitaler Aussendienstler“ pro Verkäufer 10 bis 20 zusätzliche Anfragen im Monat liefert, rund um die Uhr
- ✓ Wie du den Kalender deines Vertriebsteams füllst, ohne einen einzigen neuen Mitarbeiter einzustellen
- ✓ Warum ein halb leerer Kalender dich gleich doppelt kostet, und wie du das stoppst

DIE NEUE METHODE, UM DEN KALENDER DEINES VERTRIEBSTEAMS ZU FÜLLEN:

Was die klügsten Geschäftsführer der Schweiz jetzt tun, um mit den gleichen Lohnkosten ihren Umsatz zu verdoppeln

ACHTUNG:

Dieser Report zeigt dir die exakte Methode, mit der Geschäftsführer den Terminkalender ihres Vertriebsteams mit qualifizierten Anfragen füllen — ohne Kaltakquise, ohne gekaufte Leads und ohne zusätzliche Mitarbeiter.

Eine Nachricht vom Schreibtisch von Ivan Spataro

Guten Tag

Dieser Report ist kurz, aber jede Seite ist eine Entscheidung wert. Lies ihn aufmerksam. Denn auf Seite 7 steht die Methode, mit der dein Vertriebsteam nie wieder mit halb leerem Kalender dasteht.

Du bezahlst dein Vertriebsteam fürs Verkaufen. Fürs Beraten, fürs Abschliessen. Dafür sind deine Leute gut, dafür hast du sie eingestellt. Doch wenn du ehrlich hinschaust, geht die halbe Woche für etwas ganz anderes drauf: dafür, überhaupt erst jemanden an den Tisch zu bekommen. Telefonieren, Nachrichten schreiben, Terminen hinterherjagen.

Und du kennst dieses Gefühl am Monatsende, wenn du auf die Zahlen schaust und denkst: Wir hätten so viel mehr machen können.

Hier ist der Gedanke, der alles verändert.

Dein Engpass ist nicht der Abschluss. Dein Team kann abschliessen. Dein Engpass ist die Akquise davor.

Solange du die Akquise von Menschen erledigen lässt, die eigentlich verkaufen sollen und es meistens weder können noch wollen, bleibt der Kalender halb leer. Egal wie gut deine Verkäufer sind.



2026 wird das nicht einfacher. Kaltakquise wirkt von Jahr zu Jahr schlechter, gekaufte Leads kosten immer mehr und bringen immer weniger, und dein bester Verkäufer kann jederzeit kündigen und seine Kontakte mitnehmen.

Trotzdem gibt es eine Gruppe von Geschäftsführern, deren Vertriebsteams planbar volle Kalender haben. Nicht weil sie härter akquirieren, sondern weil sie die Akquise gar nicht mehr ihren Verkäufern überlassen.

In diesem Report zeige ich dir, wie das geht. Aber zuerst kurz, warum ausgerechnet ich dir das erzählen kann.



Ivan Spataro | Geschäftsführer Spataro Media GmbH

- ✓ Dipl. Betriebswirtschafter
- ✓ Eidg. Verkaufsfachmann
- ✓ + 750'000 Follower
- ✓ + 15 Jahre Vertriebs Erfahrung

Auszeichnung:

 **Swiss Marketing Award**

Auszeichnung:

 **YouTube Playbutton**

Warum du mir zuhören solltest

Ich habe über 15 Jahre im Vertrieb gearbeitet und alle möglichen Produkte verkauft. **Ich kenne jeden Schmerz, den auch du oder deine Berater kennen.**

Das Beratungsgespräch, das zwei Stunden dauert und mit „*Ich muss noch eine Nacht darüber schlafen*“ endet. Die Empfehlung, die nichts bringt. Das Netzwerk, das irgendwann abtelefoniert ist. Und dieses nagende Gefühl, jeden Monat mit den Verkaufszahlen wieder bei null anzufangen.

Ich verkaufte jeden Tag mit vollem Einsatz, aber die Früchte dieser Arbeit gehörten mir nie wirklich. **Also entstand in mir der Wunsch, mir etwas Eigenes aufzubauen.** Etwas, das nur mir gehört. Also fing ich an, Videos auf Social Media zu produzieren.

Nicht weil ich wusste, wie es geht. Sondern weil ich glaubte, dass es funktionieren kann. Über 540 Tage lang produzierte ich kostenlos, ohne einen Rappen zu verdienen.

Meine Freunde haben mich ausgelacht. Es gab Nächte wo ich mich gefragt habe, ob ich verrückt bin. **Aber ich habe nicht aufgegeben.**

Dann kam der erste bezahlte Auftrag. Von Swiss Life. Von da an ging es bergauf. Die Videos wurden besser, die Reichweite grösser, die Aufträge grösser.

Heute habe ich über 750'000 Follower auf Social Media und das trotz meines Basler Dialekts.

Was als bewusste Entscheidung begann, etwas Eigenes aufzubauen, wurde Realität. **Aus den ersten Aufträgen wurde meine Agentur.**

Aber auch als Geschäftsführer kannte ich dieses Gefühl noch. Mal liefen die Anfragen gut, dann wochenlang nichts.

Die Unplanbarkeit blieb. Und ich wusste: **Solange ich kein System habe, werde ich immer abhängig bleiben vom Zufall,** von der Saison, vom Glück.

Per Zufall traf ich einen Agenturinhaber auf LinkedIn. Er zeigte mir eine Methode, mit der man planbar Neukunden gewinnt. Zuerst war ich skeptisch. Aber ich wusste auch: Wer immer dasselbe macht, bekommt immer dieselben Ergebnisse. **Also entschied ich mich, es auszuprobieren.**

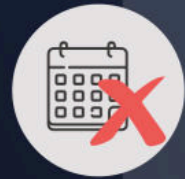
Was dann passierte, hätte ich nicht erwartet. **Plötzlich kamen Anfragen rein. Planbar. Regelmässig.** Kunden, die auf mich zukamen, ohne dass ich sie jagen musste. Zum ersten Mal nach 15 Jahren Vertrieb hatte ich ein System gefunden, wo die Kunden auf mich zukamen und nicht umgekehrt.

In diesem Moment wusste ich: **Genau das fehlt unzähligen Geschäftsführern in der Schweiz.** Aus dieser Erfahrung heraus habe ich mit meinem Team diese Methode perfektioniert, die heute für Schweizer KMUs exakt dasselbe tut.

Genau diese Methode erkläre ich dir in diesem Report.



Kommt dir das bekannt vor?



Dein Team hat zu wenig Termine.

Die Leute sind da, die Abschlusskraft ist da, aber der Kalender ist halb leer. Du bezahlst volle Löhne für halbe Auslastung.

Und du sitzt abends da und rechnest im Kopf aus, wie viel Umsatz dir genau in diesem Monat wieder durch die Finger geht. Es macht dich wütend, weil du genau weisst, dass mehr drin wäre. Nicht weil deine Leute schlecht sind, sondern weil einfach nicht genug reinkommt.



Deine Verkäufer verbrennen ihre teuerste Zeit mit Akquise.

Statt zu beraten, telefonieren sie kalt, schreiben Nachrichten, telefonieren hinterher. Du bezahlst deine besten Abschliesser dafür, sich durch eine Liste von Absagen zu quälen.

Und mit jedem Nein sackt ihre Laune, und mit ihrer Laune ihre Leistung. Du spürst es im Team, dieser zähe Montag, an dem keiner ans Telefon will.



Die meisten wollen gar nicht akquirieren.

Gute Verkäufer wollen verkaufen, nicht jagen. Akquise nervt sie, also schieben sie sie auf, machen sie halbherzig oder gar nicht.

Und du stehst daneben und musst antreiben, kontrollieren, nachhaken, wie ein Lehrer, der Hausaufgaben einsammelt. Das zermürbt dich, weil das nicht die Rolle ist, für die du Geschäftsführer geworden bist.



Das kostet dich gleich doppelt.

Erstens bleibt der Kalender leer, und der Umsatz, den dein Team machen könnte, entsteht nie. Zweitens, und das ist der Teil, der richtig wehtut: Die kaufkräftigen Kunden, die niemand anspricht, verschwinden nicht. Sie kaufen trotzdem.

Nur eben bei deinem Mitbewerber, der zufällig zuerst bei ihnen war. Du bezahlst also nicht nur für leere Stunden, du schaust auch noch zu, wie nebenan deine Kunden abschliessen.



Am Ende landet alles wieder bei dir.

Weil die Akquise nicht von allein läuft, wirst du selbst zum Engpass. Du bringst die Anfragen rein, du machst Druck, du hältst das Ganze am Laufen. Eigentlich solltest du dein Unternehmen führen.

Stattdessen bist du der bestbezahlte Terminjäger deiner eigenen Firma, und nimmst die Sorge mit nach Hause, ob nächsten Monat wieder genug zusammenkommt.

Was es dich kostet, wenn du nichts änderst

Vielleicht denkst du: Es läuft ja irgendwie. Genau das ist das Problem.

„Irgendwie laufen“ ist keine Strategie. Es ist ein Zustand, der dich Jahr für Jahr in denselben Mustern festhält. Und er wird nicht besser. Er wird teurer.

Und teurer heisst konkret: Nimm deinen durchschnittlichen Auftragswert und multipliziere ihn mit den Terminen, die jedem deiner Verkäufer pro Woche fehlen. Bei den meisten Geschäftsführern, mit denen wir sprechen, steht da übers Jahr ein hoher sechsstelliger Betrag, der einfach liegen geblieben ist. Pro Verkäufer. Und das ist erst der Anfang. Schau, was sonst noch passiert, wenn in den nächsten zwölf Monaten alles bleibt, wie es ist.



Dein bester Verkäufer kündigt.

Die Besten wollen verkaufen, nicht jagen. Wenn der Kalender leer bleibt, gehen sie zuerst, weil ihnen jemand anders volle Termine bietet. Und mit ihnen gehen ihre Kontakte, ihr Wissen und der Umsatz, den sie gebracht haben. Einen gleich guten Ersatz zu finden, kostet dich Monate. Monate, in denen noch weniger reinkommt.



Deine Kunden kaufen woanders.

Die kaufkräftigen Interessenten in deinem Markt warten nicht, bis du dich meldest. Sie entscheiden sich für den, der da ist, wenn ihr Bedarf entsteht. Solange das nicht du bist, finanzierst du mit jedem Monat das Wachstum von jemand anderem, ohne es überhaupt zu merken.



Du fängst an, über den Preis zu verkaufen.

Ein leerer Kalender macht weich. Du sagst Ja zu Kunden, zu denen du eigentlich Nein sagen würdest, und gibst Rabatte, die du eigentlich nicht geben willst, nur damit überhaupt etwas reinkommt. Deine Marge schrumpft, und mit ihr der Gewinn, der am Ende bei dir bleibt.



Dein Team verliert den Glauben.

Verkäufer, die Monat für Monat zu wenig Termine haben, werden erst zynisch, dann lustlos. Die Stimmung im Vertrieb kippt, und diese Stimmung trägt jeder von ihnen in jedes Kundengespräch. Schlechte Laune verkauft nicht, und so wird aus zu wenig Terminen auch noch eine schlechtere Abschlussquote bei den wenigen, die du hast.



Du bleibst der Gefangene deines eigenen Vertriebs.

Kein Wachstum, das du planen kannst. Kein Monat, an dem du ruhig schläfst. Immer dieselbe Frage im Hinterkopf: Reicht es diesmal? Und jede Lücke im Kalender, die heute entsteht, ist Umsatz, der für immer weg ist. Den holst du im nächsten Monat nicht doppelt rein. Er ist einfach verloren.

Das Bittere daran: Es liegt nicht an deinem Angebot und nicht an deinem Team. Es liegt nur daran, dass die Akquise an Menschen hängt, die sie nicht leisten können. Genau das lässt sich lösen.

Die fünf Wege, mit denen die meisten Geschäftsführer den Kalender füllen wollen, und warum keiner davon das Problem löst.

Methode 1: Noch einen Verkäufer einstellen.



Mehr Leute, mehr Termine, denkst du. Aber der neue Verkäufer bringt dasselbe Problem mit. Im ersten Jahr arbeitet er sein Netzwerk ab, danach steht er vor demselben leeren Kalender. Nur kostet er dich jetzt einen weiteren vollen Lohn. Du hast die Lohnkosten verdoppelt, nicht das Akquise-Problem gelöst.

Methode 2: Mehr Druck auf Kaltakquise.



Hier steckt der eigentliche Grund, warum Kaltakquise so zermürbend ist. Bei jedem Anruf rätselst du, ob die Person überhaupt einen Bedarf hat. Und meistens hat sie keinen. Dein Team quält sich durch zwanzig, dreissig, vierzig Absagen, um den einen zu finden, bei dem der Zeitpunkt zufällig stimmt. Das frisst Zeit, killt die Moral, und beim heutigen Kunden wirkt der kalte Anruf ohnehin immer schlechter.

Methode 3: Leads kaufen.



Die Liste kommt, dein Team ruft an. Von zehn Leads erreichst du drei, einer hat vielleicht Interesse. Und der wurde gleichzeitig von vier Mitbewerbern angerufen. Dein Team verbrennt noch mehr Zeit für noch schlechtere Gespräche. Das Problem ist nicht die Menge. Es ist die Qualität der Quelle.



Methode 4: Auf Empfehlungen hoffen.



Schön, wenn sie kommen. Aber sie sind weder planbar noch steuerbar. Du kannst nicht sagen: „Nächsten Monat brauche ich 20.“ Ein Vertriebsteam lässt sich nicht auf einer Quelle aufbauen, die du nicht kontrollierst.

Methode 5: Vermittler und Partner.



Solange der Partner liefert, läuft es. Aber du hast dein Wachstum in fremde Hände gelegt. Wechselt er zum Mitbewerber oder hört auf, bricht dein Zufluss über Nacht weg.

Was diese fünf Wege gemeinsam haben:

Keiner gibt dir einen planbaren Nachschub an Anfragen, den du selbst kontrollierst. Jeder hängt an etwas, das du nicht in der Hand hast. An der Laune deiner Verkäufer, an gekaufter Datenqualität, am Goodwill von Partnern, am Zufall der nächsten Empfehlung.

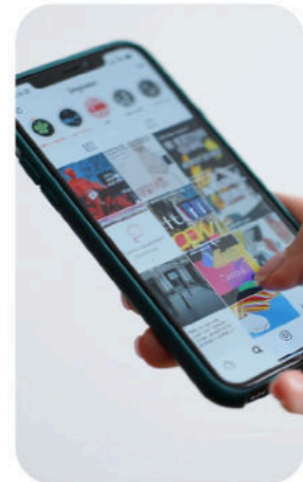
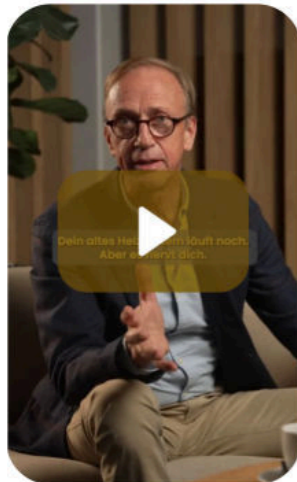
Was du brauchst, ist eine Akquise, die nicht an einzelnen Menschen hängt. Und vor allem eine, bei der nicht dein Team die Kunden mit Bedarf suchen muss, sondern bei der die Kunden mit Bedarf von selbst zu dir kommen.

Der digitale Aussendienstler

Stell dir einen Aussendienstler vor, der nichts anderes tut, als deinen Kalender zu füllen.

Einen, der von morgens bis nachts deine Wunschkunden anspricht. Der nie krank wird, nie einen schlechten Tag hat, nie eine Provision verlangt und nie kündigt. Der nicht eine Handvoll Kontakte am Tag schafft, sondern tausende gleichzeitig. Und der jedem davon exakt deinen besten Pitch liefert.

Das ist der digitale Aussendienstler. Er besteht aus zwei Teilen.



Teil 1: Dein bester Verkäufer als Video.

Wir produzieren ein Video, das deine Botschaft so überbringt wie dein bestes Verkaufsgespräch beim Erstkontakt. Es spricht deinen Wunschkunden direkt an, trifft seinen Schmerz, bringt dein Angebot auf den Punkt und zeigt, dass es funktioniert. Kein Werbespot, sondern ein Verkäufer, der überzeugt.

Und jetzt der entscheidende Unterschied zur Kaltakquise. Dein Team muss sich nicht mehr durch hunderte Absagen quälen, um die wenigen mit Bedarf zu finden. Es ist umgekehrt: Wer das Video sieht und gerade einen Bedarf hat, meldet sich von selbst. Als qualifizierte Anfrage, die direkt in deinem E-Mail-Postfach landet, inklusive aller Infos, die dein Team für den Termin braucht.

Du sortierst nicht mehr die Neins aus, du bekommst nur noch die Jas. Realistisch sind 10 bis 20 zusätzliche Anfragen pro Verkäufer und Monat, je nach Branche und Angebot. Bei Telepski Treuhand brachte genau dieser Aufbau 243 qualifizierte Anfragen in fünf Monaten, ohne einen einzigen Kaltanruf.

Deine Verkäufer müssen niemanden mehr jagen. Sie machen nur noch das, was sie am besten können: beraten und abschliessen.

Warum ein digitaler Aussendienstler und kein echter? Ein echter Aussendienstler kostet dich über CHF 100'000 im Jahr, schafft eine Handvoll Termine am Tag, wird krank, hat schlechte Tage und ist irgendwann wieder weg. Der digitale Aussendienstler spricht zur selben Zeit tausende an, füllt das Postfach deines ganzen Teams und kostet dich nur einen Bruchteil davon. Er gehört dir, und er hört nie auf.

Teil 2: Bezahlte Werbung als dein Aussendienst.

Dieses Video spielen wir rund um die Uhr gezielt an deine Traumkunden aus, nach Region, Branche, Position und Kaufkraft. Tag und Nacht klopft dein digitaler Aussendienstler bei tausenden der richtigen Leute an, während du und dein Team längst Feierabend habt.

SPATARO
M E D I A

Und warum Spataro Media und nicht eine andere Agentur?

Der Unterschied steckt nicht in der Kamera, die hat heute jeder. Er steckt in der Botschaft. Eine Botschaft, die wirklich verkauft statt nur gut auszusehen, kann nur jemand bauen, der selbst jahrelang verkauft hat.

Genau daran scheitern die meisten Agenturen: Sie kommen aus dem Branding und bauen hübsche Image-Videos, die Likes sammeln, aber keinen Termin bringen.

Ich habe selbst über 750'000 Follower aufgebaut, ich weiss also, wie man Aufmerksamkeit gewinnt. Und ich habe 15 Jahre verkauft, ich weiss, wie man aus dieser Aufmerksamkeit echte Anfragen macht.

Genau diese Kombination aus Sichtbarkeit und Verkaufswissen ist der Grund, warum es bei uns funktioniert. Die meisten Agenturen haben höchstens das eine. Diese Verkaufs-DNA steckt in jedem Video, das wir bauen.

Während die Grossen für Konzerne an Image und Reichweite arbeiten, haben wir uns auf die eine Disziplin spezialisiert, die für dich zählt: planbare Anfragen und Termine für Schweizer KMU.

Wenn es um digitale Neukundengewinnung geht, bin ich kein Veganer, der über Fleisch redet.

+ 150
betreute Schweizer
Unternehmen

+ 3'000
produzierte
Videos

+ 500 Mio.
Views

Google
★★★★★
TrustScore 4.7 • Bewertungen 49

Wir sind bekannt aus:

Forbes

SWISS
MARKETING

SWISS
INFLUENCE
smje

SWISS
COMEDY
AWARDS!

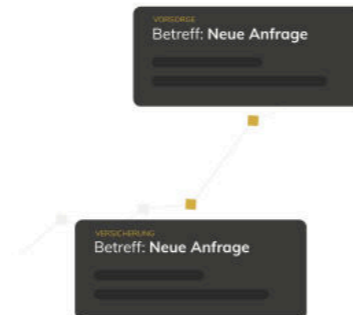
Wie sich dein Unternehmen anfühlt, wenn der Kalender voll ist

VORTEIL 1:

Stell dir einen ganz normalen Montagmorgen in drei Monaten vor.

Du öffnest dein Postfach, und da liegen schon die nächsten qualifizierten Anfragen, über Nacht reingekommen, von Menschen, die genau das suchen, was du anbietest. Du musst niemandem hinterherrennen.

Sie sind von selbst gekommen. Und zum ersten Mal seit langem beginnst du die Woche nicht mit der Frage „Woher kommen die Kunden?“, sondern mit der Frage „Welchen nehmen wir zuerst?“.

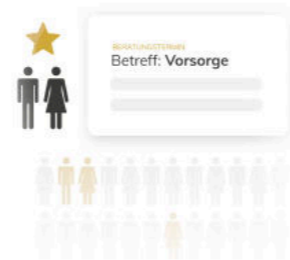


VORTEIL 2:

Deine Verkäufer blühen auf.

Sie öffnen morgens den Kalender und sehen einen vollen Tag mit echten Gesprächen, statt einer Liste mit Nummern, die sie abtelefonieren sollen. Und weil am Tisch nur noch Menschen mit echtem Bedarf sitzen, werden die Gespräche kürzer und enden öfter mit einem Abschluss, bei vielen Teams 7 bis 8 von 10.

Ihre Laune steigt, und deine besten Leute denken nicht mehr ans Gehen, sondern bleiben, weil sie bei dir volle Kalender haben statt leerer Versprechen.



VORTEIL 3:

Du suchst dir deine Kunden aus.

Weil mehr reinkommt, als dein Team annehmen muss, sagst du zum ersten Mal auch Nein. Nein zu den Preisdrückern, Nein zu den Kunden, die nur Energie kosten. Du arbeitest nur noch mit denen, mit denen die Zusammenarbeit Freude macht und sich rechnet.

Das verändert nicht nur deinen Umsatz, sondern auch deine Stimmung im ganzen Unternehmen.



VORTEIL 4:

Kein Umsatz geht mehr an den Mitbewerber.

Die kaufkräftigen Kunden in deinem Markt landen bei dir, nicht bei dem, der zufällig zuerst angerufen hat. Du bist jetzt der, der zuerst da ist.



VORTEIL 5:

Deine Bestandskunden kommen von selbst zurück.

Dein digitaler Aussendienstler hält dich nicht nur bei neuen Wunschkunden präsent, sondern auch bei den Kunden, die du schon hast. Sie sehen dich regelmässig, du bleibst im Kopf, und wenn neuer Bedarf entsteht, melden sie sich von selbst für das nächste Produkt.

So wächst nicht nur die Zahl deiner Kunden, sondern auch der Umsatz, den jeder einzelne bei dir macht.



Und du atmest zum ersten Mal seit Jahren durch.

Der Vertrieb läuft, ohne dass du antreiben musst. Du weisst am Monatsanfang schon, dass die Termine da sind. Du bist nicht mehr der Akquisiteur deiner eigenen Firma, sondern endlich wieder ihr Geschäftsführer. Diese Sicherheit nimmst du abends mit nach Hause, und sie ist mehr wert als jede einzelne Zahl auf dem Konto.

Übersetz das kurz auf dein eigenes Geschäft. Wenn schon eine Handvoll zusätzlicher Abschlüsse im Monat deine Zahlen spürbar verändert, was machen dann 10 bis 20 zusätzliche Anfragen pro Verkäufer mit deinem Jahresumsatz?

Das ist kein Wunschdenken. Auf den nächsten Seiten siehst du drei Unternehmen aus drei verschiedenen Branchen, bei denen wir genau das gebaut haben.



Telepski Treuhand GmbH (Henrik Telepski)

**+243 qualifizierte B2B-Anfragen
und CHF 958'000 Umsatz mit
Neukunden in 5 Monaten**

 TELEPSKI
TREUHAND

Die Ausgangslage.

Henrik Telepski führt eine Treuhand- und Finanzberatungsfirma mit 21 Mitarbeitern. Seine Berater sind fachlich top und schliessen ab, sobald ein Mandant vor ihnen sitzt. Das Problem lag davor. Neue B2B-Mandate kamen fast nur über Empfehlungen und das eigene Netzwerk, und das Team hatte Kapazität für deutlich mehr.

Die Zusammenarbeit.

Wir bauten Henrik seinen digitalen Aussendienstler. Wir entwickelten die Botschaft, die seine Expertise für Geschäftskunden auf den Punkt bringt, produzierten das Video und spielten es rund um die Uhr gezielt an Unternehmer und Entscheider in der Deutschschweiz aus.

Henrik musste nichts schreiben und nichts posten, er gab uns nur Feedback zu den einzelnen Schritten.

Das Ergebnis.

In nur 5 Monaten kamen 243 qualifizierte B2B-Anfragen ins Postfach, ohne dass ein Berater einen einzigen Kaltanruf machen musste.

In dieser Zeit erzielte Telepski CHF 958'000 Umsatz mit neuen Kunden.



Mission 13 GmbH (Simon Karrica)

**+CHF 240'000 Mehrumsatz in 90
Tagen, plus Warteliste und zwei
neue Verkäufer**



Die Ausgangslage.

Simon Karrica begleitet Paare und Familien auf dem Weg zum Eigenheim. Sein Unternehmen war in der Region kaum sichtbar, neue Kunden kamen fast ausschliesslich über Empfehlungen. Jeden Monat dasselbe Hoffen, dass genug nachkommt.

Die Zusammenarbeit.

Wir übernahmen die komplette Umsetzung, von der Video-Idee bis zur Ausspielung. Der entscheidende Schritt war die Botschaft. Statt „du brauchst mehr Eigenkapital“ drehte sein Video den Spiess um: „Dein Eigenheim scheitert nicht am Geld, sondern daran, dass dir niemand den Weg zeigt.“

Diese Botschaft spielten wir Woche für Woche an seine Wunschkunden aus.

Das Ergebnis.

CHF 240'000 Mehrumsatz in drei Monaten. Es kamen so viele qualifizierte Anfragen rein, dass Simon eine Warteliste einführen und zwei neue Verkäufer einstellen musste.

Das Werbebudget dafür lag im niedrigen fünfstelligen Bereich.





Ait Schweiz AG (Markus Giger)

+300 Anfragen und rund CHF 2 Mio. potenzielles Auftragsvolumen



Die Ausgangslage.

Markus Giger führt die Ait Schweiz AG, ein Gebäudetechnik-Unternehmen mit rund 200 Mitarbeitern. Gesucht war ein planbarer Zustrom an passenden Auftraggebern, unabhängig von Ausschreibungen und Zufall.

Die Zusammenarbeit.

Wir bauten Ait Schweiz einen digitalen Aussendienstler, der gezielt die richtigen Auftraggeber ansprach und sie zur Anfrage führte.

Die komplette Produktion und Auspielung lief über uns.

Das Ergebnis.

In 9 Monaten über 300 Anfragen und rund CHF 2 Mio. potenzielles Auftragsvolumen.

Das sind drei von über 150 Schweizer Unternehmen, die wir betreuen. Sieh dir die vollständigen Kundenergebnisse an, mit Zahlen, Namen und Branchen: www.spataromedia.ch/kundenergebnisse



Weitere Kundenergebnisse sind öffentlich einsehbar:
www.spataromedia.ch/kundenergebnisse

Jetzt kennst du die Methode. Und jetzt?

Du weisst jetzt, was ein digitaler Aussendienstler ist und warum er das Postfach deines Teams füllt. Bleibt die Frage, warum du ihn nicht einfach selbst baust. Schliesslich kann heute jeder ein Video drehen und Werbung schalten.

Genau hier scheitern die meisten. Denn ein digitaler Aussendienstler funktioniert nur, wenn drei Dinge perfekt zusammenspielen.

1. Die richtige Botschaft.

Was sagt das Video, damit sich dein Wunschkunde sofort erkennt und reagiert? Triffst du den falschen Winkel, meldet sich niemand. Die meisten reden über sich selbst, statt über das Problem des Kunden.

2. Das richtige Targeting.

Wer bekommt das Video zu sehen? Triffst du die falsche Zielgruppe, bezahlst du für Anfragen, die dein Team nie abschliesst.

3. Die richtige Produktion.

Warum glaubt man dem Verkäufer im Video? Was nach Werbung aussieht, wird weggeklickt. Was nach einem echten Menschen aussieht, erzeugt eine Anfrage.

Stimmt nur einer der drei Punkte nicht, bleibt das Postfach leer und das Budget ist weg. Deshalb selbst zu experimentieren, ist der teuerste Weg.

Wir bauen deinen digitalen Aussendienstler so, dass diese drei Punkte vom ersten Tag an sitzen, mit 15 Jahren Vertriebserfahrung in der Botschaft und über 3'000 produzierten Videos in der Umsetzung.

Du schreibst nichts, filmst nichts, postest nichts. Du gibst nur Feedback.

Der nächste Schritt ist einfach. Buch dir ein kostenloses Erstgespräch. Wir schauen uns gemeinsam deine Situation an und prüfen, ob und wie ein digitaler Aussendienstler dir helfen kann.

Dein nächster Schritt

Du hast jetzt gesehen, was möglich ist. Volle Kalender. Verkäufer, die beraten statt jagen. Anfragen, die von selbst kommen. Kein Umsatz mehr, der an den Mitbewerber geht.

Die Frage ist nur: Schaust du weiter zu, wie dein Team auf Termine wartet, oder lässt du ab nächstem Monat einen digitalen Aussendienstler für dich arbeiten?

So arbeiten wir zusammen.



Schritt 1: Anfrage.

Du buchst dein kostenloses Erstgespräch über unsere Website.



Schritt 2: Analyse.

Wir schauen uns deine Situation an und prüfen ehrlich, ob und wie ein digitaler Aussendienstler dir weiterhelfen kann.



Schritt 3: Erstgespräch.

Passt es, zeigen wir dir konkret, wie dein digitaler Aussendienstler aussehen würde und wie wir ihn für dich bauen.

Warum jetzt?

Jeder Monat, in dem du wartest, kostet dich zweifach. Den Umsatz, den dein Team nicht macht, und die Kunden, die in der Zwischenzeit beim Mitbewerber kaufen. Dieses Geld holst du nie wieder zurück. Wer jetzt startet, hat in vier bis acht Wochen den ersten vollen Kalender.

Du kannst dabei nur gewinnen. Wenn wir im Erstgespräch sehen, dass wir dir keine Resultate liefern können, sagen wir es dir ins Gesicht. Und du hast trotzdem eine kostenlose, ehrliche Analyse deiner Situation in der Hand. Wir arbeiten ausschliesslich mit Geschäftsführern etablierter Firmen ab rund 2 Mio. CHF Umsatz, die bereit sind, in planbares Wachstum zu investieren.



Buch dein kostenloses Erstgespräch auf
www.spataromedia.ch

Häufige Fragen

Muss ich selbst vor die Kamera?

Am besten ja. Wenn du als Geschäftsführer selbst vor die Kamera gehst, erzeugt das mit Abstand am meisten Vertrauen. Deine Wunschkunden sehen den Menschen hinter dem Unternehmen, und genau das macht den Unterschied zwischen einem Video, das man wegklickt, und einem, das eine Anfrage auslöst.

Du musst kein Profi sein und nichts auswendig lernen, unsere Regisseurin führt dich durch den gesamten Dreh. Und wenn du es gar nicht möchtest, findet sich auch eine Lösung mit einem Mitarbeiter als Gesicht.

Wie viel Zeit kostet mich das?

Rund vier bis sechs Stunden pro Monat. Wir übernehmen die komplette Umsetzung, von der Strategie über die Produktion bis zur Ausspielung. Du gibst uns die nötigen Informationen und dein Feedback, den Rest erledigen wir.

Was kostet das?

Das hängt von deiner Ausgangslage ab, die genauen Zahlen nennen wir dir im Erstgespräch. Was wir dir jetzt schon sagen können: Unsere Kunden investieren einen Bruchteil dessen, was ein zusätzlicher Verkäufer auf der Lohnliste kosten würde, und bekommen dafür mehr Termine, als dieser je generiert hätte. Wir sind kein Billiganbieter, und das ist Absicht.

Wie schnell sehe ich die ersten Anfragen?

Von der ersten Idee bis zur fertigen Kampagne dauert es in der Regel vier bis acht Wochen. Sobald sie live ist, geht es schnell. Wir haben Kunden, die ihre erste Anfrage innerhalb einer Stunde nach dem Start erhalten haben.

Funktioniert das auch in meiner Branche?

Wir haben den digitalen Aussendienstler bereits in 29 unterschiedlichen Branchen zum Laufen gebracht, von Treuhand über Gebäudetechnik bis Personalvermittlung. Ob und wie er auch in deiner Branche funktioniert, zeigen wir dir im kostenlosen Erstgespräch.

Was, wenn es bei mir nicht funktioniert?

Bevor wir starten, analysieren wir deine Situation. Sind wir nicht überzeugt, dass wir dir messbare Ergebnisse liefern können, sagen wir es dir und starten gar nicht erst.



Buch dir jetzt dein kostenloses Erstgespräch:
www.spataromedia.ch



**Wie du als Geschäftsführer pro Verkäufer
10 bis 20 zusätzliche qualifizierte Anfragen im Monat
generierst, mit einem Verkäufer, der rund um die Uhr
für dich arbeitet.**

Ohne zusätzliche Mitarbeiter. Ohne Kaltakquise. Ohne Ausfälle.

Ein Klick. Ein Gespräch. Ein digitaler Aussendienstler, der für dich arbeitet,
während du schläfst.



Buch dir jetzt dein kostenloses Erstgespräch:

www.spataromedia.ch