

VertriebsNavigator

Systematisches Lead Management

für den Direktvertrieb

Ohne Social MEDIA

by Claudia Patz

Entdecke mit dem VertriebsNavigator, wie du dein Vertriebsnetz schnell und effizient über bestehende Kontakte ausbaust. Ohne Kaltakquise, mit bewährten Umfragen und Empfehlungsschleifen. Jetzt ausprobieren!

Dein smarter Weg zur warmen Kundengewinnung

Müde von Social-Media-Lärm und nervigen Lead Gewinnung über Social Media.

Mit dem VertriebsNavigator gehst du einen Schritt weiter: Du nutzt genau das, was du bereits hast um in wenigen Minuten wertvolle Leads zu generieren. Kein endloses Scrollen, kein rechtliches Spießrutenlaufen – sondern ein erprobtes System.

Mit meiner Anleitung schaffst du auch als Beginner einen vollen Terminkalender

Also lege gleich los und nütze den Vertriebsnavigator um einen zeitsparenden und erfolgreichen Kundenstamm aufzubauen ohne einen einzigen Social Media Post.

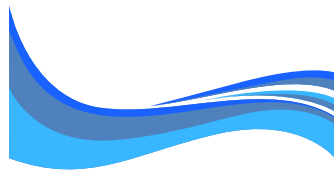
VIEL SPASS

Wie läuft es ab und für wen ist es geeignet

Der Vertriebs Navigator ist speziell für Menschen im Direktvertrieb entwickelt worden, die sich dafür begeistern, neue Kunden ohne die üblichen Network Marketing (oft veralteten) Methoden, oder Social Media Präsenz zu gewinnen.

Hier geht es um Kundengewinnung und **nicht um Partner Akquise**. Partner in einem Vertriebssystem zu werden, ist nicht das endgültige Ziel – viel wichtiger ist, Menschen für das Produkt zu begeistern, und das aus tiefster Überzeugung. **Deine Authentizität ist die halbe Miete für deinen Erfolg!**

Es ist nicht das erklärte Ziel des „Produktvertriebs“, dass Partner selbst monatlich Produkte beziehen. Wenn du eine Kooperation mit einem Unternehmenspartner eingehst, heißt das nicht automatisch, dass du dessen Produkt auch selbst beziehen musst. – Meine klare Antwort: nein. Alle Produktvertriebs-Partner, die allein darauf setzen, werden mit dem VertriebsNavigator keinen Erfolg haben. Unser System ist klar strukturiert und transparent.



Der VertriebsNavigator gibt einen eindeutigen Weg vor, der vor allem durch Struktur und Skalierbarkeit überzeugt. Ja, das funktioniert auch ganz ohne Social Media!

Es fühlt sich leicht an – und das ist es auch. Ein Kollege fragte mich neulich:

„Warum setzen alle bei der Kundengewinnung auf Info-Veranstaltungen, langatmige Videos oder „üblichen“ Network-Marketing-Methoden? Warum nutzen sie nicht einfach das, was sie ohnehin schon besitzen?“

Jeder von uns hat Kontakte – nicht nur Freunde und Familie, sondern auch den Nachbarn, den Kioskbesitzer oder die Kollegin im Büro. Niemand wird dir eine kurze Umfrage verweigern. Was bringt dir das? Du erhältst wertvolle Informationen und kannst nach circa 100 Umfragen eine aussagekräftige Statistik erstellen, um deine Zielgruppe präzise zu definieren. Außerdem erfährst du, wie deine Befragten zu bestimmten Themen stehen und wo ihre Bedürfnisse liegen.

Was folgt danach?

Am Ende jeder Umfrage bietest du als Dankeschön ein 30-minütiges Beratungsgespräch an und

buchst direkt einen Termin. Meine Erfahrung zeigt eine Erfolgsquote von 75 % bei der Terminvereinbarung.

In diesem Beratungsgespräch geht es vor allem darum, Vertrauen aufzubauen, sich kennenzulernen und das Produkt kurz und transparent vorzustellen. Ziel ist es, das Interesse des Kunden zu wecken – nicht nur am Produkt, sondern am „Lifestyle“, den es ermöglicht und aufwertet. Vereinbare gleich einen Folgetermin!

Bitte beachte bei Empfehlungen die Datenschutzvorgaben: Bitte deine Kunden, vorab bei potenziellen Kontakten nachzufragen, ob sie mit einer Weitergabe ihrer Telefonnummer oder E-Mail-Adresse einverstanden sind. Setze eine Frist (zum Beispiel fünf Tage) für die Übermittlung der Empfehlungen. Erinnert dein Kunde dich nicht rechtzeitig, frage höflich nach.

Soll ich die Umfrage selbst durchführen oder jemanden beauftragen?

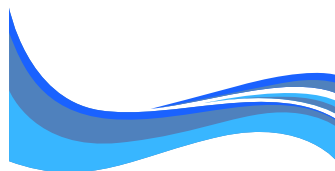
Beides ist möglich. Wenn du sie selbst durchführst, kannst du argumentieren, dass du dich in Bezug auf deine Zielgruppe neu definieren musst und die Umfrage dafür entscheidend ist.

Falls du die Umfrage von einer anderen Person durchführen lässt, wird es noch einfacher für dich: Der Befrager bleibt objektiv und führt alle Fragen in den vorgegebenen 10 Minuten durch. Das kann ein Freund, ein Kollege oder auch ein virtueller Assistent sein – Hauptsache, die Durchführung läuft reibungslos.

Sobald du Empfehlungen erhältst, solltest du sie umgehend terminieren. Planbarkeit ist hier das A und O: Bitte per SMS oder WhatsApp um einen Umfragetermin und biete direkt zwei Terminvorschläge an. Erwähne in der Nachricht, dass ihr einen „gemeinsamen Bekannten“ habt – so entsteht sofort der erste „warme Kontakt“.

Mit diesem System erreiche ich eine Terminquote von 75 % und generiere im Schnitt bei fünf Umfrage-Terminen pro Woche 15 oder mehr Empfehlungen.

Ich wünsche dir genau dieses „leichte Gefühl“ und einen dauerhaften Flow für dein Business!



Anleitung für warme Kundengewinnung

Vorbereitung & Tools

- Anleitung & Konzept: Einmal komplett lesen und Ablauf verinnerlichen.
- Umfragebogen (10 Minuten): 5–7 Fragen zur Sparte (digital oder PDF).
- Tool-Checkliste: WhatsApp/SMS-App, E-Mail-Client, Kalender, Formular-Builder.
- Vorformulierte Texte: WhatsApp-Einladung, Termin-Bestätigung, Telefonleitfaden, Einwand Skripte.

Step-by-Step Ablauf

A) Einladung zur Umfrage

1. Wähle deinen Kontakt (geschäftlich oder privat), passend zur Zielgruppe.
2. Sende persönliche WhatsApp/SMS-Nachricht:
3. **TEXT:** „Hey [Name], ich arbeite an einer kurzen Umfrage (max. 10 Min.) zum Thema [Produktbereich] und benötige bitte deine Hilfe, da du vom (Geschlecht, Alter) genau in die Umfragegruppe passt. Deine Meinung hilft mir sehr, da ich dann eine Statistik darüber erstelle. Die Umfrage dauert nur 10 Minuten und wir können das per Telefon machen. Wann hast du Zeit?“ (Zwei Termine zur Auswahl geben)
4. Terminabsprachen: Zwei Slots für ein kurzes Telefonat nennen, dann E-Mail-Bestätigung mit Kalender-Eintrag senden.

B) Umfrage & Beratungstermin

Umfrage durchführen:

Small-Talk, 5–15 Fragen wobei aber die Fragen mit Auswahlmöglichkeiten versehen sind, oder mit „JA“ oder „NEIN“ zu beantworten sind. Probe zuerst den Umfragebogen, damit du die Zeit nicht überschreitest. Zeit im Blick behalten.

Am Ende um Empfehlungen bitten:

- „Danke für deine Zeit! Ich benötige noch 2–3 Leute nennen, die in deinem Alter/Geschlecht kurz teilnehmen könnten, damit meine Umfrage einen aussagekräftigen Charakter hat.“
- Gib der Person 5–7 Tage Zeit, Namen & Kontaktdaten zu übermitteln.
- Erinnern: Datenschutzkonformität klären („Bitte klär kurz mit ihnen, ob sie mit der Umfrage einverstanden sind.“).

Beratungstermin anbieten (30 Min).

Als „DANKESCHÖN“ für die Zeit, die man sich für die Umfrage genommen hat. Biete zwei Terminvorschläge an. Bei Ablehnung Einwand Skript nutzen.

Nachbereitung & Follow-Up

- Kalender-Management: Alle Termine sofort eintragen, Reminder setzen (1 Tag, 1 Stunde vorher).
- Einwandbehandlung & Protokoll: Telefonkonzept + Skript nutzen, Hemmnisse und Erfolge dokumentieren.
- Einen Tag vor dem Beratungstermin-E-Mail senden mit Zoom Link und einen Text – benutze dafür die Vorlage

Warum dieser Weg schneller & zielführender ist

- Warm statt Kalt: Vertrauen durch bestehende Kontakte.
- Gezielte Ansprache: Persönliche Bitte um Hilfe, keine Blindschüsse.
- Rechtssicher & effizient: Keine Abmahnung-Risiken wie bei Kalt-Mails oder Social Media Massensendungen.
- Skalierbar: Einmal eingerichtet, höherer ROI als jede Social-Media-Kampagne.

Umfrage.....

Persönliche Daten

**Daten nur für den
INTERNEN Gebrauch**

NUMMER:

DATUM

Vor- und Nachname

PLZ und Ort

Telefonnummer

E-Mail-Adresse

Sie sind

☐ Weiblich

☐ Männlich

☐ Keine Angabe

In welche Altersgruppe sind sie zuzuordnen?

Sie können mehrere Optionen auswählen.

☐ 20-30

☐ 30-40

☐ 40-50

☐ 50-65

Sie sind...

Sie können mehrere Optionen auswählen.

☐ Angestellte/Arbeiter

☐ AZUBI/Student

☐ Selbstständig

☐ ohne Beschäftigung

Haben sie schon mal vongehört? (HINWEIS: Verwenden sie beim Teil dieser Fragen nicht ihr Produkt(Namen), sondern versuchen sie es zu umschreiben. BSP: Nicht Creme XY sondern Pflegeprodukt/e

☐ Ja

☐ Nein

Welche Art /Form/Produkt vertrauen Sie bis jetzt?

Sie können mehrere Optionen auswählen.

☐

☐

☐

☐

☐

☐ Andere

Wie lange verwenden/benutzen/besitzen sie schon.....PRODUKTNAME/DIENSTLEISTUNG.....?

Sie können mehrere Optionen auswählen.

☐ 1-5 Jahre

☐ 5-10 Jahre

☐ 10-15 Jahre

☐ Länger als 15 Jahre

Hat es schon Situationen gegeben, wo Sie mit ihrem Produkt/Dienstleistung/Coach..... NICHT zufrieden waren?

☐ Ja

☐ Nein

WENN JA- Konnten Sie diese unzufriedenen Situationen klären?

☐ Ja

☐ Nein

Wenn Ja- Wie konnten sie die Missverständnisse ausräumen?

Sie können mehrere Optionen auswählen.

☐ Persönliches Gespräch

☐ Telefonat

☐ Schriftlich

☐ Andere Form

Wie ist ihre Wahrnehmung in Bezug auf.....Dein Produkt, aber umschreiben (nicht den NAMEN IHRES PRODUKTS nennen.....?

Sie können mehrere Optionen auswählen.

☐

☐

☐

☐

Wie gut fühlen Sie sich mit Produkt/Dienstleistung/usw. informiert/beraten/betreut usw.?

☐ Sehr gut informiert

☐ Teilweise

☐ Neutral

☐ Eher nicht

☐ Überhaupt nicht

Stimmen Sie der folgenden Aussage zu:.....(„Hier kannst du eine individuelle Frage einfügen“?)

☐ Stimme voll zu

☐ Stimme zu

☐ Neutral

☐ Stimme nicht zu

☐ Stimme überhaupt nicht zu

Wie oft haben sie schon darüber nachgedacht alternativeaußerhalb von den ihnen bekannten in Anspruch zu nehmen?

☐ Nur wenn das Gespräch darauf kommt

☐ Schon mehrmals

☐ Selten

☐ Nie

Was ist Ihre Hauptinformationsquelle über Alternativen in Bezug aufBeratung/Dienstleistung/Produkt?

Sie können mehrere Antworten wählen.

☐ Nachrichten-Websites

☐ Soziale Medien

☐ Fernsehen

☐ Radio

☐ Freunde/Familie

Welche folgende Alternativen in Bezug auf (z.BSP. Pflegeprodukte).....weckt spontan ihr größtes Interesse? Bitte schnell antworten

☐

☐

☐

☐

☐

Welches der folgenden ALTERNATIVE weckt in Ihnen einen POSITIVEN Eindruck, Lifestyle etc. bzw. erfüllt sie mit Sicherheit?

☐

☐

☐

☐

☐

Haben Sie jemals an Veranstaltungen oder Aktivitäten im Zusammenhang mitALTERNATIVEN..... teilgenommen?

☐ ja

☐ Nein

Wenn NEIN - was hat sie davon abgehalten?

☐ Zu unseriös

☐ Undurchsichtig

☐ Nicht verständlich

☐ Kein Interesse

☐ Keine persönlicher Ansprechpartner

Wie würden Sie das aktuelle öffentliche Interesse überIHRE ALTERNATIVE bzw. UMSCHREIBUNG einschätzen?

☐ Sehr hoch

☐ Hoch

☐ Neutral

☐ Niedrig

☐ Sehr niedrig

Was wäre Ihr Hauptvorschlag, um die Situation bezüglichALTERNATIVEN.....im Image zu verbessern?

Persönliche Informationen
Werbematerial
Telefon Beratung
Mails

Wenn Sie die Möglichkeit bekommen überALTERNATIVEN.....mehr Informationen zu erhalten, welches Information Setting wäre Ihnen lieber?

☐ Persönliches Gespräch

☐ Infoveranstaltung

Sie bekommen, als Dankeschön für Ihre Zeit, bei dieser Umfrage mitzumachen, ein 30 Minuten Gespräch mit einem Berater/in geschenkt.

Termin amum..... Zoom Link wird Kunde/in zugesendet

Empfehlungsliste wird am zugesendet

Darf man Sie über Kostenfreie Informationsveranstaltungen informieren?

NUR WENN KEIN PERSÖNLICHER TERMIN GEWÜNSCHT WIRD

☐ Ja

☐ Nein

Empfehlungen für Umfragen

Name	Telefonnummer	Mailadresse

Es geht um die Erfassung von Meinungen in den unterschiedlichen Altersklassen zum Thema Daten werden nicht an Dritte weitergegeben

Einwandbehandlungs-Skript für Beratungsgespräche



1. Einwand: „Ich muss erst mit meinem Partner sprechen.“

Du: „Absolut. Welche Punkte sind für euch am wichtigsten?“

Danach einen Folgetermin vereinbaren und Kalendereinladung senden.

2. Einwand: „Das ist mir zu teuer.“

Du: „Verstehe. Blicken wir gemeinsam auf den Nutzen und ROI.“

Nutzen auflisten: Zeitersparnis und erhöhte Abschlussquote.

Frage: „Welche Zahl wäre für dich akzeptabel?“

3. Einwand: „Ich habe gerade keine Zeit.“

Du: „Zeit ist kostbar. Kurzsession (15 Min) oder wöchentlich ein Modul?“

Frage nach bevorzugter Option. (2 Vorschläge)

4. Einwand: „Ich mache das schon so seit Jahren selbst.“

Du: „Toll, etablierte Routine! Was weckt derzeit dein größtes Interesse?“

Konkreten Benefit aus dem Skript vorstellen und Testlauf vorschlagen.

5. Einwand: „Ich möchte keine langfristige Bindung.“

Du: „Unsere Pakete/Produkte sind flexibel ohne Mindestlaufzeit. Das passt sicher für Dich, oder?“

6. Einwand: „Ich bin nicht technisch (oder anderes Thema) versiert.“

Du: „Kein Problem: Onboarding mit Schritt-für-Schritt-Anleitungen und Support.“

7. Einwand: „Ich habe schlechte Erfahrungen gemacht.“

Du: „Danke, dass du mir das sagst. Was war damals das Problem?“

30-Tage-Zufriedenheitsgarantie anbieten.

8. Einwand: „Ich möchte erst sehen, ob es funktioniert.“

Du: „Pilotprojekt: 14 Tage Test, bei keinem Fortschritt nur Basispreis zahlen.“

9. Einwand: „Passt das Konzept für meine Branche?“

Du: Case Study vorstellen und individuelle Anpassung anbieten.

10. Einwand: „Ich muss die Zahlen prüfen.“

Du: Das ist ein wichtiger Punkt. Gut das du das ansprichst. „Ich schicke dir Kosten- und Ertragsübersicht. Wann passt ein Call?“ (2 Terminvorschläge)

JANUARY

/ 2025

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1

FEBRUARY

/ 2025

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	1

NOTIZEN:

MARCH

/ 2025

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
23	24	25	26	27	28	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5

APRIL

/ 2025

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
30	31	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	1	2	3

Notizen:

M A Y							/ 2 0 2 5
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	
27	28	29	30	1	2	3	
4	5	6	7	8	9	10	
11	12	13	14	15	16	17	
18	19	20	21	22	23	24	
25	26	27	28	29	30	31	

J U N E							/ 2 0 2 5
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	
1	2	3	4	5	6	7	
8	9	10	11	12	13	14	
15	16	17	18	19	20	21	
22	23	24	25	26	27	28	
29	30	1	2	3	4	5	

Notizen:

JULY							/ 2025	
WEDNESDAY								
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY			
29	30	1	2	3	4	5		
6	7	8	9	10	11	12		
13	14	15	16	17	18	19		
20	21	22	23	24	25	26		
27	28	29	30	31	1	2		

AUGUST							/ 2025	
WEDNESDAY								
SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY			
27	28	29	30	31	1	2		
3	4	5	6	7	8	9		
10	11	12	13	14	15	16		
17	18	19	20	21	22	23		
24	25	26	27	28	29	30		
31	1	2	3	4	5	6		

Notizen:

SEPTEMBER

/ 2025

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	1	2	3	4

OCTOBER

/ 2025

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
28	29	30	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1

Notizen:

NOVEMBER

/ 2025

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	1	2	3	4	5	6

DECEMBER

/ 2025

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
30	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3

Notizen:

Telefontermine

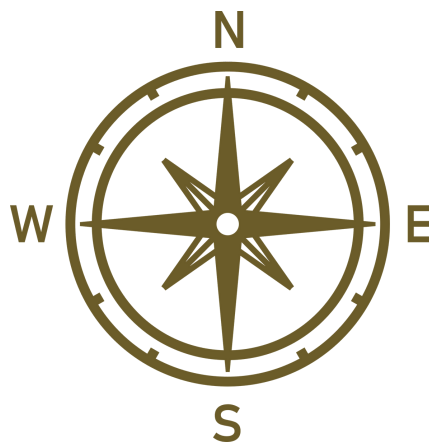
TOOLS für den Vertriebs

NAVIGATOR

Für den Vertriebs Navigator benötigst du nur ein Minimum an Tools, die dich dabei unterstützen deinen Termin Kalender voll zu bekommen.

- **Trello** → ein Planungstool. Es ist kostenfrei, und du kannst wunderbar deine Telefontermine, deine Umfragebögen und auch deine Beratungsgespräche wie in einer Kartei ablegen. Du kannst Notizen oder Gedächtnisprotokolle hinzufügen, und auch deine Kalendervorlagen hinterlegen. Hier behältst du auf jeden Fall die Übersicht.
- **Calendly** → Kalender: Ebenfalls kostenfrei. Falls nach der Umfrage dein Gesprächspartner noch nicht sicher ist wegen einem Termin → kann er sich hier offene Termine gleich buchen.
- **Google DOCS** → hier kannst du auch das Empfehlungsschreiben hinterlegen und der Telefon Befragte kann seine Empfehlungen hier direkt einfügen. Ist ebenfalls kostenfrei.
- **Google Kalender** → Du kannst auch deinen Kalender mit jemanden anderen (z.Bsp. wenn du die Umfragen nicht selbst machen möchtest) teilen und dir deine Beratungstermine eintragen lassen.

Das war es auch schon mit den Tools die du benötigst. Das was wichtig ist, dass du einen klaren Fahrplan für dein Ziel hast. Das bekommst du geliefert mit dem Vertriebs Navigator.



Einige Worte zum Schluss...

Ich bin fest davon überzeugt, dass der **VertriebsNavigator** für alle, die im Direktvertrieb erfolgreich sein möchten, ohne auf klassische Network-Marketing-Methoden oder ständige Social-Media-Präsenz zurückgreifen zu müssen, eine echte Revolution darstellt. Mit diesem System arbeitest du ausschließlich mit deinen warmen Kontakten, sammelst wertvolle Insights über kurze Umfragen und baust dein Netzwerk Schritt für Schritt organisch und nachhaltig auf.

Solltest du dennoch individuelle Unterstützung wünschen oder Fragen zur Umsetzung haben, dann sichere dir jetzt unkompliziert einen kostenlosen 30-Minuten-Termin mit mir.

[Direkt zum Vertriebs Navigator](#)

Viel Erfolg beim Umsetzen und auf dein Netzwerk!

Alles Liebe

Deine Claudia

Dein motivierendes Zitat

"Innovation unterscheidet einen Anführer von einem Mitläufer."

Steve Jobs

NOTIZEN

Impressum:
Patz Claudia
Stromstrasse 47-49
1200 Wien

Copyright Idee, Gestaltung und Text : Patz Claudia
Unerlaubtes Kopieren und Veröffentlichen ist rechtlich verboten