heartbeat

No Churn Agency *Playbook 1.0*



Welcher **Typ** bist du?

Drei Arten von Agenturinhabern. Welcher bist du?

Typ
01

Der Chaos-Skalierer

Chaos statt System

300k € Monatsumsatz. 15 Mitarbeiter. Trotzdem fühlst du dich wie ein Hamster im Laufrad. Mit jedem neuen Kunden wird alles komplizierter. Mehr Team heißt mehr Probleme. Dein Kalender ist voll mit Notfall-Meetings. Dein Profit? Frisst das Büro auf.

Typ
02

Der Einmann-Flaschenhals

Sich selbst als System

Gute Umsätze, aber alles hängt an dir. Jede Entscheidung. Jeder Kundenkontakt. Urlaub? „Ich check nur kurz die Mails." Du hast ein gut laufendes Geschäft gebaut, das ohne dich zusammenbricht.

Typ
03

Der System-Nerd

Systeme ohne Seele

Asana, ClickUp, Monday: du hast sie alle. 47 SOPs. Perfekte Prozesse. Aber deine Kunden kaufen einmal und sind weg. Keine Empfehlungen. Keine Upsells. Bestandskunden-Umsatz? Fast null.

Alle haben dasselbe **Problem**

Der Kunde bleibt nicht. Der eine hat Chaos statt System, der andere hat sich selbst als System, der dritte hat Systeme ohne Seele.

Was fehlt? Ein System, bei dem Kunden bleiben.

Das ändert sich heute!

Das bekommst **du**

Was dich in diesem Playbook erwartet

Vergiss theoretische Konzepte. Hier bekommst du die exakten Systeme, mit denen wir und unsere 1000+ Kunden täglich arbeiten.

Drei **Systeme**

System 01

AI Fulfillment Systeme

Erst das Fundament, dann Automation und AI on top

System 02

Backend Selling Systeme

Upsell, Verlängerung, Empfehlung, Reaktivierung

System 03

No-Churn-Agents Blueprint

Wie du die Menschen findest, einstellst und führst, die Kunden halten und Umsatz im Bestand machen

Was dich **konkret** erwartet

- **Copy-Paste-Skripte** für Upsell, Empfehlung und Reaktivierung
- Das **48-Stunden-Onboarding**
- Das **15-Minuten-Daily-System** für volle Transparenz ohne Aufwand
- **Vorlagen** für Tagesabschluss und Wochenabschluss
- **In Depth Fahrplan** für dein No-Churn-Agent-Team

Nur Systeme, die funktionieren.

Passt das zu **dir**?

Für wen dieses Playbook ein Game-Changer ist

Richtig **hier**

10k €+ Monatsumsatz

Du bist hier richtig, wenn du:

- eine **Agentur** führst
- **10k €+ Monatsumsatz** machst (sonst fix erst dein Neukunden-Problem)
- **wachsen willst, ohne auszubrennen**
- **System statt Chaos** willst

Eher **nicht**

< 10k € Monatsumsatz

Du verschwendest Zeit, wenn:

- du unter **10k € Umsatz** machst
- du gerne **60h für wenig Geld** arbeitest
- du glaubst: **„Mehr Kunden lösen alles“**

Unter **10k €** Umsatz?

Hol dir dann zuerst unsere **Neukundengewinnungs-Systeme**:

- → Die LinkedIn-Bibel
- → Paid-Ads-Revolution
- → No-Risk-Sales-Team-Playbook

Kostenlos: Klick auf eine Karte, das PDF öffnet sich direkt

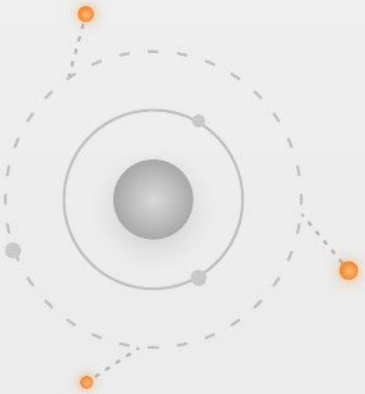
Der **Unterschied**

Werde zur No-Churn-Agency

Es gibt Player am Markt, die kommen und gehen wieder schnell. Sie machen viel Umsatz, bekommen ihn aber nicht gehalten oder skaliert.

Der **Grund**

Sie haben keine No-Churn-Hebel integriert. Bevor du richtig auf die Tube drückst, musst du ein **No-Churn-System** aufsetzen.



Die Churn-Agency

- ✕ Kunden kommen, Kunden gehen
- ✕ Kunden verlängern nicht automatisch
- ✕ Jeder Monat beginnt bei null



Die No-Churn-Agency

- ✓ Kunden verlängern immer wieder, und zwar **happy**
- ✓ Der durchschnittliche **Kundenwert steigt** immer weiter
- ✓ **Upsells** sind immer wieder möglich
- ✓ Neue Kunden sind **Wachstum**, nicht Überlebensstrategie

Warum wir das **wissen**

Wir haben uns **4 Jahre** damit beschäftigt, wie wir es schaffen, dass Kunden uns nicht verlassen. Das Ergebnis sind die drei Systeme in diesem Playbook.

Das **Problem**

Das Problem: Churn frisst Profit



Station **01** Neue Kunden gewinnen

Station **02** Fulfillment-Chaos

Station **03** Unzufriedene Kunden

Station **04** Kunden gehen, und es beginnt von vorn

Die meisten Agenturen gewinnen Kunden schneller, als sie sie glücklich halten können. Und das Verrückte: Die meisten wissen es sogar. Aber statt das Kernproblem zu lösen, stecken sie mehr Geld in Marketing. Das ist, als würdest du *Wasser in einen löchrigen Eimer* gießen.

Das Ergebnis **kennst du**

- × Kunden kommen, Kunden gehen
- × Mehr Arbeit, weniger Profit
- × Schlechter Ruf, schwierigere Akquise
- × Burnout, schlechtere Ergebnisse

Es gibt einen systematischen Ausweg.

> *Marketing kann man kopieren. Sales kann man nachahmen. Produkte kann man nachbauen. Aber systematische Kundenzufriedenheit? Das ist dein nachhaltiger Wettbewerbsvorteil.*

Ehrlicher **Check**

Was dich wirklich beschäftigt

Welche Punkte davon **kennst du?** Kreuz an.

- [ ] Du hast Angst, Kunden nicht gut genug zu fulfillen
- [ ] Deine Prozesse sind ineffizient
- [ ] Bei dir läuft viel manuell
- [ ] Du hast Angst, Kunden zu verlieren
- [ ] Kunden schreiben über verschiedene Kanäle
- [ ] Das Fulfillment hängt stark an dir
- [ ] Du glaubst, dafür braucht es ein komplexes System

Was du wahrscheinlich noch **nicht auf dem Schirm** hast

- ! Du hast **keine Backend-Offer** oder kein gutes
- ! Dein **Fulfillment** ist nicht gut genug

Warum das dein Kernproblem ist

Ohne Backend-Offer und starkes Fulfillment hängst du von der Neukundengewinnung ab, um zu überleben. Aus Neukunden werden wegen schwacher Prozesse unhappy Kunden. Die Folge: schlechte Bewertungen und wenige starke Case Studies fürs Marketing. Der durchschnittliche Kundenwert bleibt gering, und es gibt wenig Spielraum im Marketingbudget, um Neukunden zum Beispiel über Paid Ads zu kaufen.

Mit starker **Backend-Offer** und starkem **Fulfillment-System** passiert das Gegenteil

01
Der durchschnittliche Kundenwert steigt

02
Es entstehen starke Case Studies fürs Marketing

03
Sie erzeugen einen Sog-Effekt und ziehen noch mehr starke Case Studies an

04
Du ziehst Wunschkunden an, die zu Wunschpreisen abschließen, verlängern und Upsells kaufen

Komplexität ist der Tod der Skalierung. Du brauchst ein simples System, das dein Problem löst, schnell und bewährt.

Fulfillment-Probleme **1 von 2**

Die Fulfillment-Probleme

Problem
01

Leben von Empfehlungen

Du lebst von Empfehlungen und Bestandskunden. Klingt erstmal gut. Aber du hast keine Kontrolle. Dieser Monat 50k €, nächster Monat 15k €. Du spielst jeden Monat Russisch Roulette mit deinem Cashflow.



Das Problem: **Zero Planbarkeit.**

Problem
02

Sales hängt am Geschäftsführer

Jeder Sales-Call läuft über deinen Tisch. Du bist der Flaschenhals. Urlaub? Vergiss es. Krankheit? Katastrophe. Gute Vertriebler kosten 80k €+, und nach 6 Monaten sind sie wieder weg. Warum? Sie verkaufen, aber die Kunden springen ab wegen schlechtem Fulfillment.

Die harte **Wahrheit**

Ohne systematisches Fulfillment verkaufen auch die besten Closer nur einmal an jeden Kunden. Einmal. Danach ist der Kunde weg und dein Closer frustriert.

Die Fulfillment-Probleme

Problem
03

Mehr Kunden = mehr Chaos

Mit jedem neuen Kunden wird alles komplizierter. Dein „Produkt“ ist eigentlich kein Produkt, sondern individueller Service. Jeder Kunde will etwas anderes, jeder hat Sonderwünsche. Das Team ist überfordert, die Qualität sinkt, und am Ende hast du mehr Arbeit, aber nicht mehr Profit.

Problem
04

Wenig Profit trotz Umsatz

Du machst Umsatz, vielleicht sogar guten. Aber wo bleibt der Profit?

Jetzt **kommt's**



Ein einziger unzufriedener Kunde vernichtet den Profit von 5 neuen. Schlechte Bewertungen, negative Mundpropaganda, keine Empfehlungen. Der Schaden ist massiv und meist irreparabel.

→ Die Rechnung dazu siehst du auf **Seite 11**.

Schon **alles versucht?**

Warum alle Standard-Lösungen scheitern

Du hast wahrscheinlich schon alles versucht. Lass mich raten:

× „Mehr Marketing“	→	bringt noch mehr unpassende Kunden
× „Bessere Akquise“	→	löst nicht das Retention-Problem
× „Mehr Mitarbeiter“	→	ohne System nur mehr Chaos
× „Höhere Preise“	→	benötigt außergewöhnliche Qualität
× „Neue Tools“	→	das 47. Projektmanagement-Tool ändert nichts



Die eigentliche **Ursache**

Das eigentliche Problem ist dein Fulfillment.

Die Rechnung, die keiner gerne **macht**

Der Customer Lifetime Value

Ohne Upsell	
Neukundenkosten	2.000 €
Ø Kundenwert	3.500 €
Profit pro Kunde	1.500 €

Mit Upsell	+30–50 %
Neukundenkosten	2.000 €
Ø Kundenwert	4.550 bis 5.250 €
Profit pro Kunde	2.550 bis 3.250 €

Beispielrechnung

Ein durchschnittlicher Upsell erhöht den Kundenwert um **30–50 %**. Der Kunde kostet dich in der Akquise dasselbe, bringt aber deutlich mehr ein.

Dazu **kommt**

- Jede nicht geholte Empfehlung bedeutet **2.000–5.000 € Akquisekosten**, die du nicht gespart hast
- Der Kundenwert pro Verlängerung liegt je nach Angebot bei **5.000–15.000 €**
- Ein unzufriedener Kunde vernichtet den **Profit von 5 neuen**

Customer Lifetime Value (**CLV**)

Der Wert, den ein Kunde dir über die gesamte Zusammenarbeit bringt. Jeder verlorene Kunde ist verlorener CLV. Kunden, die wegen schlechter Betreuung gehen, kommen selten zurück.

Die Systeme erhöhen den CLV auf **drei Wegen**

01 | **Upsells**
Du verdienst **pro Kunde mehr**

02 | **Verlängerungen**
Du verdienst **länger an einem Kunden**

03 | **Empfehlungen**
Du bekommst **neue Kunden**

Die No-Churn-**Frage** | Mit jeder Verlängerung stackt sich der Wert weiter

Was wäre, wenn derselbe Kunde, den du für 2.000 € gewinnst, verlängert, upgradet und weiterempfiehlt?

Wer wir **sind**

Die Heartbeat-Story



Der ehrliche Anfang | **Januar 2021**

Sabrina und Stefan Graf standen da, wo viele von euch heute stehen: mit einer Vision, aber ohne System. **50.000 € Startkapital** investiert. Das Ziel? Das beste B2B-Fulfillment im DACH-Markt aufzubauen.

Fast forward **zu heute**

1 Mio. €
monatliches Auftragsvolumen, in 4 Jahren von 0 auf konstant

60+
Teammitglieder

1.000+
Kunden erfolgreich begleitet

9,6
durchschnittlicher Kundenzufriedenheitsscore

6
Portfolio-Firmen mit 100+ Teammitgliedern

3 Mio. €+
Monatsumsatz im Portfolio

Die **Wahrheit**

Das war kein Zufall und keine Overnight-Success-Story. Wir haben **Systeme integriert, die unser Fulfillment nie überladen.**

Das eigentliche **Geheimnis**

Zwei Prinzipien, die alles verändern

1 Systeme bauen, die ohne dich funktionieren

Weißt du, was der größte Fehler ist, den wir am Anfang gemacht haben? Wir dachten, wir sind das Produkt.

Falsch. *Das System ist das Produkt.*

Diese Erkenntnis hat alles verändert. Statt jeden Tag Feuer zu löschen, haben wir Systeme gebaut. Systeme für Onboarding. Systeme für Kommunikation. Systeme für Qualität. Heute arbeiten diese exakten Frameworks bei unseren 1.000+ Kunden. Sie durchbrechen dieselben Wachstumshürden, vor denen sie jahrelang standen.

Du kennst das vielleicht: **„Ohne mich läuft hier nichts."** Sounds familiar?

2 A-Player anziehen statt B-Player trainieren

Hand aufs Herz: Wie viel Zeit verschwendest du damit, mittelmäßige Leute zu großartigen zu machen? Wir haben einen radikalen Weg gewählt:

Nur die Besten. *Punkt.*

Unser Team besteht ausschließlich aus Leuten, die woanders schon Champions waren:

- **Meta-Ads-Veteranen**, die Creator und Finest Audience von 0 auf 8-stellig skaliert haben
- **Sales-Maschinen**, die bereits 8-stellige Deals abgeschlossen haben
- Die **LinkedIn Ads-Experten** im deutschsprachigen Raum (ja, wirklich)
- **Elite Sales-Coaches**, trained by Europas Top-Trainern
- **Creative-Legends**, die Deutschlands größte Kampagnen zum Leben erweckt haben

Mal ehrlich: Würdest DU in einem Unternehmen arbeiten, wo täglich Chaos ausbricht?

100k oder **1M**?

Churn-Agency vs. No-Churn-Agency

Die Churn-Agency
100k

- ✕ Hofft auf Empfehlungen („Wenn wir gut sind, kommen sie schon“)
- ✕ Reagiert auf Probleme („Oh shit, Kunde ist sauer“)
- ✕ Sieht Fulfillment als Kostenstelle
- ✕ Der Founder macht alles („Ohne mich läuft nichts“)
- ✕ Burnout ist vorprogrammiert („Nur noch dieses Quartal ...“)

Die No-Churn-Agency
1M

- ✓ **Systematisiert** Empfehlungen
- ✓ Betreibt **proaktive Kundenpflege** (ein 9,6er-Score kommt nicht von allein)
- ✓ Sieht Fulfillment als **Profit-Center**
- ✓ Hat ein System, das **ohne den Founder** läuft
- ✓ **Skaliert** ohne Chaos

Die simple **Wahrheit**

Es sind nicht nur Tools oder Prozesse. Es ist eine Kultur.

Dein **Fahrplan**

Die drei No-Churn-Systeme im Überblick

System 1

AI Fulfillment Systeme

Erst das Fundament: Onboarding, Kommunikation, Dokumentation, Projektmanagement, Team, Messung. Dann mit Automations und AI optimieren.

Onboarding | Kommunikation | Projektmanagement | AI

System 2

Backend Selling Systeme

Upsell, Verlängerung, Empfehlung und Reaktivierung. Hier entsteht der Umsatz im Bestand.

Upsell | Verlängerung | Empfehlung | Reaktivierung

System 3

No-Churn-Agents Blueprint

Wie du No-Churn-Agents einstellst, mit Sales-Verantwortung, die Kunden zu Ergebnissen führen und Umsatz im Bestand machen. Du lernst, wie du sie findest, einstellst, vergütest, trainierst und führst.

Finden | Einstellen | Vergüten | Führen

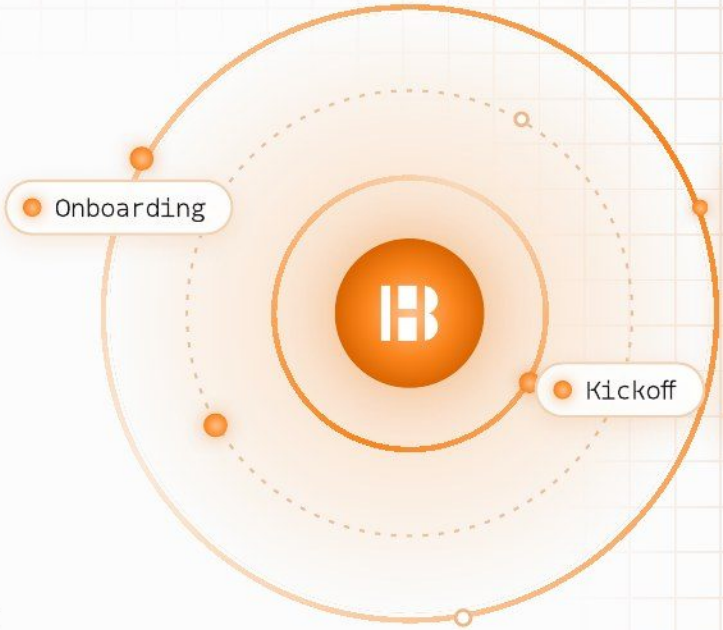
Zusammen ergeben sie die No-Churn-Agency. Kunden bleiben, weil sie Ergebnisse sehen. Sie kaufen mehr, weil das passende Angebot da ist. Und dein Team schafft das, ohne dass alles an dir hängt.

Die Reihenfolge ist **Absicht**

01 Erst das Fundament → 02 Dann der Verkauf im Bestand → 03 Dann das Team

System **1** von 3

01



System **1** | Das Fundament, dann Automation und AI

AI Fulfillment Systeme

Das System ist das Produkt. Erst sechs Bausteine, die ohne dich funktionieren. Dann nimmt Automation die Handarbeit raus, und AI macht aus jedem Call Wissen für dein Team.

48-Stunden-Onboarding | Ein Kunde = ein Kanal | Loom-Methode | Fulfillment-Struktur | Zufriedenheit messen | Automation | AI

In diesem **Teil**

Start	Das skalierbare Fundament	17
Fundament **1**	Onboarding in 48 Stunden	18
Fundament **2**	Ein Kunde = ein Kanal	20
Fundament **3**	Wissen festhalten, Pre-Boarding, Freelancer-Pool	22
Fundament **4**	Projektmanagement ohne Drama	24
Fundament **5**	Die Fulfillment-Struktur	26
Fundament **6**	Zufriedenheit messen und Management-System	27
Noch besser	Mit Automationen	29
Noch besser	Mit AI: Aus Calls wird Wissen	30
System	Automation und AI: ein System	32

Das skalierbare Fundament

Das System ist das Produkt.

Bevor du Automationen und AI in deinem Fulfillment nutzt, brauchst du ein **starkes Fundament**.

Das Fundament hat **sechs Bausteine**

Fundament 01
Onboarding
Der perfekte Start

Fundament 02
Kommunikation
Ein Kunde, ein Kanal

Fundament 03
Team
Wissen festhalten, Freelancer-Pool

Fundament 04
Projektmanagement
Ohne Drama

Fundament 05
Struktur
Spezialisten und No-Churn-Agents

Fundament 06
Messung
Zufriedenheit und Management-System

Erst **danach**

Automation — **Alles automatisieren**, was du zweimal manuell machst

AI — Aus **Call-Transkripten** wird die Basis für das Fulfillment

01 Fundament → 02 Automation → 03 AI

Onboarding in 48 Stunden

Wie Onboarding bei den meisten läuft (und Kunden **frustriert**)

- ✕ Termin vereinbart, mühsam Infos erfragen, Zugänge nachfragen
- ✕ Zieht sich über Wochen, mehrere Termine nötig
- ✕ Keine klare Dokumentation, jeder macht es anders
- ✕ Kunden schreiben über WhatsApp, Mail, LinkedIn: totales Chaos
- ✕ Nach 2 Wochen: Kunde ungeduldig, Team verwirrt

Das Ergebnis: Der erste Eindruck ist ruiniert. Und den reparierst du nie wieder.

2 bis 4 Wochen
bei den meisten
→ 48 Stunden
unser System

Unser System: von 2 bis 4 Wochen auf 48 Stunden. Vier Bausteine, die ab Sekunde 1 greifen.

01 Automatisierung ab Sekunde 1

Kunde unterschreibt → CRM loggt „Deal gewonnen“ → After-Sales-Mail geht raus

Innerhalb von **5 Minuten**

Die perfekte **After-Sales-Mail**

Betreff	Willkommen bei [Firma] / Deine nächsten Schritte
Body	Gratulation zur Entscheidung (Kaufbestätigung), klare nächste Schritte (1., 2., 3.), Link zum Onboarding-Fragebogen, Termin-Link für den Kickoff (bereits im Closing vereinbart)

Onboarding in 48 Stunden

02 Der Onboarding-Fragebogen (spart 80 % der Zeit)

Der Kunde füllt ihn vor dem Call aus. Abgefragt werden: Unternehmens-Basics (Zielgruppe, USP, Wettbewerber), bisherige Marketing-Aktivitäten, Zugänge und Logins, Erwartungen und Ziele.

Tools Typeform | Google Forms (kostenlos) | Notion Forms

Tipp: Multiple Choice wo möglich, offene Fragen nur wo nötig.

03 Das Onboarding-Video (optional, aber genial)

15 Minuten, automatisch verschickt: Gratulation und Kaufentscheidung verstärken, Ablauf der Zusammenarbeit, Kommunikationsregeln, Erwartungshaltung, Success Stories ähnlicher Kunden.

„Aber mein Kunde schaut sich keine Videos an."
So framst du es: „Das Video spart uns 45 Minuten im Kickoff-Call. Dann können wir direkt mit der Strategie starten statt mit Admin-Kram."

90 %
schauen es

04 Der perfekte Onboarding-Call (30 Minuten statt 2 Stunden)

5 Min	1. Ziel-Verankerung *„Du willst X erreichen, richtig? Perfekt, hier ist der Weg."*
5 Min	2. Empfehlungs-Frame *„Wenn wir gemeinsam erfolgreich sind, wen könntest du dir vorstellen uns zu empfehlen?"*
10 Min	3. Quick Wins definieren *„In 30 Tagen hast du erste Ergebnisse bei Y."*
10 Min	4. Kommunikationsregeln *„Alles läuft über Slack-Channel #deine-firma, ich zeig dir wie."*

Ein Kunde = ein Kanal

Das **Chaos-Szenario** | Dienstagmorgen

- 3 × WhatsApp von Kunde A
- 2 Mails von Kunde B („DRINGEND!“)
- Verpasster Anruf von Kunde C
- LinkedIn-Nachricht von Kunde D

Dein Kollege hat gestern auf die WhatsApp geantwortet, weiß aber nichts von der Mail. **Resultat:** Doppelte Arbeit, verwirrte Kunden, genervtes Team.

Die 1-Kanal-Strategie: EIN Kunde = EIN Kanal. Keine Ausnahmen.

Option A: Slack

Unsere Empfehlung

wenn du es intern nutzt

- Ein Channel pro Kunde: **#kunde-firmenname**
- Alle Beteiligten drin (Kunde und dein Team)
- Automatisierungen möglich
- Historie bleibt erhalten und ist durchsuchbar

So setzt du es **auf**

01 Channel erstellen

02 Kunde einladen und Willkommensnachricht schicken

03 Channel-Beschreibung mit Regeln

04 Automatisierungen einrichten (Status-Updates, Reminder)

Option B: WhatsApp Business

für alle, die sagen: „Meine Kunden wollen WhatsApp.“

- **Broadcast-Listen** für Updates
- **Labels** für Kunden-Kategorien (VIP, Standard, Problem)
- **Quick Replies** für FAQ
- **Business-Profil** mit Öffnungszeiten

Der **Trick**

Professionell machen: WhatsApp Business statt privater Nummer, klare Zeiten, automatische Antworten außerhalb der Zeiten.

Die goldene Regel durchsetzen

× **Hier scheitern die meisten.** Sie sagen „Bitte nur Slack“, antworten dann aber doch auf die Mail. **FEHLER!**

So setzt du es **durch**

01 Im Onboarding-Video erklären

> *Wir arbeiten ausschließlich über Slack, weil du dort die schnellsten Antworten bekommst. E-Mails werden nur 1x pro Woche gecheckt.*

02 Andere Kanäle konsequent ignorieren

Ja, wirklich. Die ersten 2 Wochen sind hart, dann kapiert's jeder.

03 Automatische Antwort auf anderen Kanälen

> *Danke für deine Nachricht! Für die schnellste Bearbeitung nutze bitte unseren Slack-Channel #deine-firma. Dort antworten wir innerhalb von 2 Stunden.*

95 %
Adoption Rate

Ergebnis nach **30 Tagen**

Kunden lieben die Klarheit.

Ein Kanal pro Kunde, klare Zeiten, schnelle Antworten. Das ist Professionalität, die der Kunde spürt.

Wissen festhalten

Status Quo bei den **meisten**

Die neue Mitarbeiterin startet, und es wird „nebenbei" eingearbeitet. Jeder erklärt es anders. Keine Dokumentation, Wissen geht verloren, wenn jemand geht. **Nach 6 Monaten kündigt die Person. Alles umsonst.**

Die Loom-Methode

statt 100-seitiger Handbücher, die keiner liest

01
Aufnehmen
Bildschirm und Ton bei JEDER Einarbeitung

02
Transkribieren
Video → ChatGPT → strukturierte Docs

03
Organisieren
Ablage in Ordnerstruktur oder Kurs-Plattform

04
Aktualisieren
Bei Änderungen neues Video, altes archivieren

4 Stunden
Einarbeitung
→
15 Minuten
Video

Das Ergebnis: 4 Stunden Einarbeitung werden durch 15 Minuten Video ersetzt.

Was du **dokumentierst**

- Jedes **Tool** und wie es genutzt wird
- Jeden **Kundenprozess** Schritt für Schritt
- Jede wichtige **Entscheidung** und warum
- **Problemlösungen** und Best Practices

Vorteil **Kurs-Plattform**

Du siehst, wer was angeschaut hat.

Kein *„Hab ich nicht gewusst"* mehr.

Pre-Boarding und Freelancer-Pool

Pre-Boarding für A-Player

Top-Leute wollen sofort loslegen.

Vertragsunterschrift → 2 Wochen Pre-Boarding → Tag 1 = produktiv

Das stellst du **VOR Tag 1** zur Verfügung

- Unternehmens-Vision (15-Minuten-Video vom CEO)
- Produkt-Deep-Dive
- Tool-Tutorials (Logins, erste Schritte)
- Best-Practice-Beispiele aus echten Kundenprojekten
- Team-Vorstellung

Die Freelancer-Armee

für Profit-Maximierung

Du brauchst nicht für alles Vollzeit-Mitarbeiter.

5–10	3–5	3–5	n
Grafik-Design	**Copywriting**	**Video-Editing**	**Entwicklung**
Freelancer im Pool	Spezialisten für verschiedene Stile	Editoren mit unterschiedlichen Stärken	Spezialisten für spezifische Aufgaben

So briefst du richtig (und sparst **80 % Frust**)

- **Beispiel-Bibliothek** mit guten und schlechten Beispielen aufbauen
- Immer **per Loom briefen** (5 Minuten Video sparen 5 Feedback-Schleifen)
- Die ersten 2 bis 3 Projekte sind dein **Trainings-Investment**, jedes Feedback aufnehmen
- Nach 10 Projekten hast du eine **komplette Schulung**

5.000 € Fixkosten / Monat → 2.000 € für Top-Freelancer

Das Ergebnis: Statt 5.000 € Fixkosten pro Monat für mittelmäßige Vollzeitkräfte zahlst du 2.000 € für Top-Freelancer, die genau das liefern, was du willst.

Projektmanagement ohne Drama

Das 47. Tool wird dich auch nicht retten.

Neues Jahr, neues Tool: „Diesmal wird alles anders!“ Dann: komplexe Einrichtung, 2 Wochen Setup mit externer Agentur, nach 4 Wochen nutzt es keiner richtig, nach 3 Monaten zurück zu Excel und E-Mail.

Die brutale Wahrheit: Das Tool ist nicht das Problem. Dein System ist das Problem.

Tool-Auswahl | **keep it simple**

Asana

wenn es einfach sein soll

Intuitiv, großartig für kleinere Teams, weniger Automatisierungs-Optionen

ClickUp

für mehr Flexibilität

Unendliche Anpassungsmöglichkeiten, starke Automatisierungen, sehr komplex im Start

Monday

wenn es schick aussehen soll

Wunderschöne Oberfläche, Kunden sind beeindruckt, teurer als die anderen

Die 3 **Erfolgs-Prinzipien**

01 **CEO baut die Struktur (nicht die Agentur)**
Externe kennen deine Prozesse nicht, bauen over-engineered, und dein Team versteht es nicht. Du baust die Grundstruktur, simpel, in 2 Stunden.

02 **Automation First**
Wenn du etwas zweimal manuell machst, automatisiere es.

03 **Klare Trennung**
Projektmanagement = interne Arbeit. Kommunikations-Tool = Kundenkontakt. NIEMALS Kunden ins PM-Tool.

Der perfekte Projekt-Flow

Projekt-**Setup**

To Do → In Progress → Review → Done

Der **Ablauf**

01 Kunde unterschreibt → CRM-Trigger

- Deal gewonnen

02 Projekt automatisch erstellt mit

- Kunden-Name und Details
- Standard-Tasks aus Template
- Team-Zuweisung
- Deadlines

03 Kickoff-Task erstellt

- Link zum Onboarding-Fragebogen
- Zugänge sammeln
- Ersten Meilenstein definieren

04 Automatische Updates

- Daily-Standup-Reminder
- Weekly Status an den Kunden
- Monthly Review Task

2 Std. einmal — Zeit für Setup: 2 Stunden einmal, dann läuft es für immer.

Die Fulfillment-Struktur

Der fatale Fehler von **90 % der Unternehmer**

Du hast deine besten Leute an den falschen Stellen.

- ✕ A-Player im Sales (macht Sinn), **C-Player im Fulfillment** (macht keinen Sinn)
- ✕ Unterbezahlung im Fulfillment („ist ja nur Betreuung")
- ✕ Techniker im Kundenkontakt (Katastrophe!)
- ✕ Keine Success-Incentives („Fixgehalt reicht doch")

Das Resultat: Deine besten Leute gewinnen Kunden, deine schwächsten verlieren sie.

Die **profit-maximierende** Struktur

No-Churn-Agent = **Umsatz-Verantwortung**

Vergiss, was du über „Kundenbetreuer" weißt. Ein No-Churn-Agent ist ein **VERKÄUFER**, der auch betreut.

Spezialisten = **Exzellenz** ohne Kundenkontakt

Ads, SEO, Design, Entwicklung: Spezialisten liefern Qualität, ohne im Kundenkontakt zu stehen.

Der **Kommunikations-Flow**



01 Kunde hat einen Wunsch → teilt ihn dem No-Churn-Agent mit

02 Der No-Churn-Agent übersetzt in ein klares Briefing für den Spezialisten

03 Der Spezialist liefert an den No-Churn-Agent

04 Der No-Churn-Agent präsentiert dem Kunden (und verkauft nebenbei)

→ Mehr zur Rolle in **System 3**.

Zufriedenheit messen

Wir fragen nicht einmal im Jahr nach Zufriedenheit. Wir fragen nach JEDEM Kontakt.

Nach **jedem Call**

„Wie zufrieden warst du mit unserem Gespräch? 1 bis 10“

Was du mit dem **Score** machst

9–10
Möglichkeit zur Empfehlung fragen
Strike while hot!

7–8
„Was hätte es zur 10 gemacht?“
Gold für Verbesserung

<7
Alarm! Teamleiter oder CEO innerhalb von 24 Stunden einbinden

Die magische Frage, die **alles verändert**

„Was müsste passieren, damit du uns eine 10 gibst?“

8,2 → 9,6 Diese Frage allein hat unseren Score von 8,2 auf 9,6 gebracht. **Warum?** Weil Kunden dir genau sagen, was sie wollen.

Tipp

Den Score erfasst du im CRM, zum Beispiel als Custom Activity. So siehst du Trends und kannst Leaderboards pro Betreuer bauen.

Meetings aufzeichnen und Management-System

Zeichne jedes Meeting auf.

Tools, die **funktionieren**

Fireflies.ai automatische Transkription (nutzen wir und unsere Kunden)

CRM-Integration die meisten können das

Wichtig: Datenschutz beachten! Kunden informieren, Einverständnis holen.

Das Management-System | **Kurzfassung**

Täglich
15 Min, 8:00 Uhr

- KPIs von gestern
- Top-Prioritäten
- Kunden mit Potenzial
- Blocker
- Troubleshooting
- Quick Win feiern

Wöchentlich
90 Min, Donnerstag

- Detaillierter Zahlen-Review
- Upsell-Opportunities
- Team-Training

Tagesabschluss-Report
5 Minuten am Tag

- Nach 30 Tagen hast du glasklare Insights

→ Die ausführliche Fassung mit Vorlagen findest du in **System 3**.

Das Fundament steht. Sechs Bausteine, die ohne dich funktionieren.
Jetzt nimmst du die Handarbeit raus.

Mit Automationen noch besser

Jetzt, wo das Fundament steht, nimmst du die Handarbeit raus.

> Die Regel: Wenn du etwas zweimal manuell machst, automatisiere es.

Beispiele aus dem **Fundament**

Deal gewonnen	→	After-Sales-Mail in 5 Minuten
Kunde kommt aus dem CRM	→	Projekt automatisch erstellt (mit Standard-Tasks, Zuweisung und Deadlines)
Wiederkehrende Tasks	→	Template mit Automation
Status-Update	→	Slack-Benachrichtigung
Deadline überschritten	→	Alarm an den Projektleiter
Takt	→	Daily-Standup-Reminder, Weekly Status an den Kunden, Monthly Review Task
Zufriedenheit 9+	→	Empfehlungs-Trigger (automatisch)
Nachricht auf anderem Kanal	→	Auto-Antwort zurück in den Slack-Channel

Das **Prinzip**

Das System erledigt die Routine.

Dein Team kümmert sich um **Beziehung, Strategie und Verkauf**.

Aus Calls wird Wissen

Jeder Call enthält Wissen. Mit dem Fundament und der Automation hast du die Daten, mit denen AI arbeiten kann.

Der **Ablauf**

01 **Calls aufzeichnen** — Fireflies

Mit Tools wie Fireflies entstehen Transkripte deiner Kundengespräche (Einverständnis einholen!)

02 **Transkripte ablegen** — Ablage

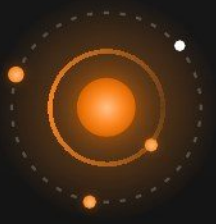
pro Kunde an einem Ort

03 **Vorbereitungsdokument erstellen** — AI

Aus den Transkripten erstellst du mit AI pro Kunde ein Dokument mit allen wichtigen Informationen

04 **Fulfillment mit AI** — AI + Team

Auf dieser Basis arbeitest du gemeinsam mit AI an den Ergebnissen



Das Wissen kommt direkt aus dem Gespräch mit dem Kunden. Es muss nicht erst wieder zusammengesucht werden.

Vorbereitungsdokument und Fulfillment

Ein Dokument pro Kunde. Die Basis für dein Fulfillment.

Es entsteht aus den Transkripten und enthält alle wichtigen Informationen, die dein Team zum Arbeiten braucht. Es ist die Grundlage für das Briefing aus der Fulfillment-Struktur:

Kunde → **No-Churn-Agent** → Briefing an Spezialist → Ergebnis zurück → Präsentation an Kunden

Mit diesem Dokument übernimmt AI gemeinsam mit deinem Team **Teile des Fulfillments**, zum Beispiel bei

Werbeanzeigen

Auf Basis der Informationen aus den Calls werden Anzeigen erstellt und umgesetzt

Landing Pages und Webseiten

Aufbau und Texte auf Grundlage des Vorbereitungsdokuments

SEO-Texte

Texte, die auf dem beruhen, was der Kunde im Call gesagt hat

Warum das **funktioniert**

Das Wissen kommt direkt aus dem Gespräch mit dem Kunden. Es muss nicht erst wieder zusammengesucht werden.

Automation und AI: ein System

Hier fusionieren Automation und AI. Die Automation liefert Abläufe und Daten. Die AI macht daraus Vorbereitung und Entwürfe.

Schritt	Was passiert	Wer macht es
Deal gewonnen	After-Sales-Mail, Projekt, Tasks	Automation
Onboarding-Fragebogen	Versand vorab, Kunde füllt aus	Automation, Kunde
Kickoff-Call	Aufzeichnung und Transkript	Fireflies
Vorbereitungsdokument	Aus Transkripten pro Kunde	AI
Fulfillment	Anzeigen, Landing Pages, SEO-Texte	AI mit deinem Team
Status-Updates, Alarme	Slack, Reminder	Automation
Zufriedenheit 9+	Empfehlungs-Trigger	Automation

Automation
liefert Abläufe und Daten

AI
macht daraus Vorbereitung und Entwürfe

Das Fundament bleibt der **Maßstab**

- Ein Kunde = ein Kanal
- Ein klarer Briefing-Fluss
- Der No-Churn-Agent bleibt der Ansprechpartner

System **2** von 3

02



System **2** | Umsatz im Bestand

Backend Selling Systeme

Verkaufen hört nicht beim Abschluss auf. Verlängerung, Upsell, Empfehlung und Reaktivierung: Hier entsteht der Umsatz, der deine No-Churn-Agents x-fach finanziert.

Verlängerung | Instant-Upsell | Empfehlungs-Automation | Reaktivierung | Copy-Paste-Skripte

In diesem **Teil**

Start	Warum Backend Selling	34
Bausteine	Die Bausteine deines Backend-Angebots	35
Skript	Instant-Upsell: die 3 magischen Momente	36
Skript	Empfehlungs-Automation	37
Skript	Das Reaktivierungs-System	38

Warum Backend Selling

Verkaufen hört nicht beim Abschluss auf.

Backend Selling **heißt**

- Kunden zu Verlängerungen bringen
- Langfristige Roadmaps aufzeigen
- Upsells platzieren
- Empfehlungen generieren
- Testimonials einholen

Warum das der **größte Hebel** ist

Der No-Churn-Agent muss sich selbst x-fach durch Bestandskunden-Umsatz finanzieren.

Das ist der wirtschaftliche Kern der Rolle.

Wer verkauft im Bestand? **Zwei Modelle**

A Modell A

Der No-Churn-Agent closed selbst

ideal für Beratung, High-Ticket

B Modell B

Er qualifiziert vor, ein separater Sales-Spezialist schließt ab

ideal für Agenturen mit technischem Fulfillment

Dein **Angebot** im Bestand

Die Bausteine deines Backend-Angebots

Das kannst du Bestandskunden **verkaufen**

Verlängerung
6-Monats-Verlängerung

Verlängerung
12-Monats-Verlängerung

Verlängerung
Automatische Verlängerung (direkt eingerichtet)

Upsell
Service-Upgrade

Upsell
Komplett neues Produkt

Upsell
Bundle-Deal

Das sind die Bausteine für dein Backend-Angebot. **Ohne sie gibt es keinen Upsell.**

Verlängerung ist der größte Hebel im Bestand

- Der No-Churn-Agent **stößt Verlängerungen aktiv an** und closed sie
- Er zeigt dem Kunden die **nächste Roadmap** und verkauft sie
- Die **Verlängerungsrate** ist ein monatlicher KPI

Laufzeit mit Verlängerungsoption
Der Kunde muss aktiv verlängern. Dafür braucht es Verkauf.

Retainer mit automatischer Verlängerung
Weniger aktiver Sell nötig.

Denk daran: Kunden, die reinkommen, verlängern nicht automatisch.

Provision
Auf Verlängerungen sollte die **höchste Provision** liegen (mehr dazu in System 3).

Skript **1 von 3**

Instant- Upsell

Vergiss, was du über „den richtigen Zeitpunkt“ gehört hast. Der beste Zeitpunkt ist jetzt.

Die 3 **magischen Momente**

1 Direkt nach dem Kickoff

Emotions-Hoch

Skript | **Kickoff-Upsell** Kopieren

Super, dass wir starten! Viele Kunden sichern sich direkt unser 12-Monats-Paket. Statt 3 Monate für xK nimmst du 12 Monate für xK. Du sparst xK und bekommst monatlich xh Extra-Beratung. Interesse?

2 Erster kleiner Erfolg

Erste Leads generiert?	→ *„Lass uns das skalieren!“*
Erste positive Bewertung?	→ *„Zeit für Phase 2!“*
Prozess verbessert?	→ *„Jetzt optimieren wir X!“*

3 Das Upsell-Skript, das konvertiert

Skript | **Upsell** Kopieren

Hey [Name], mega, dass du so happy bist! Ich hab gesehen, ihr macht gerade [spezifische Sache]. Andere Kunden in eurer Situation nutzen [Upsell-Produkt]. Damit könntet ihr [konkretes Ergebnis]. Soll ich dir das mal zeigen?

Empfehlungs- Automation

Die meisten fragen einmal halbherzig. Wir haben ein System.

Die **Trigger**

Tag 1

Nach Vertragsabschluss

„Mega, dass du dabei bist! Wen aus deinem Netzwerk sollten wir auch zum Erfolg führen?“

Erfolg

Nach dem ersten Erfolg (egal wie klein)

„Boah, erste Ergebnisse! Wer sollte das auch erleben?“

9+

Bei 9+ Zufriedenheit (automatisch)

„Du bist einer unserer zufriedensten Kunden! Wem würdest du uns empfehlen?“

Der **Empfehlungs-Hack**

statt

„Kennst du jemanden?“

→

besser

„Ich denke an [spezifische Zielgruppe]. Wer fällt dir da ein?“

Beispiel

Kopieren

Du arbeitest ja viel mit anderen Agenturen zusammen. Welche 2 bis 3 könnten auch von unserem System profitieren?

Das **Win-Win-Win**-Incentive

Empfehler	Neukunde	Dein Team
500–2.000 €	Bonus	Fixbetrag
Gutschrift (je nach Deal-Größe)	in der Betreuung	für Deal gewonnen

Das Reaktivierungs-System

Wie viele inaktive Kunden hast du? 50? 100? 500? Das ist bares Geld, das da rumliegt.

Unsere 90-Tage-Regel: Alle 90 Tage kontaktieren wir alle inaktiven Kunden.

Q1
„Was gibt's Neues?“

Skript | **Quartal 1** Kopieren

Hey [Name], lange nichts gehört! Wir haben unser System komplett überarbeitet. 15 Min Call nächste Woche?

Q2
Success Story

Skript | **Quartal 2** Kopieren

Muss dir was zeigen: [Ähnlicher Kunde] macht jetzt [beeindruckendes Ergebnis]. Interessiert?

Q3
Jahresend-Special

Skript | **Quartal 3** Kopieren

Plane das nächste Jahr richtig: Kostenloser Strategy-Call für alle Ex-Kunden. Auch wenn du woanders bist.

Tipp

Hat ein No-Churn-Agent noch freie Kapazität, ist Reaktivierung die beste Aufgabe dafür. Es gilt die normale Upsell- und Verlängerungs-Provision.

System **3** von 3

03



System **3** | Die Menschen, die Kunden halten

No-Churn-Agents Blueprint

Ein No-Churn-Agent ist ein Account Manager auf Steroiden: Berater mit Sales-Verantwortung. Wie du ihn findest, einstellst, vergütest, trainierst und führst.

Rolle und Profil | Modelle | Incentives | Recruiting | Ramping | Training | Führung | KPIs

Teil **3** | Agents

In diesem **Teil**

Rolle	Was ist ein No-Churn-Agent?	40
Eignung	Wann machen No-Churn-Agents Sinn?	42
Modelle	Berater statt Betreuer, keine Nebenrolle, Fehlbesetzung	44
Profil	Das richtige Profil, Kunden pro Agent, Experte oder Verkäufer	47
Incentives	Grundprinzip, Ramping-Phase, laufende Provision	50
Recruiting	Kanäle, Stellenprofil, Interview, Probeaufgabe	52
Ramping	Timeline, gute Agents erkennen, Leerzeiten nutzen	54
Training	Daily Training, Kursbereich, Continuous Improvement	56
Führung	Weekly 1:1, TAB, WAB, Management-Rhythmus	60
Steuerung	KPIs: Was du tracken musst	63
Kultur	SCOPE+L-Werte und Checkliste	64

Was ist ein No-Churn-Agent?

Ein No-Churn-Agent ist ein Account Manager auf Steroiden.

- Mischung aus **Customer Success Management** und **Backend-Sales**
- Erster Ansprechpartner und Bezugsperson des Kunden nach dem initialen Close
- Verantwortlich für **Kundenzufriedenheit, Ergebnisse UND Umsatzentwicklung** im Bestand

Tipp

Ein No-Churn-Agent ist **KEIN Kundensupport-Mitarbeiter.** Er ist ein Berater mit Sales-Verantwortung, der aktiv den Customer Lifetime Value maximiert. Er muss sich selbst x-fach durch Bestandskunden-Umsatz finanzieren. Das ist der wirtschaftliche Kern der Rolle.

Seine Aufgaben in **vier Kernbereichen** | 1 und 2

1 Betreuung und Beziehungsmanagement

- Regelmäßige **Kunden-Calls** (Einzelcalls, Kickoffs, Onboardings)
- **Kickoff-Workshops** für neue Kunden, gemeinsam die Roadmap erarbeiten
- **Proaktive Kommunikation:** nicht warten, bis der Kunde sich meldet
- Kundenzufriedenheit messen und bei Problemen sofort eingreifen (**Score unter 7 = Eskalation**)
- **Erwartungsmanagement:** klare, realistische Erwartungen setzen

2 Ergebnis-Verantwortung

- Kunden **zur Umsetzung bringen** (der sales-lastige Teil des Fulfillments)
- **Roadmap** im Blick behalten und Fortschritt tracken
- **Strategische Beratung:** nicht nur Fragen beantworten, sondern den Weg aufzeigen
- Sicherstellen, dass der Kunde **messbaren ROI** sieht

Die vier Kernbereiche und die drei Säulen

3 Umsatzverantwortung im Bestand

- **Verlängerungen** aktiv anstoßen und closen
- **Upsell-Potenziale** erkennen und das passende Angebot platzieren
- **Empfehlungen** generieren: zufriedene Kunden zu Leads machen
- **Testimonials** und Bewertungen einholen

4 Internes Reporting und Zusammenarbeit

- **Tagesabschlussbericht (TAB)** und **Wochenabschlussbericht (WAB)**
- An **Daily Trainings** teilnehmen und Cases einbringen
- Calls mit dem Teamlead vorbesprechen (vor allem in der Ramping-Phase)
- **KPIs tracken:** Zufriedenheits-Scores, Umsatz, Verlängerungsquoten

Die drei Säulen, **alle gleichzeitig**

Säule 1

Beziehungsaufbau

Vertrauen, Loyalität, Empfehlungen

Kommunikation wie mit einem guten Geschäftspartner: authentisch, empathisch, proaktiv. Kontaktpflege auch außerhalb von Calls (Check-ins, Gratulationen bei Erfolgen).

Säule 2

Ergebnisse liefern

Umsetzung, ROI, Testimonials

Expertise zeigen, klare Führung im Call übernehmen, Fokus auf die Roadmap, Zufriedenheit nach jedem Call.

Säule 3

Verkaufen

Verlängerungen, Upsells, Empfehlungs-Leads

Die eigene Roadmap „verkaufen" und dem Kunden den nächsten Schritt aufzeigen.

Merke

Wer nur betreut, aber nicht verkauft, lässt Umsatz liegen. Wer nur verkauft, aber keine Ergebnisse liefert, erzeugt Churn. Wer Ergebnisse liefert, aber keine Beziehung aufbaut, bekommt keine Empfehlungen.

Wann machen No-Churn-Agents Sinn?

Nicht für alle Agenturen machen No-Churn-Agents Sinn. **Hier der Entscheidungsbaum:**

Consulting-Anteil, betreuungsintensiv? → ✓ Ja, No-Churn-Agent sinnvoll

Agentur? Dann zwei Fragen:

High-Ticket und individuell?

✓ Ja, sinnvoll

z. B. Performance-Agentur für große E-Com-Shops

Niedriges Ticket oder replizierbar?

× Eher nicht

z. B. SEA-Agentur für lokale Betriebe

No-Churn-Agents machen **Sinn bei**

- ✓ **betreuungsintensiven** Angeboten
- ✓ Fulfillment, das **„sales-lastig"** ist: Kunden müssen aktiv dazu gebracht werden umzusetzen, die richtige Erwartungshaltung zu haben und zufrieden zu sein
- ✓ Modellen, in denen Kunden **verlängern** sollen und langfristige Roadmaps brauchen
- ✓ **regelmäßigen** Kontaktpunkten

Tipp

Je mehr dein Fulfillment „Selling" beinhaltet, desto mehr brauchst du einen No-Churn-Agent.

Bei Done-for-You hängt es von drei Faktoren ab

Faktor 01

Komplexität

Je individueller die Betreuung, desto eher ein No-Churn-Agent

Faktor 02

Kundenwert

Je höher, desto mehr lohnt sich aktive Betreuung

Faktor 03

Replizierbarkeit

Je mehr Copy-and-Paste, desto weniger brauchst du ihn

Weniger **sinnvoll** bei

- × Fließband-Agenturen mit niedrigen Retainern
- × Retainern, die sich automatisch verlängern (weniger aktiver Sell nötig)
- × wenigen Kontaktpunkten und projektbezogener Fachexperten-Arbeit

Die Entscheidung **auf einen Blick**

Kriterium	Macht Sinn	Macht weniger Sinn
Vertragsmodell	Laufzeiten mit Verlängerungsoption	Retainer mit automatischer Verlängerung
Fulfillment-Art	Individuell, beratend, strategisch	Replizierbar, standardisiert
Kundenwert	High-Ticket, hoher CLV	Niedriges Ticket, austauschbar
Kundenkontakt	Regelmäßig, beziehungsintensiv	Selten, projektbezogen
Sales im Fulfillment	Upsells, Verlängerungen, Roadmaps	Kaum aktives Selling nötig

Berater statt Betreuer

Zwei Modelle, wie du die Rolle **aufbaust**

Kriterium	Modell A (Sales-orientiert)	Modell B (Fulfillment-orientiert)
Upsell-Prozess	Der No-Churn-Agent closed selbst	Er qualifiziert vor, ein Closer schließt ab
Ideal für	Beratung, Coaching, High-Ticket	Agenturen mit technischem Fulfillment
Vorteil	Schnelle Wege, tiefe Kundenkenntnis	Fokus auf Betreuungsqualität
Profil	Sales-affin plus Beratungskompetenz	Fachlich stark plus empathisch

Die **Entscheidungsfrage**

Wie sales-affin ist dein Fulfillment-Team, und wie komplex ist dein Produkt? **Je sales-lastiger, desto eher Modell A.** Je technischer und spezialisierter die Leistung, desto eher Modell B.

Berater statt **Betreuer**

Betreuer (schlecht)	Berater (gut)
× Beantwortet Fragen, „arbeitet Kunden ab“	✓ Schafft Veränderung, treibt die Roadmap proaktiv voran
× Calls nur für Status-Updates	✓ Kommt vorbereitet, gibt Mehrwert mit
× Unvorbereitet von Call zu Call	✓ Wird als Experte wahrgenommen
× Reaktiv: Effort erst bei Eskalation	✓ Proaktiv: löst Probleme, bevor sie entstehen
× Kaum Verlängerungen, kaum Empfehlungen	✓ Hohe Verlängerungsrate, viele Empfehlungen und Testimonials

Tipp

Wenn dein No-Churn-Agent nur Fragen beantwortet und Status-Updates gibt, hast du keinen No-Churn-Agent, sondern einen Kundensupport-Mitarbeiter. Der Unterschied zeigt sich in der Verlängerungsrate und im Umsatz pro Kunde.

Warum das keine Nebenrolle ist

Der Einwand: „Kann das nicht ein Frontend-Closer mitmachen?“

In den meisten Fällen **funktioniert das nicht**

Unterschiedliche Skill-Sets

Ein Closer ist auf den Abschluss trainiert. Ein No-Churn-Agent braucht Beziehungsaufbau über Monate, strategische Beratung und Geduld.

Kapazitätsproblem

Wer täglich 3–5 Closing-Calls macht, hat keine Zeit, 30–50 Bestandskunden zu betreuen, Kickoffs vorzubereiten und Upsell-Gespräche zu führen.

Fokus-Konflikt

Der Closer priorisiert den kurzfristigen Neuabschluss, weil er sofort Provision bringt. Bestandskundenpflege wird vernachlässigt.

Unterschiedliche Vergütungslogik

Der Closer verdient an Neuabschlüssen, der No-Churn-Agent an Verlängerungen, Upsells und Betreuung. Zwei Incentive-Modelle auf einer Person funktionieren selten.

Wann eine Doppelrolle **trotzdem** geht

- In der Anfangsphase, wenn du noch nicht genug Bestandskunden für einen Vollzeit-Agent hast
- Wenn dein Closer wenig Neugeschäft hat und Kapazität frei ist
- Als Übergangsmodell, bis genug Volumen für eine eigene Stelle da ist

Tipp

Plane von Anfang an, wann du die Rollen trennst. Sobald entweder das Neugeschäft oder die Bestandskundenbetreuung leidet, ist der Zeitpunkt gekommen.

Was eine Fehlbesetzung kostet

Eine Fehlbesetzung ist einer der teuersten Fehler, die du machen kannst, deutlich teurer als im Sales.

Direkte Kosten	3–6 Monate Fixum und Ramping für eine Person, die nicht performt. Bei 2.000–3.000 €/ Monat sind das schnell 10.000–18.000 €.
Opportunität	Jeder Kunde, der in dieser Zeit schlecht betreut wird, verlängert nicht. Bei 5.000–15.000 € pro Verlängerung multipliziert sich das schnell.
Churn-Kosten	Kunden, die wegen schlechter Betreuung abspringen, kommen selten zurück.
Reputation	Unzufriedene Kunden hinterlassen keine Testimonials, geben keine Empfehlungen und sprechen im schlimmsten Fall negativ über dich.
Recruiting	Der gesamte Hiring-Prozess startet von vorn.

30.000–80.000 €

Realistische Gesamtkosten, wenn du alle direkten, indirekten und Opportunitätskosten zusammenrechnest. Bei größeren Kundenportfolios deutlich mehr.

Wie schnell erkennst du eine **Fehlbesetzung**?

Ohne sauberes Ramping

3–6 Monate

wenn Kunden churnen oder sich beschweren. Dann ist der Schaden da.

Mit sauberem Ramping und KPIs

2–4 Wochen

Du siehst es an Zufriedenheits-Scores, an der Vorbereitung auf Calls und am Kundenfeedback.

Gute Person plus richtiges Ramping = sichtbare Performance in 4–6 Wochen. Schlechte Person = sichtbares Strugglen in 2–4 Wochen. Sauberes Ramping spart dir im Ernstfall fünfstellige Beträge.

Das richtige Profil

Diese Eigenschaften braucht **jeder gute No-Churn-Agent**

- **Ownership-Mentalität:** übernimmt Verantwortung für Kunden und eigene Fehler
- **Wachstums-Mindset:** will sich kontinuierlich verbessern
- **Beziehungsfähigkeit:** baut schnell Vertrauen und Rapport auf
- **Beratungskompetenz:** kann Expertenstatus vor dem Kunden einnehmen
- **Strukturierte Arbeitsweise:** arbeitet effizient, hält Deadlines
- **Verkaufsfähigkeit:** erkennt Chancen und kann den nächsten Schritt verkaufen
- **Intelligenz:** baut Beratungskompetenz schnell auf und wendet sie an
- **Kein Ego:** nimmt Feedback an und setzt es um

Je nach Geschäftsmodell ein anderer **Schwerpunkt**

Kriterium	Agentur (Fulfillment-lastig)	Beratung (Sales-lastiger)
Fokus	Mehr fachliche Tiefe nötig	Mehr Sales-Erfahrung nötig
Kern-Tätigkeit	Projekt-Koordination	Strategische Beratung
Upsell-Hebel	Über fachliche Expertise	Über Vertrauen und Ergebnis-Frame
Er braucht	Verständnis fürs Fulfillment	Starken Experten-Frame

Wonach du konkret **suchen** solltest

- Ehemalige Closer oder Head of Sales aus der Branche
- Erfahrung in Agenturen, B2B-Consulting, B2C-Closing, High-Ticket-Vertrieb
- Marketing-Erfahrung als starker Vorteil
- Branchenkenntnis deiner Zielgruppe (beschleunigt das Onboarding massiv)

Wie viele Kunden pro No-Churn-Agent?

Die zentrale Frage: Wie viel Fulfillment macht der No-Churn-Agent selbst?

Szenario **1**

Wenig Fulfillment

Backend-Mitarbeiter arbeiten zu. Der Agent konzentriert sich auf Beziehung, Beratung und Sales.

80–150 Accounts

Szenario **2**

Viel Fulfillment

Der Agent ist allein verantwortlich und macht auch die operative Arbeit.

15–30 Accounts

Szenario **3**

Hybrid

Der Agent übernimmt einen Teil, für Expertendienstleistungen (Ads, SEO, Design) arbeiten Backend-Leute zu.

30–60 Accounts

Beispiel-**Strukturen**

Struktur	Aufgabe des Agents	Backend-Support	Accounts
Beratungsnah	Beratung, Sales, Kickoffs	Wenig, der Agent macht fast alles am Kunden	30–50
Agentur mit Experten	Kundenführung, Sales	Marketer, Designer, Developer arbeiten zu	60–100
Reiner Beziehungsmanager	Strategie, Sales, Beziehung	Volles Fulfillment-Team im Backend	100–150

Warum du das **früh** entscheiden musst

- Es bestimmt, **wie viele Agents** du brauchst
- Es bestimmt das **OTE** (On Target Earning, das maximale Gesamteinkommen): Je weniger Kunden pro Agent, desto mehr Umsatz muss jeder Kunde bringen, damit sich das OTE rechnet
- Es bestimmt das **Profil:** Wer nur Beziehung und Sales macht, braucht andere Skills als jemand, der auch das Fulfillment stemmt

Tipp

Starte im Zweifel mit dem Modell, bei dem der Agent mehr macht, und baue Backend-Support erst auf, wenn du siehst, wo der Engpass liegt.

Experte oder Verkäufer?

A Option A

Experten einstellen und Sales beibringen

Du holst Leute, die das Fachgebiet beherrschen, und trainierst sie im Sales-Part: Upsells erkennen, Verlängerungen closen, Erwartungen framen.

- ✓ **Vorteil:** sofortige fachliche Glaubwürdigkeit beim Kunden
- ✗ **Nachteil:** Sales-Mindset aufzubauen dauert oft länger und gelingt nicht bei jedem Experten

B Option B

Verkäufer einstellen und Fachwissen beibringen

Du holst Leute, die gut verkaufen, beraten und Kunden führen, und trainierst sie fachlich über interne Kursbereiche, Shadowing und Training.

- ✓ **Vorteil:** die Sales-Kompetenz ist sofort da
- ✗ **Nachteil:** fachliche Tiefe aufzubauen braucht Zeit und ein gutes Trainings-System

Kriterium	Experte + Sales beibringen	Verkäufer + Expertise beibringen
Onboarding-Dauer	Kürzer fachlich, länger im Sales	Kürzer im Sales, länger fachlich
Risiko	Sales-Mindset entsteht nicht	Fachliche Tiefe reicht nicht
Skalierbarkeit	Schwerer, gute Experten mit Sales-Willen sind selten	Leichter, gute Verkäufer sind verfügbarer
Kosten	Oft höheres Fixum	Flexibler über variable Vergütung

Die meisten erfolgreichen Strukturen setzen auf **Option B**

Sales ist der schwierigere Skill zum Antrainieren. Fachwissen lässt sich über Kurse und Shadowing vermitteln. **Beispiel Marketing-Agentur:** Die Marketer sind fachlich top, können aber nicht verkaufen. Lösung: ein Verkäufer mit gutem Marketing-Verständnis plus ein erfahrener Marketer als Backend-Support. Beide Stärken kombiniert, ohne die eierlegende Wollmilchsau zu suchen.

Tipp

Findest du keine Kandidaten, liegt das Problem meist nicht am Recruiting, sondern daran, dass die Stelle falsch gebaut ist. Zerteile die Rolle oder überdenke, was wirklich vom Agent kommen muss und was ein Backend-Team zuliefern kann.

Diese Profile machen **Probleme**

Menschen mit Mindset-Blockaden gegenüber Sales, reine Fulfillment-Mitarbeiter ohne jede Sales-Erfahrung, Menschen, die bei dem Gedanken an Sales Pickel kriegen, und Menschen ohne Ownership, die auf Anweisungen warten.

Incentives: Das Grundprinzip

> *„Show me the incentive and I show you the outcome."*
>
> Charlie Munger

- Der No-Churn-Agent braucht eine attraktive **Income Opportunity,** sonst bekommst du keine guten Leute
- Das **OTE** (On Target Earning) muss kalkulatorisch aufgehen, **bevor** du jemanden einstellst. Es ist die rote Linie.
- **Niemals ein hohes Fixum ohne Performance-Komponente.** Zahle lieber „crazy viel" variabel als viel fix, denn variable Vergütung incentiviert die richtigen Ergebnisse.

Was du wirklich **belohnen** musst

Upsells	Service-Upgrade, komplett neues Produkt, Bundle-Deal
Verlängerung	6-Monats-, 12-Monats- und automatische Verlängerung
Empfehlung	nur bei abgeschlossenem Deal
Zufriedenheit	gemessen nach jedem Call

Am Anfang **einfach** halten

- Du hast noch keine Daten: Weder du noch der neue Agent wisst, wie viel realistisch ist
- Ein komplexes Modell mit zehn Provisionsarten verwirrt und nimmt den Fokus
- Starte mit wenigen, klaren Incentives: **Verlängerungsprovision, Betreuungspauschale, ggf. Empfehlungsbonus**
- Verfeinere erst, wenn du echte KPIs hast

Proof of Concept mit der **ersten Person**

Die erste Besetzung darf deutlich besser vergütet werden als spätere, um das System einmal zu beweisen. Im Worst Case 30 % vom Umsatz am Anfang, nur um KPIs zu belegen. Das funktioniert nur mit einer sehr fähigen Person, investiere also in Recruiting-Qualität.

Ramping-Phase und laufende Provision

Die ersten **3 Monate**
2.000 €/Monat

Fixum als Basis, ab dem Zeitpunkt, an dem der No-Churn-Agent seinen ersten Kunden bekommt. **Nach der Ramping-Phase entfällt das Fixum** oder wird stark reduziert.

Ramping-Boni | **richtiges Verhalten ab Tag 1**

Leistung	Bonus-Trigger
Empfehlungs-Neukunde generiert	Bonus pro gewonnenem Kunden
ROI beim Kunden erreicht (unter 2 Monate)	Höherer Bonus
ROI beim Kunden erreicht (über 2 Monate)	Niedrigerer Bonus
Feedback-Video und 5-Sterne-Bewertung	Bonus pro Kunde
Testimonial aufgenommen	Höherer Bonus

Halte die Boni einfach: **nicht mehr als 3–5 Trigger.**

Laufende Provision | **die Grundlogik**

Neukunden	wenig Provision (die Akquise hat jemand anderes gemacht)
Verlängerung	hohe Provision
Recurring	Provision für Kunden, die NICHT gekündigt haben
Betreuung	laufender kleiner Prozentsatz auf betreute Kunden

Provisions-Typ	Richtwert
Verlängerung	Ca. 10–14 % des Verlängerungsumsatzes
Betreuungspauschale	Ca. 4 % auf laufende Kunden
Empfehlungs-Neukunde	Festbetrag pro gewonnenem Kunden

OTE rechnen

Rechne rückwärts: Wie viele Kunden muss ein Agent betreuen, damit ein attraktives OTE entsteht? Geht es nicht auf, hast du drei Alternativen: Doppelrolle, anfangs prozentual mehr geben oder die Rolle selbst länger machen. **Lieber warten, bis das OTE stimmt, als jemand Mittelmäßigen einstellen.**

Recruiting: Kanäle und Stellenprofil

Gute No-Churn-Agents findest du selten per Zufall. Zwei Dinge entscheiden: wo du suchst und wonach.

Die **Kanäle**

- Social Recruiting (Instagram, Facebook)
- Indeed, Stepstone und branchenspezifische Plattformen
- Empfehlungen aus dem eigenen Netzwerk (oft die besten Kandidaten)
- Recruiting aus dem eigenen Kundenstamm (sie kennen dein Produkt bereits)

Das **Stellenprofil**

- Sales-Erfahrung (Closing oder Setting)
- Erfahrung in B2B-Dienstleistung, Agentur oder Consulting
- Kommunikationsstärke und Empathie
- **Strukturierte Arbeitsweise (!!)**
- Hungrig, coachbar, wachstumsorientiert
- Marketing-Verständnis von Vorteil

Tipp

Die besten No-Churn-Agents kommen häufig über Empfehlungen oder aus dem eigenen Kundenstamm. Sie kennen dein Produkt und haben echtes Interesse an der Rolle. **Investiere hier zuerst, bevor du breit ausschreibst.**

Merke

Ein klar definiertes Stellenprofil verhindert, dass du die eierlegende Wollmilchsau suchst.

Interview und Probeaufgabe

Worauf du im Gespräch **achtest**

Kriterium	Worauf du achtest
Mindset	Ownership, Extrameile, Wachstumswille, kein Ego
Experten-Frame	Kann die Person Beratungskompetenz ausstrahlen?
Beziehungsaufbau	Baut sie schnell Rapport auf?
Intelligenz	Versteht sie komplexe Beratungsthemen schnell?
Struktur	Arbeitet sie effizient und organisiert?
Verkaufen	Hat sie einen natürlichen Sales-Skill?

Die **Probeaufgabe**

- Gib dem Kandidaten einen **echten, anonymisierten Kunden-Case** aus deinem Business. Das ist realistischer als ein fiktiver Case und zeigt, ob er mit deiner Zielgruppe klarkommt.
- **Aufgabe:** Kickoff-Strategie vorbereiten und ein simuliertes Beratungsgespräch führen (15–20 Minuten)
- **Bewertet wird:** Vorbereitung, Beratungsqualität, Experten-Frame, Rapport, Verkaufsansätze
- **Alternative:** Setting-Simulation, also wie der Kandidat mit einem Interessenten umgeht

Bewertungsfragen

Hat sich der Kandidat vorbereitet (das zeigt Ownership)? Wie schnell baut er Rapport auf? Wirkt er wie ein Experte oder wie ein Fragensteller? Erkennt er natürliche Upsell-Chancen? **Wer sich nicht vorbereitet, zeigt dir schon alles, was du wissen musst.**

Die Ramping- Timeline

Vom Start zur vollen Kapazität in fünf Phasen:

Phase	Dauer	Inhalt und Ziele
1: Lernen	1–2 Wochen	Kurs durcharbeiten, Produkt verstehen, Shadowing, Beispiel-Kickoffs vorbereiten, SOPs lernen
2: First Steps	2–5 Wochen	Erste 5–10 Kunden, jeden Kickoff vorbesprechen, erste Zufriedenheits-Scores, Instant-Upsells starten
3: Beweisen	2–6 Wochen	Weitere 10 Kunden, konstant hohe Zufriedenheit (9,2+), erste Empfehlungen und Testimonials
4: Skalieren	5–10 Wochen	Auf 30 Accounts aufstocken, hohe Upsell-Rate (70 %+), Konstanz bei höherer Kundenzahl
5: Voll machen	2–6 Wochen	Kapazität erreichen (30–50 Accounts), laufend Umsatz produzieren

Empfehlung: Lass neue No-Churn-Agents zuerst **im Verkauf** starten

- 2–3 Wochen im Setting (Erstgespräche mit Interessenten), bevor der Agent Kunden übernimmt
- Du testest, wie er mit der Zielgruppe klarkommt und ob er Rapport aufbauen kann
- Er baut Sales-Muskel auf und versteht den Kunden-Avatar von Anfang an
- Die Setting-Provision wird in dieser Phase normal ausgezahlt

Tipp

Wer im Setting gut ist, bringt die Grundlagen für gutes Account Management mit: Rapport, Zielgruppen-Verständnis, Sales-Muskel. Das ist der beste Lackmustest. Performt jemand im Setting nicht, wird er als No-Churn-Agent auch nicht funktionieren, und du sparst dir Monate Fehlbesetzung.

Einen guten No-Churn-Agent erkennen

Nach 2 bis 4 Wochen siehst du es. Diese Signale zeigen dir, ob die Person trägt:

Woran du einen guten No-Churn-Agent **erkennst**

- Zufriedenheits-Score durchgehend **über 9,0**
- Frühe Bewertungen und positives Feedback von Kunden
- **Proaktivität:** geht auf Kunden zu, wartet nicht ab
- Upsell-Umsatz steigt mit der Kundenzahl
- Setzt Feedback vom Teamlead direkt um
- Testimonials und Empfehlungen kommen **organisch**

Was tut der Agent, wenn er **noch nicht voll** ist?

Tätigkeit	Vergütung
Reaktivierung alter Kunden	Normale Upsell-/Verlängerungs-Provision
Selbst setten und closen	Normale Sales-Provisionen (Setting und Closing)
Kursbereich, SOPs, Produkt weiterentwickeln	Stundensatz = (OTE minus Fixum) geteilt durch Stunden pro Monat. Tipp: 10–20 % Aufschlag als Incentive
Schulungsinhalte durcharbeiten	Teil der Ramping-Phase (das Fixum deckt es ab)

Tipp

Leerzeiten sind kein Problem, sondern Kapazität. Reaktivierung bringt Umsatz, Setting hält den Sales-Muskel warm, und am Kursbereich zu arbeiten macht das ganze Team besser.

Daily Training

Tägliches Training mit dem Team ist der größte Hebel für Qualität und Umsatz.

Der **Ablauf**

01 **Daily Huddle (5–10 Min)**
Kalender durchgehen, Upsell- und Empfehlungspotenziale identifizieren

02 **Kickoff-Vorbesprechung (15–30 Min)**
neue Kunden vorstellen, alle erarbeiten die Agenda

03 **Upsell-Vorbereitung (10–15 Min)**
Pitch schärfen, Angebot und Timing, Best Practices

04 **Case Reviews (15–20 Min)**
1–2 Kunden-Cases gemeinsam durchgehen, Feedback und Strategie

Der **Daily Huddle**

- **Upsell-Potenziale:** Welche Kunden stehen heute für einen Upsell an?
- **Empfehlungs-Potenziale:** Bei welchen Kunden kannst du heute nach Empfehlungen fragen?
- **Testimonial-Potenziale:** Wer ist reif für ein Testimonial oder eine Bewertung?

Kunden-**Case-Reviews**

- Jeden Tag 1–2 aktuelle Cases gemeinsam durchgehen
- Der Agent stellt den Case vor: Wo steht der Kunde? Was ist die Herausforderung?
- Das Team gibt Feedback: Was würdest du anders machen? Welche Strategie?
- Der Teamlead moderiert und gibt den finalen Input
- **Ziel:** Jeder lernt aus den Cases der anderen, die Lernkurve vervielfacht sich

Schwierige Calls, Upsells und Kickoffs vorbereiten

Schwierige Calls **vorbereiten und nachbesprechen**

- Der Agent bringt schwierige Situationen mit ins Daily
- Gemeinsam Strategie erarbeiten: Wie gehe ich in den Call? Welcher Frame?
- Nach dem Call ein kurzes Debrief: Was hat funktioniert, was nicht?
- **Typische Situationen:** Kündigungsabsicht, unrealistische Erwartungen, fehlende Umsetzung, Kunden, die „ghosten"

Upsell-**Vorbereitung**

- Der Agent stellt Kunden mit Upsell-Potenzial im Daily vor
- Das Team klärt: Welches Angebot? Welcher Zeitpunkt? Welcher Frame?
- Den Upsell-Pitch gemeinsam durchsprechen und schärfen
- Nach dem Call ein Review: Warum hat es geklappt, warum nicht?
- Best Practices sammeln: Was funktioniert bei welchem Kunden-Typ?

Kickoff-Calls **vorbesprechen**

- Der Agent stellt den neuen Kunden vor: Ausgangssituation, Roadmap, Wachstumsbarrieren
- Das Team gibt Input: Welche Strategie? Welches Hauptthema? Welche Ressourcen?
- Gemeinsam eine grobe Agenda erarbeiten und ins Kickoff-Dokument schreiben
- **Zeitaufwand:** am Anfang 20–30 Minuten pro Kickoff, später Richtung 15 Minuten
- Nach dem Kickoff ein kurzes Debrief: Der Agent teilt die Aufnahme, der Teamlead gibt Feedback zu Beratungsqualität und Experten-Frame

Tipp

Kein No-Churn-Agent geht unvorbereitet in einen Kickoff. Vorbesprechungen im Daily statt 1:1 bedeuten: **Alle lernen aus jedem Kickoff mit.**

Der interne Kursbereich und der Ramping-Plan

Neue Agents arbeiten sich eigenständig ein, ohne dass der Teamlead alles 1:1 erklärt.

Bereich	Inhalte
Produkt-Wissen	Dein komplettes Angebot im Detail
SOPs und Abläufe	Onboarding-SOP, Kickoff-SOP, CRM-Pflege, Eskalationsprozesse, Upsell-Abläufe
Kickoff-Beispiele	5–10 aufgenommene Beispiel-Kickoffs mit verschiedenen Kunden-Typen
Call-Beispiele	Gute Einzelcalls, schwierige Calls, Upsell-Calls
Glaubenssätze und Mindset	Ownership, Wachstum, Verkaufen ist Helfen, Kontrolle ist positiv
Tool-Schulungen	CRM, Kalender-Tool, Call-Aufnahme, Dokumentation, Slack
Beziehungstraining	Kundenbeziehungen aufbauen, im Call und außerhalb
Sales im Bestand	Upsell-Techniken, Verlängerungs-Gespräche, Empfehlungen generieren

Den Kursbereich **on the fly** aufbauen

- Recordings der Trainings kann eine Assistenz schneiden, auf Themen sortieren und hochladen
- Basics (Produkt-Wissen, SOPs, Tool-Schulungen) einmal sauber aufnehmen
- Alles andere entsteht organisch: Case-Reviews, Kickoff-Vorbesprechungen, Upsell-Strategien aus dem Daily
- So wächst der Kursbereich und bildet echte Best Practices ab, nicht Theorie

Den **Ramping-Plan** aufbauen

- Definiere, was der Agent in welcher Woche durchgearbeitet haben muss
- Checklist-Format: Der Agent hakt ab, der Teamlead kontrolliert
- 5 Test-Kickoffs als Pflichtaufgabe: vorbereiten und mit dem Teamlead durchspielen
- Shadowing-Pflicht: an echten Calls erfahrener Agents teilnehmen, bevor er eigene Kunden bekommt
- Priorität: zuerst Produkt und Kickoff, dann Upsell, dann Empfehlungen

Das **Ergebnis**

Weniger 1:1-Zeit, konstante Qualität, schnelleres Onboarding. Das System wird mit der Zeit besser, nicht schlechter.

Das Continuous- Improvement-System

Der Unterschied zwischen guten und großartigen Teams? Konstantes Training.

Wöchentliche Call-Reviews | **1–2× pro Woche**

01 Gute Calls reviewen — 15 Min

- Jeder nominiert seinen besten Call
- Gemeinsam anhören
- Was war großartig? Dokumentieren

02 Problem-Calls der Woche — 15 Min

- Schwierigster Kunde oder schwierigste Situation
- Gemeinsam analysieren
- Bessere Lösungen finden

03 Rollenspiel — 30 Min

- Typische Situationen nachspielen
- Upsell-Gespräche üben
- Einwand-Behandlung trainieren

04 Zahlen-Review — 30 Min

- Wer hat welche Upsells gemacht?
- Welche Empfehlungen kamen rein?
- Zufriedenheits-Scores analysieren

Zeichne jedes Meeting auf.

Die Aufnahmen sind dein Material für den Kursbereich.

Das **Ergebnis**

Nach 6 Monaten hast du eine Bibliothek von Best Practices. Neue Mitarbeiter lernen von echten Beispielen, nicht von Theorie.

Weekly 1:1 und Projection Meeting

Zwei feste Termine pro Woche halten jeden No-Churn-Agent auf Kurs: eines mit dem Teamlead, eines mit dem ganzen Team.

Weekly 1:1 mit dem **Teamlead**

30–45 Min

Rückblick	Was lief gut? Was war schwierig?
Score-Review	Durchschnitt der Woche, Ausreißer nach unten besprechen
Upsell-Review	Welche Upsells wurden gemacht? Welche sind in der Pipeline?
Eskalation	Kunden mit Score unter 7 durchgehen
Skills	An welcher der drei Säulen arbeiten wir diese Woche gezielt?
Projections	Umsatz-Projektion für die kommende Woche, was ist realistisch?
Feedback	1 Sache, die gut war, 1 Sache zum Verbessern

Weekly **Projection Meeting**

ganzes Team

- [x] Jeder stellt seine Projections für die kommende Woche vor
- [x] Verlängerungen, Upsells, Empfehlungen: Was kommt rein?
- [x] Der Teamlead challenged: Ist die Projection realistisch? Zu niedrig? Zu hoch?
- [x] **Accountability:** Am Ende der Woche wird verglichen, Projection gegen tatsächliches Ergebnis

Der Tagesabschlussbericht

Jeder No-Churn-Agent füllt täglich einen TAB aus. Nicht optional. Er dauert 5 Minuten. Das ist die Vorlage zum Kopieren:

Vorlage | **Tagesabschlussbericht**

Kopieren

Datum

Datum ....

KPIs

Anzahl Einzelcalls ....

Client Happiness Score ....

Bewertungen/Testis eingeholt ....

Empfehlungen gefragt ....

Empfehlungen eingeholt ....

Up-Sell/Cross-Sell-Umsatz (Kunde + Produkt) ....

Einzelcalls

[xmin] - [x/10] - [Kunden-Name] - [Ergebnis/Thema des Calls genauer beschreiben]

Weitere Aktivitäten

1. ....

2. ....

Heutige Lernaktivitäten

Kurs/Call ....

Zeit investiert ....

Mitschrift/Learnings ....

Reflexion

Was war heute besonders gut ....

Schwierigkeiten von heute ....

Was kann ich morgen noch besser machen? ....

Warum der TAB **so wichtig** ist

- **Transparenz:** Der Teamlead sieht, wie produktiv jeder ist
- **Say-Do-Ratio:** Geplant gegen erledigt zeigt Muster von Unproduktivität
- **Coaching-Grundlage:** Ohne TAB kein gezieltes Coaching
- **Planung:** Wer seinen nächsten Tag plant, ist nachweislich produktiver
- **Selbstoptimierung:** Der Agent lernt seine eigenen Schwächen kennen

Der WAB und der Management-Rhythmus

Der **Wochenabschlussbericht**

Feld	Inhalt
Kunden betreut diese Woche	Anzahl Calls, Onboardings, Kickoffs
Zufriedenheits-Durchschnitt	Score der gesamten Woche
Upsell-Umsatz generiert	Verlängerungen, Upsells, Empfehlungs-Neukunden
Testimonials / Bewertungen	Wie viele eingeholt?
Projection vs. Ergebnis	Was war projiziert, was kam rein?
Top-Win der Woche	Größter Erfolg
Größte Herausforderung	Was war am schwersten?
Projection nächste Woche	Umsatz, Upsells, Verlängerungen

TAB und WAB sind dein **Steuerungssystem**

Der TAB gibt tägliche Accountability und Coaching-Grundlage. Der WAB gibt wöchentliche Steuerung und Umsatz-Projektion. Zusammen ermöglichen sie schnelle Intervention bei Problemen, das Erkennen von Top-Performern und datenbasierte Entscheidungen. **Ohne TAB und WAB fliegst du blind.**

Der Rhythmus **im Überblick**

Täglich

15 Min | 8:00 Uhr

KPIs von gestern, Top-Prioritäten, Kunden mit Potenzial, Blocker identifizieren, Troubleshooting, Quick Win feiern

Wöchentlich

90 Min | Donnerstag

Detaillierter Zahlen-Review, Upsell-Opportunities durchgehen, Team-Training

KPIs: Was du tracken musst

Was du nicht misst, kannst du nicht managen.

Täglich

- Anzahl Calls (Einzelcalls, Kickoffs, Onboardings)
- Zufriedenheits-Score pro Call (1–10), erfasst per Custom Activity im CRM
- Tagesabschlussbericht ausgefüllt

Wöchentlich

- Durchschnittlicher Zufriedenheits-Score
- Upsell-Umsatz (Verlängerungen und Instant-Upsells)
- Empfehlungen erhalten und konvertiert
- Projection gegen tatsächliches Ergebnis (Say-Do-Ratio)

Monatlich

- **Verlängerungs-Rate:** Wie viele Kunden verlängern?
- **Churn-Rate:** Wie viele Kunden gehen?
- Testimonials und 5-Sterne-Bewertungen aufgenommen
- Gesamt-Umsatz durch den Agent (Upsells, Verlängerungen, Empfehlungen)
- Kundenzufriedenheit im Durchschnitt über alle Accounts

Dein **KPI-Dashboard** zeigt pro Tag und pro Monat zum Beispiel

- Zufriedenheitsscore je No-Churn-Agent
- Durchgeführte Einzelcalls
- Wins
- Upsell-Umsatz
- Nach Empfehlungen gefragt
- Empfehlungs-Kontakte
- Bewertungen
- Aufgenommene Testimonial-Videos

SCOPE+L: Die Werte deines No-Churn-Teams

Diese Werte bilden das Fundament:

S — **Satisfaction First**
Kundenzufriedenheit steht an erster Stelle.

C — **Continuous Improvement**
Niemals stillstehen, immer höchste Standards setzen.

O — **Ownership**
Verantwortung für Kunden, Erfolge und Fehler übernehmen.

P — **Proactivity**
Kundenbedürfnisse frühzeitig erkennen und erfüllen.

E — **Extra Mile Excellence**
Standards in Kundenzufriedenheit setzen, Overdelivery als Mindset.

+L — **Lifetime Value Mindset**
Kunden lebenslang halten durch das beste Produkt am Markt.

Warum Werte **zählen**

Es sind nicht nur Tools oder Prozesse. Es ist eine Kultur. Und Kultur kann man nicht kopieren.

No-Churn-Agent- Department aufbauen

Jeder Punkt steht für eine abgeschlossene Phase. Hake ab, was bei dir schon steht:

- [ ] 01 **Eignung geprüft:** Macht ein No-Churn-Agent für dein Geschäftsmodell Sinn?
- [ ] 02 **Rolle definiert:** Sales-orientiert (Modell A) oder Fulfillment-orientiert (Modell B)?
- [ ] 03 **Modell gebaut:** Wie viel Fulfillment macht der Agent? Gibt es Backend-Support? Wie viele Kunden pro Agent?
- [ ] 04 **OTE kalkuliert:** Macht das Incentive-Modell rechnerisch Sinn für gute Leute? Fixum in der Ramping-Phase, Top-3-Boni, Provisionssätze festgelegt?
- [ ] 05 **Profil definiert:** Top-3-Eigenschaften, Experte oder Verkäufer?
- [ ] 06 **Recruiting gestartet:** Top-3-Kanäle, Stellenprofil verschriftlicht, Probeaufgabe mit anonymisiertem Kunden-Case vorbereitet
- [ ] 07 **Onboarding strukturiert:** Ramping-Timeline mit Phasen und Zielen, Tätigkeiten für Leerzeiten, Setting-Phase als Startpunkt eingeplant
- [ ] 08 **KPIs etabliert:** täglich, wöchentlich, monatlich, Top-3-KPIs für den Start
- [ ] 09 **Training und Leadership aufgesetzt:** Daily Training, Kickoff-Vorbesprechung, 1:1s, TAB und WAB, interner Kursbereich mit ersten Basics
- [ ] 10 **Teamkultur gelebt:** SCOPE+L im Team vorgestellt

No-Churn ist kein Zufall. Es ist ein System. Baue es Schritt für Schritt auf, und du wirst die Ergebnisse sehen.

Du hast jetzt die drei Systeme

Jedes System steht für sich. Zusammen machen sie aus einer Agentur mit Churn eine No-Churn-Agency.

01

AI Fulfillment Systeme

Fundament, Automation und AI

02

Backend Selling Systeme

Upsell, Verlängerung, Empfehlung, Reaktivierung

03

No-Churn-Agents Blueprint

Rolle, Profil, Incentives, Recruiting, Training, Steuerung

Du hast **zwei Optionen**

Option **01**

Selbst umsetzen

- Nimm diese Systeme und setze sie Schritt für Schritt um
- Rechne mit 6–12 Monaten, bis alles läuft
- Du lernst aus deinen Fehlern (teuer, aber lehrreich)
- Dafür brauchst du Zeit, Geduld und die Bereitschaft für Rückschläge

Option **02**

Gemeinsam durchstarten

- Wir implementieren die Systeme mit dir
- 3–6 Monate bis zum laufenden System
- Dein Team wird parallel geschult
- Persönliche Begleitung statt DIY-Chaos oder Video-Kurse
- Erprobte Systeme, entwickelt in 4 Jahren und bei über 1.000 Kunden im Einsatz

Abschluss | **Jetzt**

Der nächste Schritt ist simpel

1.000+	9,6	1 Mio. €	60+
Kunden begleitet	Zufriedenheitsscore	monatliches Auftragsvolumen	Teammitglieder

Kostenloses Beratungsgespräch zur Implementierung buchen

100 % kostenfrei und unverbindlich

Wir **zeigen dir**

- Deine größten Fulfillment-Lücken
- Wo bei dir Umsatz im Bestand liegen bleibt
- Der schnellste Weg zu einer No-Churn-Agency
- Ob und wie wir dir helfen können

heartbeat-consulting.com

Keine Verpflichtung. Kein Verkaufsdruck. Nur Klarheit.