# Was macht ein Vertriebler wirklich? Klartext für Profis

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 16. Februar 2026




# Was macht ein Vertriebler wirklich? Klartext für Profis

Du denkst, Vertriebler sind Kaffeetrinker mit Bluetooth-Headset, die PowerPoint-Folien rezitieren und Kunden mit leeren Worthülsen zusülzen? Willkommen in der Realität – denn echter Vertrieb 2024 ist alles, nur nicht das. Zwischen CRM-Wahnsinn, KPI-Kämpfen und technologischen Spielwiesen agiert der moderne Vertriebler als datengetriebener, strategischer Enabler –

oder er stirbt im Schatten der Automatisierung. Zeit für einen Deep Dive in das, was Vertrieb heute wirklich bedeutet. Ohne Bullshit. Ohne Buzzwords. Mit Klartext.

- Was ein Vertriebler heute wirklich leistet – jenseits von Klischees
- Welche Skills in Sales 2024 unverzichtbar sind – Spoiler: Excel reicht nicht
- Warum ohne CRM, Automatisierung und datengetriebenes Arbeiten nichts mehr geht
- Wie moderne Sales Funnels aussehen – und warum dein "Angebot" niemanden interessiert
- Der Unterschied zwischen Jäger und Farmer – und warum du beides brauchst
- Wie KPIs, Forecasts und Conversion Rates den Alltag dominieren
- Welche Tools im Tech Stack eines Vertrieblers Pflicht sind
- Warum Vertrieb heute mehr mit Psychologie und weniger mit "Verkaufen" zu tun hat
- Was Sales Enablement wirklich bedeutet – und warum es kein Marketing-Gimmick ist
- Fazit: Ohne echten Vertrieb stirbt jedes Business – aber nur, wenn er smart gemacht wird

# Was macht ein Vertriebler wirklich? Die Realität jenseits des Klischees

Vergiss den Vertreter mit Koffer und Krawatte. Der moderne Vertriebler ist ein hybrides Wesen aus Datenanalyst, Beziehungsmanager und Prozessoptimierer. Seine Aufgabe ist nicht mehr, Produkte zu "verkaufen", sondern Probleme zu lösen – präzise, skalierbar und idealerweise automatisiert. Der Vertrieb von heute beginnt nicht am Telefon, sondern im CRM-System. Er endet nicht beim Abschluss, sondern beim Retention Forecast. Willkommen im Maschinenraum des Wachstums.

Ein Vertriebler analysiert Zielgruppen, segmentiert Märkte, validiert Leads und orchestriert komplexe Multi-Touch-Kampagnen. Er bewertet Opportunities nach Scoring-Modellen, versteht Customer Lifetime Value (CLV) und kennt jeden Conversion Drop-off seiner Funnel-Stufen. Kurz: Er ist datengetrieben – oder überflüssig.

Im B2B ist er oft Teil eines Account-Based-Selling-Teams, das mit Marketing hochpräzise auf einzelne Unternehmen zielt. Im B2C kennt er die Customer Journey besser als so mancher UX-Designer. Und in beiden Fällen ist er das letzte Glied in einer langen Kette von Touchpoints – das Glied, das Umsatz generiert. Ohne ihn bleibt alles nur Marketing-Gelaber.

Ein echter Vertriebler ist kein Laberkopf, sondern ein strukturiertes Tool-Monster mit tiefem Verständnis für Produkt, Markt und Mensch. Er arbeitet mit KPIs, Dashboards, Playbooks, und Forecasts. Und er weiß: Wer heute nicht

skaliert, verliert. Vertrieb ist kein Bauchgefühl mehr – es ist ein datengetriebener Prozess mit klarer Systematik.

# Vertrieb 2024: Skills, die du brauchen wirst – oder du bist raus

Die Zeiten, in denen man mit “Menschenkenntnis” und “guter Menschenführung” durch den Sales-Alltag segelte, sind vorbei. Heute brauchst du ein Skillset, das tiefer geht. Wer Vertrieb 2024 machen will, muss Technologie, Psychologie, Prozessdenken und knallharte Zielorientierung unter einen Hut bringen. Alles andere ist Zeitverschwendung.

Top-Skills im modernen Vertrieb sind unter anderem:

- CRM-Kompetenz: Salesforce, HubSpot, Pipedrive – egal welches Tool, du musst es beherrschen. Lead-Tracking, Opportunity-Management, Deal-Stages – ohne das bist du blind.
- Datenanalyse: KPIs, Conversion Rates, Funnel-Analysen, Forecasting. Du musst Excel, BI-Tools oder wenigstens Google Sheets auf Expertenniveau beherrschen.
- Automation-Verständnis: Zapier, Make, Outreach.io oder Salesloft – wer repetitive Aufgaben händisch erledigt, ist ineffizient und teuer.
- Kommunikation auf C-Level: Du musst in der Lage sein, mit Entscheidern zu sprechen – und zwar so, dass sie dir zuhören. Kein Bullshit-Bingo, sondern Value-Based Selling.
- Technisches Verständnis: Besonders im SaaS- oder Tech-Umfeld musst du verstehen, was du verkaufst. APIs, Integrationen, Backend-Architektur – du musst es erklären können.

Hinzu kommt: Du musst mit Ablehnung umgehen können. Sehr gut sogar. Denn Vertrieb ist kein Streichelzoo. Du wirst 90 % deiner Zeit auf Nein stoßen. Wer da nicht mental stabil ist, geht unter. Resilienz ist kein Nice-to-have – es ist dein tägliches Brot.

# Sales-Funnels, Lead-Stages und Buyer Journeys – der neue Vertriebsprozess

Ein moderner Vertriebler denkt in Stufen, nicht in Abschlüssen. Der klassische Sales Funnel ist längst kein lineares Modell mehr, sondern ein dynamisches System aus Touchpoints, Qualifizierung und Priorisierung. Wer hier nicht differenziert, schießt mit der Gießkanne und hofft auf Regen. Spoiler: Der Regen bleibt aus.

Der typische B2B-Sales-Funnel sieht heute so aus:

1. Lead Generation: Inbound durch Content, SEO, Ads oder Outbound durch Prospecting.
2. Lead Scoring: Automatische Bewertung nach Engagement, Firmografie und Verhalten.
3. MQL zu SQL: Übergabe von Marketing Qualified Leads an den Vertrieb – mit validierten Kriterien.
4. Discovery Call: Problem verstehen, Budget klären, Entscheider identifizieren.
5. Solution Fit: Demo, Use Cases, Value Argumentation – kein Feature-Gewichse.
6. Proposal & Closing: Angebot, Verhandlung, Einwandbehandlung, Deal.

Jede dieser Stufen ist messbar. Conversion Rates, Cycle Times, Win Ratios. Ein Vertriebler, der die eigene Pipeline nicht in Zahlen kennt, ist ein Risiko – kein Asset. Und genau hier trennt sich die Spreu vom Weizen.

# Tech-Stack im Vertrieb: Diese Tools brauchst du – alles andere ist Spielerei

Ohne den richtigen Tech-Stack ist Vertrieb heute nicht mehr skalierbar. Wer denkt, mit Outlook, Excel und einem alten Nokia 6210 Leads closen zu können, lebt in einer romantisierten Vergangenheit. Hier ist der Stack, den ein moderner Vertriebler braucht – und warum:

- CRM-System: Salesforce, HubSpot, Pipedrive – zentrale Datenquelle für alle Aktivitäten.
- Sales Engagement Tools: Outreach, Salesloft, Apollo – für automatisierte Outreach-Kampagnen.
- Lead Intelligence: LinkedIn Sales Navigator, Cognism, Lusha – für Zielgruppen-Insights und Kontaktdaten.
- Analytics & Forecasting: Tableau, Power BI oder native CRM-Dashboards – für datenbasierte Steuerung.
- Kommunikation: Calendly, Zoom, Slack – für reibungslose Termine und Abstimmung.

Wer seinen Stack nicht im Griff hat, verliert Zeit, Daten und Vertrauen. Und Vertrauen ist im Vertrieb die einzige Währung, die zählt. Tools sind kein Luxus – sie sind Überlebensausrüstung.

# Sales Enablement, KPIs und

# Closing-Strategien – was wirklich zählt

Sales Enablement ist mehr als ein schickes Whitepaper. Es ist die strategische Ausrichtung aller vertriebsrelevanten Inhalte, Prozesse und Tools auf messbaren Erfolg. Es bedeutet: Jeder Vertriebler hat Zugriff auf das richtige Material zur richtigen Zeit im richtigen Format. Und das ist Gold wert.

KPIs sind keine Deko. Sie zeigen, wo das System klemmt. Typische Vertriebs-KPIs sind:

- Lead-to-Opportunity-Rate
- Opportunity-to-Close-Rate
- Average Sales Cycle Length
- Average Deal Size
- Customer Acquisition Cost (CAC)

Wer diese Zahlen nicht kennt, verkauft im Blindflug. Und ein Vertrieb im Blindflug ist teuer – für alle Beteiligten.

Closing ist keine Kunst – es ist ein Handwerk. Gute Vertriebler schließen nicht durch Druck, sondern durch Relevanz. Sie verstehen Einwände, behandeln sie methodisch (Feel-Felt-Found, Objection Handling Frameworks) und führen den Kunden durch den Entscheidungsprozess – mit Klarheit und Struktur, nicht mit Druck und Rabatt.

# Fazit: Vertrieb ist kein Labern – es ist ein System

Vertrieb 2024 ist nicht mehr das, was es mal war. Und das ist auch gut so. Wer heute erfolgreich verkaufen will, muss Technik, Daten, Prozesse und Menschen verstehen. Der Vertriebler ist kein Einzelkämpfer mehr, sondern Teil eines orchestrierten Systems aus Marketing, Produkt, Customer Success und Business Intelligence. Und dieses System funktioniert nur, wenn alle Zahnräder ineinandergreifen.

Also hör auf mit Klischees, PowerPoint-Schlachten und “Bauchgefühl”. Mach den Vertrieb endlich zu dem, was er sein muss: messbar, skalierbar, relevant. Denn am Ende zählt nur eins: Umsatz. Und der kommt nicht von alleine. Er kommt durch smarte, datengetriebene, technologiegestützte Vertriebsarbeit. Willkommen in der Realität. Willkommen bei 404.