



Deal-Pipeline auf Autopilot: Ihre Checkliste für skalierbaren Vertriebserfolg



So entwickeln Sie eine **skalierbare, datengestützte und KI-optimierte Vertriebspipeline**.

Herzlich Willkommen!

Viele Unternehmen kämpfen mit chaotischen Deal-Listen, Excel-Tracking und einer Pipeline ohne Struktur. Wichtige Informationen fehlen, Forecasts beruhen auf Bauchgefühl – Planbarkeit? Fehlanzeige. Das kostet Effizienz, Abschlüsse und Wachstum.

Die Folge:

Wachstum wird zum Zufall, statt strategisch gesteuert. Chancen werden verspielt, Teams arbeiten ineffizient, und der Vertriebsleiter wird zum Feuerwehrmann.

Doch genau hier setzt dieses Dokument an.

Erfahren Sie, wie Sie Ihre Vertriebspipeline zu einem echten Wachstumshebel machen – strukturiert, automatisiert und datenbasiert.

Mit den Methoden GPCT & NEAT, praxisnahen Best Practices und dem Tool Sales Hub von HubSpot bauen Sie eine Pipeline auf, die funktioniert – vom Erstkontakt bis zum Abschluss.

Plus: Unser integriertes Diagnose-Tool zeigt Ihnen sofort, wo Ihre größten Hebel liegen. **Kompakt. Klar. Umsetzbar.**

Carolin Schneider



Carolin Schneider

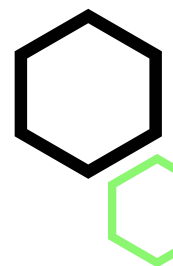
Senior Key Account Manager
bei Polygran GmbH

[Termin vereinbaren](#)

Inhaltsverzeichnis

Ihre Checkliste für skalierbaren Vertriebserfolg:

0. [Die 6 wichtigsten Merkmale einer skalierbaren Deal-Pipeline](#)
 1. [Qualifizieren wie die Profis – mit GPCT & NEAT](#)
 2. [Deal-Stufen mit Klarheit & Substanz](#)
 3. [Smarte KI statt Sales-Bauchgefühl](#)
 4. [Automatisierung & Datenqualität: So arbeitet Ihr CRM für Sie](#)
 5. [Forecasts, auf die ihr euch verlassen könnt](#)
 6. [Reporting & Insights: Der Blick unter die Haube](#)
- B** [Bonus-Diagnose-Tool: Wo steht Ihr Vertrieb heute?](#)



Die 6 wichtigsten Merkmale einer skalierbaren Deal-Pipeline

Ohne ein einheitliches Framework führen Vertriebsteams oft unstrukturierte Gespräche.

Das Ergebnis: Ungenutzte Potenziale, verlorene Zeit und unklare Prioritäten – statt messbarem Fortschritt.

Mit den richtigen Prinzipien geht es gezielt voran.

Vom Erstkontakt bis zum Abschluss: Diese sechs Elemente schaffen Klarheit, Effizienz und Planbarkeit – und lassen sich direkt im HubSpot Sales Hub umsetzen.

Qualifizieren wie die Profis – mit GPCT & NEAT

Jede erfolgreiche Pipeline beginnt mit einer soliden Grundlage: einer systematischen Qualifizierung. Ziel ist es, Vertriebsressourcen gezielt auf Chancen zu konzentrieren, die wirklich Potenzial haben.

GPCT: Ideal für den Einstieg

Das GPCT-Framework **verzichtet bewusst auf klassische Budgetfragen** und fokussiert sich stattdessen auf das Geschäftsmodell und die Zielstruktur des Kunden. Moderne Kunden investieren nicht, weil Budget bereits vorhanden ist – sie **schaffen Budget**, wenn sie vom **Nutzen und der Dringlichkeit** überzeugt sind.



Goals:

Welche Ziele verfolgt das Unternehmen?



Plans:

Welche Maßnahmen sind geplant?



Challenges:

Welche Hürden stehen im Weg?



Timeline:

Bis wann soll das Ziel erreicht werden?

- Es hilft dabei, die Ziele des Kunden zu verstehen, aktuelle Strategien und Herausforderungen aufzudecken und den zeitlichen Rahmen für mögliche Entscheidungen zu erfassen.
- GPCT unterstützt eine beratende Gesprächsführung und hilft dabei, Chancen frühzeitig richtig einzuschätzen.

Die 6 wichtigsten Merkmale einer skalierbaren Deal-Pipeline

NEAT: Für komplexe B2B-Projekte

NEAT eignet sich hervorragend für die tiefergehende Qualifikation größerer Projekte und ergänzt GPCT in der Opportunity-Phase.



Needs:

Welche konkreten Probleme bestehen?



Economic Impact:

Welchen wirtschaftlichen Nutzen bringt die Lösung?



Access to Authority:

Ist der Zugang zu den Entscheidern gegeben?



Timeline:

Wann ist mit einer Entscheidung zu rechnen?

→ Mit NEAT lassen sich substantziellere Opportunities erkennen – für bessere Forecasts, mehr Fokus und höhere Abschlussquoten.

In HubSpot umsetzbar durch:

- Playbooks mit geführten Fragen
- Pflichtfelder bei Deal-Anlage oder -Übergabe
- Eigene Deal-Eigenschaften zur strukturierten Dokumentation



Tipp: Frühzeitig disqualifizieren ist kein Verlust, sondern Effizienzgewinn.

Die 6 wichtigsten Merkmale einer skalierbaren Deal-Pipeline

02

Deal-Stufen mit Klarheit & Substanz

In vielen Unternehmen sind die Deal-Stufen reine Formalität – jeder versteht etwas anderes darunter. Ohne objektive Kriterien bleibt die Pipeline subjektiv, und Forecasts werden zur reinen Schätzung. Das führt zu Missverständnissen im Team, unrealistischen Prognosen und stagnierenden Deals.

Ihre **Deal-Stufen** bilden jedoch das **Rückgrat Ihres Vertriebsprozesses**. Sie sorgen für Transparenz, Planbarkeit und Vergleichbarkeit.

Warum klare Deal-Stufen entscheidend sind:

- Einheitliches Verständnis im gesamten Vertriebsteam
- Verlässliche Forecasts und weniger Stagnation
- Grundlage für Reporting, Automatisierung und Coaching

The image shows a screenshot of a HubSpot deal pipeline configuration. It is divided into two main sections: 'Steuernde Eigenschaft' (Controlling Property) on the left and 'Wichtige Ansprechpartner identifiziert und angelegt (z. B. Entscheidungsträger, Nutzer) *' (Identified and created key contact person (e.g., decision maker, user) *) on the right. The left section lists properties like 'Deal-Phase', 'Gleich', and 'Pitch/Solution Demo'. The right section lists criteria like 'Kundenbedürfnisse und Pain Points verstanden und dokumentiert. *', 'Timing, Budgetrahmen und grober Entscheidungsprozess bekannt und dokumentiert. *', 'Produkt/Service grundsätzlich passend (kein "No Fit") *', 'Termin für Pitch/Solution Demo ist vereinbart. *', and 'Go-/No-Go-Entscheidung getroffen, ggf. Opp geschlossen und Inform Teams-Channel geteilt. *'. A green arrow points from the 'Termin für Pitch/Solution Demo ist vereinbart. *' criterion to the 'Termin für Pitch/So...' property in the left section.

In HubSpot umsetzbar durch:

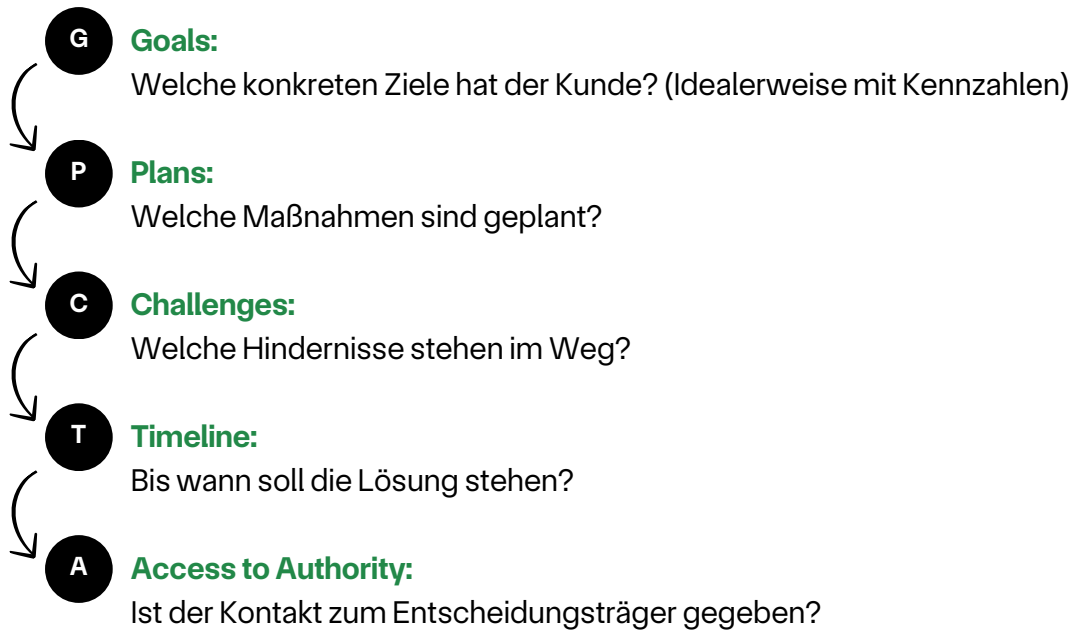
- Visuell darstellbare Deal-Pipelines
- Pflichtfelder beim Stufenwechsel
- Playbooks zur inhaltlichen Unterstützung



Die 6 wichtigsten Merkmale einer skalierbaren Deal-Pipeline

→ Unsere Praxisempfehlung

Ein Opportunity/Deal sollte erst angelegt werden, wenn folgende Punkte erfasst wurden:



Smarte KI statt Sales-Bauchgefühl

Viele Vertriebsteams verlassen sich auf Erfahrung oder Bauchgefühl.

Doch ohne systematische Auswertung vergangener Deals bleiben blinde Flecken – und das kostet Umsatz. Risiken werden zu spät erkannt, Chancen nicht rechtzeitig priorisiert.

Mit Hilfe von KI erkennen Sie schneller, welche Deals aussichtsreich sind – und wo Ihre Vertriebsressourcen besser eingesetzt werden sollten.

Was die HubSpot-KI leistet:

- Bewertung von Chancen und Risiken auf Basis historischer Daten
- Konkrete Handlungsempfehlungen im Deal-Record
- Mustererkennung bei erfolgreichen und verlorenen Deals

→ Diese Funktionen sind direkt im Deal-Datensatz sichtbar – inkl. Bewertung der Aktivität, Relevanz und prognostizierter Entwicklung.



KI-Risikobewertung Beispiel 1

Risiken

Wechsel bei den wichtigsten Entscheidungsträgern. [Quelle](#)

KI-Risikobewertung Beispiel 2

Risiken

Ghosting: Keine Käuferreaktion auf die 3 zuletzt gesendeten E-Mails.

Wettbewerber in mindestens einer Interaktion erwähnt.

Die 6 wichtigsten Merkmale einer skalierbaren Deal-Pipeline

04

Automatisierung & Datenqualität: So arbeitet Ihr CRM für Sie

Oft hängen Follow-ups am Gedächtnis des Vertrieblers.

Ohne Automatisierung geht wertvolle Zeit verloren – oder potenzielle Kunden gleich mit. Manuelle Aufgaben, fehlende Standards und unvollständige Daten bremsen das Team und erschweren einheitliches Arbeiten.

Automatisierung schafft hier echte Entlastung.

Sie sichert Prozesse, spart Zeit und stellt sicher, dass kein wichtiger Schritt vergessen wird. Gleichzeitig sorgt sie für verlässliche Datenqualität – die Grundlage für fundierte Entscheidungen und skalierbaren Vertrieb.

Typische Automatisierungen im HubSpot Sales Hub:

- Automatisches Anlegen von Aufgaben bei Phasen-Wechsel
- Versand vordefinierter E-Mails (z. B. Meeting-Bestätigung, Follow-up)
- Interne Benachrichtigungen bei bestimmten Deal-Ereignissen (z. B. Deal-Stage „Angebot“)

Fokus auf Datenqualität – Grundlage jeder belastbaren Pipeline

Eine moderne Vertriebspipeline steht und fällt mit der **Qualität der Daten**, die darin gepflegt werden. Falsche oder unvollständige Informationen führen zu falschen Forecasts, ineffizienten Follow-ups und verzögerten Abschlüssen.

Deshalb gilt: Automatisierung und Datenqualität gehören untrennbar zusammen.

In HubSpot umsetzbar durch:

- Pflichtfelder wie „Jobtitel“, „Entscheidungsrolle“, „Branche“, „Unternehmensgröße“
- Abhängige Felder, die je nach Kontaktstatus automatisch eingeblendet werden
- Workflow-basierte Warnmeldungen, wenn kritische Informationen fehlen (z. B. „Achtung: kein Entscheider hinterlegt“)
- Feldbasierte Datenqualitäts-Scoring-Modelle, die Leads automatisch priorisieren oder als „unvollständig“ kennzeichnen



➔ **Best Practice:** Nutzen Sie eine einfache visuelle Ampellogik für die Datenqualität (grün = vollständig & relevant, gelb = teilqualifiziert, rot = kritisch/unvollständig). Diese kann in HubSpot mit benutzerdefinierten Feldern und Workflows abgebildet werden – und sorgt für Klarheit im gesamten Team.

Die 6 wichtigsten Merkmale einer skalierbaren Deal-Pipeline

05

Forecasts, auf die ihr euch verlassen könnt

Viele Vertriebsleiter greifen noch auf manuell gepflegte Excel-Dateien zurück. Das führt zu verzerrten Prognosen, unnötigen Diskussionen im Forecast-Meeting und im schlimmsten Fall zu strategischen Fehlentscheidungen im Management.

Dabei will jede Geschäftsführung nur eine einfache Antwort:

„**Wie viel Umsatz machen wir nächsten Monat?**“ – und zwar belastbar.

Verlässliche Prognosen basieren nicht auf Bauchgefühl, sondern auf **klar definierten Prozessen**, realistischen Wahrscheinlichkeiten und aktuellen Aktivitätsdaten.

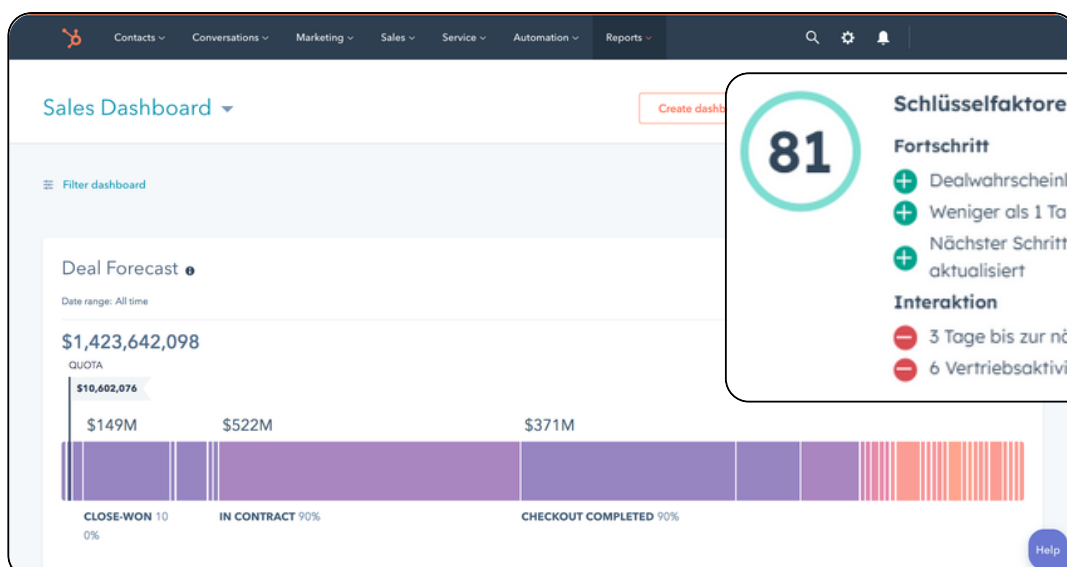
Voraussetzungen für Forecast-Genauigkeit:

- Wahrscheinlichkeiten je Deal-Stufe, basierend auf realer Conversion
- Aktivitätsdaten & Fortschritt im Verkaufsprozess
- Historische Vergleichsdaten zur Validierung



In HubSpot umsetzbar durch:

- Deal-Stufen mit zugewiesenen Wahrscheinlichkeiten
- Forecasting-Dashboards (z. B. nach Team, Verantwortlichem, Zeitraum)
- Pipeline-Ansicht nach gewichteten Werten



→ **So erkennen Sie:** Welche Deals sind wirklich heiß – und wo wird es nur warm geredet.

Die 6 wichtigsten Merkmale einer skalierbaren Deal-Pipeline

06

Reporting & Insights: Der Blick unter die Haube

Eine skalierbare Pipeline funktioniert aber nur, wenn Sie genau wissen, wo es klemmt – und warum. Nur wer Engpässe, Durchlaufzeiten und Team-Performance regelmäßig analysiert, kann den Vertriebsprozess gezielt optimieren.

Wichtige Fragen, die Sie beantworten sollten:

- Wo stagnieren Deals am häufigsten?
- Wie lange dauert es vom Erstkontakt bis zum Abschluss?
- Wie performen einzelne Reps, Teams oder Regionen?

In HubSpot umsetzbar mit:

- Sales Analytics Tool
- Conversion Reports zwischen Stufen
- Ursachenanalyse bei Deal-Verlusten
- Individuelle Dashboards für Performance-Messung



Tipp: Etablieren Sie ein regelmäßiges „Pipeline Health Meeting“ – alle zwei Wochen, mit klaren KPIs

Diagnose-Tool: Wo steht Ihr Vertrieb heute?

Ohne ein zentrales CRM bleiben Daten verstreut – in Tools, E-Mails und Köpfen.

Eine fundierte Ursachenanalyse wird so praktisch unmöglich. Entscheidungen beruhen auf Annahmen statt auf Fakten, Verbesserungspotenziale bleiben unentdeckt.

Dieses Tool gibt Ihnen einen **schnellen**, aber **fundierten Überblick** über den Reifegrad Ihrer Deal-Pipeline. Beantworten Sie die Aussagen ehrlich – und entdecken Sie Ihre größten Hebel zur Optimierung.

Bereich	Aussage	Ja +3	Teilweise +2	Nein +0
Qualifizierung	Unsere Vertriebsmitarbeitenden arbeiten in der Frühphase systematisch mit einer Qualifizierungslogik wie GPCT oder NEAT.	☐	☐	☐
Deal-Stufen & Kriterien	Unsere Pipeline-Stufen sind klar definiert, nachvollziehbar und haben objektive Wechselkriterien.	☐	☐	☐
KI-gestützte Analyse	Wir nutzen KI, um die Relevanz und Risiken von Deals besser einzuschätzen und priorisieren unsere Pipeline entsprechend.	☐	☐	☐
Automatisierung	Unser CRM übernimmt wiederkehrende Aufgaben (z. B. Follow-ups, Aufgaben, Weiterleitungen) automatisch.	☐	☐	☐
Forecasting	Unsere Umsatzprognosen basieren auf strukturierten Abschlusswahrscheinlichkeiten und tatsächlichen Aktivitätsdaten.	☐	☐	☐
Reporting & Analyse	Wir analysieren regelmäßig Conversion-Raten, Durchlaufzeiten und Engpässe in unserer Pipeline.	☐	☐	☐
Summe				

Auswertung & Handlungsempfehlung

Maximalpunktzahl: 18 Punkte

15–18 Punkte

Top aufgestellt

Glückwunsch! Ihre Pipeline ist bereits ein strategisches Steuerungsinstrument. Mit Feintuning – etwa bei KI-Nutzung oder Reporting-Detailtiefe – können Sie jetzt echte Wettbewerbsvorteile erzielen.

10–14 Punkte

Solide Basis, Luft nach oben

Sie haben viele Grundlagen gelegt, aber nutzen das Potenzial noch nicht voll aus. Insbesondere in Bereichen wie Automatisierung, Qualifizierung oder Reporting lohnt sich ein gezielter Ausbau – am besten mit technischen Templates und HubSpot-Workflows.

0–9 Punkte

Hoher Handlungsbedarf

Ihre Pipeline kostet Sie wertvolle Abschlüsse und liefert keine verlässlichen Prognosen. Starten Sie mit einer Neustrukturierung – z. B. auf Basis der GPCT-/NEAT-Logik, automatisierten Prozessen und datenbasierter Auswertung mit HubSpot Sales Hub.





Mehr Umsatz, weniger Reibung – wir zeigen, wie es geht.

Vereinbaren Sie ein unverbindliches Gespräch und erfahren Sie, wie Sie Ihre Pipeline mit HubSpot Sales Hub smart automatisieren und skalieren.

Beratungsgespräch vereinbaren

Carolin Schneider

polygran