



# **GROW YOUR BUSINESS WITH RELATIONAL SALES.**

Relational Sales Framework™

---

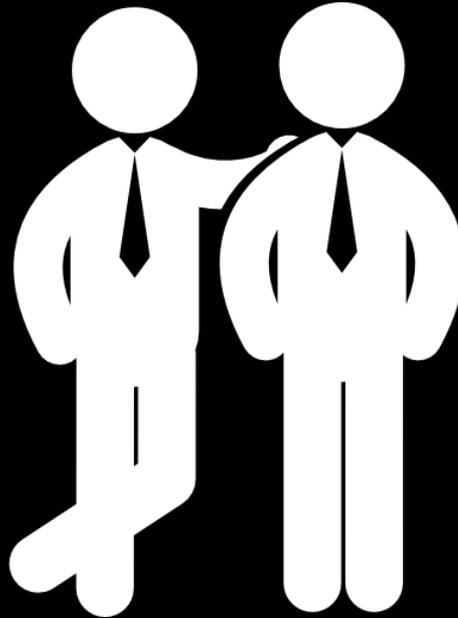
Henning  
Heesen  
& Company®

---

# TRANSACTIONAL SALES

- Möchte das Produkt vorstellen
- Baut Druck auf durch Erinnern
- Kommuniziert in Features
- Sucht den eigenen Umsatz
- Erinnert rein an das Angebot
- Ist nach dem Abschluss zum nächsten Kunden

*Closing Rate <30%*



# RELATIONAL SALES

- Möchte die Beziehung aufbauen
- Baut erst Vertrauen auf
- Kommuniziert in Werten
- Sucht Vorteile für den Kunden
- Fragt nach, wie es geht, lädt ein
- Baut die Beziehung auch nach dem Abschluss weiter aus

*Closing Rate >70%*

**SALES IS  
PEOPLE'S  
BUSINESS**

**SALES IS**  
**ABOUT**  
**TRUST**

**NOTHING IS MORE  
TRUSTWORTHY  
THAN A  
RELATIONSHIP**

**IF YOU PRIORITIZE  
THE RELATIONSHIP  
INSTEAD OF THE DEAL  
YOU GET MORE  
THAN THE DEAL**



**BE UNSTOPPABLE.  
WITH THE  
RELATIONAL  
SALES  
FRAMEWORK.**

**BETTER LEADS.  
BETTER DEALS.  
BETTER UPSELL.**

---

**Henning  
Heesen  
& Company®**

---

# 7 Rules of Sales Success.

---

## RULE NR. 1 IN SALES

### GET YOUR CUSTOMER TO LIKE YOU

Sales ist ein People's Business. Wir kaufen, wenn wir uns bei der Entscheidung gut fühlen, auch im B2B. Sympathie, Kompetenz, Relevanz und Referenz sind die 4 Schlüsselfaktoren, um Vertrauen aufzubauen.

## RULE NR. 2 IN SALES

### IT'S NEVER ABOUT PRICE IT'S ABOUT FEELING SECURE OR THE LACK OF BUDGET

Everything communicates and details matter. Der Grund, warum jemand nicht kauft, ist nicht der Preis, sondern Zweifel. Schaffe Sicherheit in allem, was du tust, um Unsicherheiten zu beseitigen.

## RULE NR. 3 IN SALES

### UNDERSTANDING SALES IS UNDERSTANDING PEOPLE

Lies dich schlau und lerne die Psychologie des Menschen, um zu verstehen, warum wir kaufen, was wir kaufen.

## RULE NR. 4 IN SALES

### BE THE BEST AT WHAT YOU DO

Sich und seine Marke als Nr. 1 zu positionieren, gibt Sicherheit und signalisiert Kunden: Schaut nicht weiter – hier bist du richtig.

## RULE NR. 5 IN SALES

### FOLLOW UP & BUT BE CREATIVE

80 % aller B2B Deals erfolgen erst nach dem 5. Kontakt. Bleib also dran, aber wechsele die Touchpoints zwischen online und offline, um maximales Vertrauen aufzubauen.

## RULE NR. 6 IN SALES

### FIRST GIVE THAN GET

Sei im Sales immer ein Geber. Gebe Informationen, Erkenntnisse, Ratschläge – zeige eine Vorschau darauf, wie du arbeitest. Je mehr du gibst, desto mehr Vertrauen gewinnst du.

## RULE NR. 7 IN SALES

### PROCESS IS EVERYTHING

Sales ist Prozess, Prozess, Prozess. "Know your customer, your market, your product & how to sell". Meistere den Prozess und Erfolg wird kein Zufall mehr sein.



# Relational Sales Framework™

CUSTOMER JOURNEY

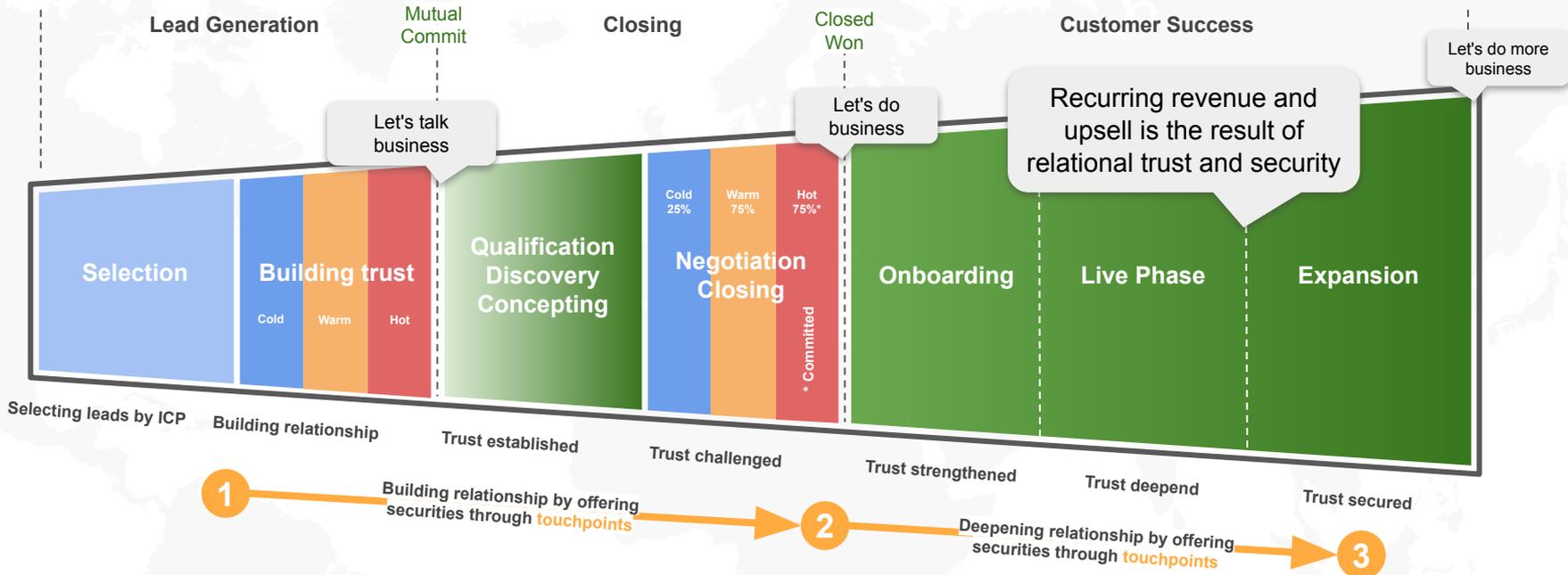
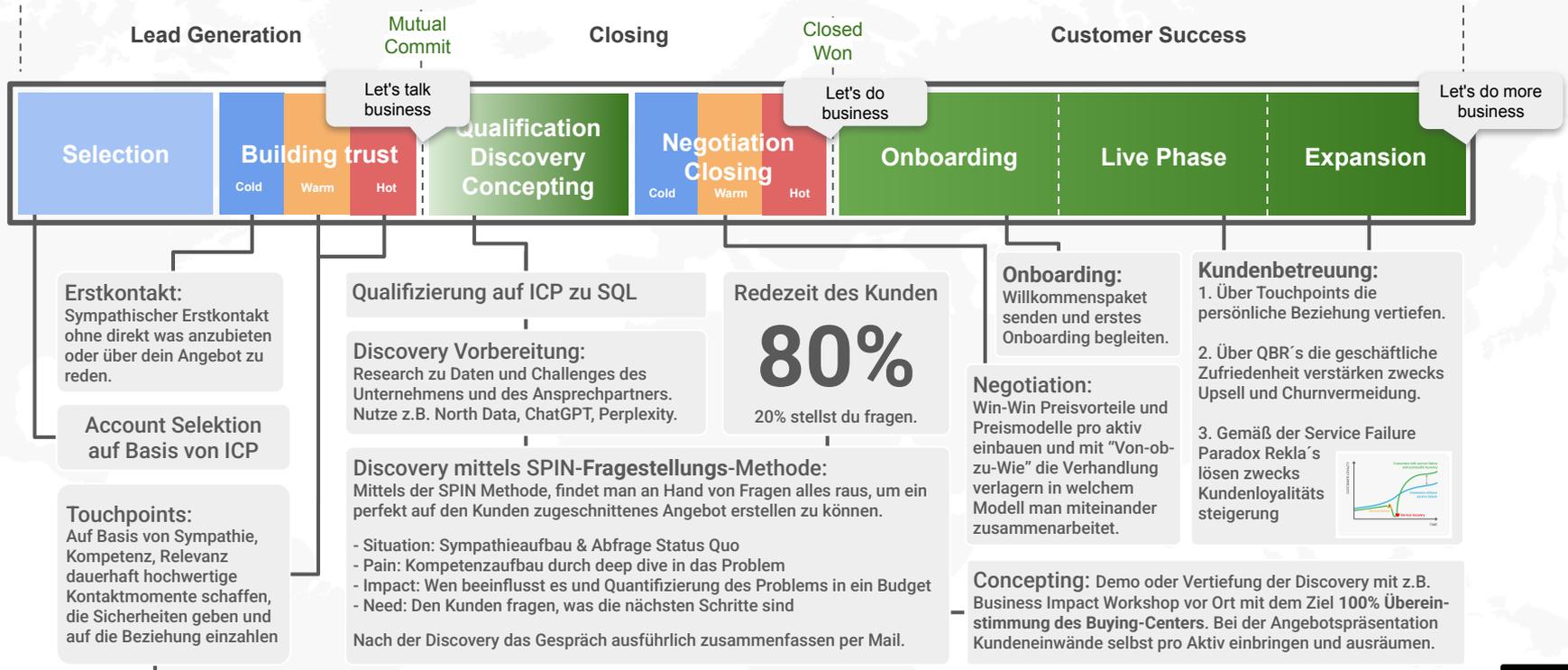


Figure: Customer Journey with the relationship based on securities

# Relational Sales Framework™

SALES PROCESS



Touchpoints - Touchpoints



# Relational Sales Framework™

SALES  
PROCESS

Mutual  
Commit

## Closing

Closed  
Won

Let's talk  
business

Let's do  
business

Qualification Discovery Concepting

Stage Cold 25%

Deal Stage: Negotiation & Closing

Stage Warm 50%

Stage Hot 75%

Leads auf SQL qualifizieren nach:

- Tech Stack
- Branche
- Anzahl Mitarbeiter
- Umsatz
- Geografisches Gebiet
- Ansprechpartner
- Challenges
- Gains
- Interessen
- Funktion
- Sympathie
- Budget
- Dringlichkeit
- Wechselbereitschaft
- Sicherheitsbedarf
- Pains
- Werte
- Kompetenzen

Discovery Vorbereitung:

Research zu Daten und Challenges des Unternehmens und des Ansprechpartners. Nutze z.B. Chat GPT oder Perplexity. Gehe konzentriert und unabgelenkt in den Call

Redezeit des Kunden ist

80%

20% stellst du fragen

Discovery mittels SPIN-Fragestellungs-Methode:

- Begrüße dein Gegenüber authentisch mit einem Lächeln
- Baue eine gute Atmosphäre auf, Frage nach persönlichem Befinden, baue Sympathien auf durch Gemeinsamkeiten
- Stelle Geschäftsbasierte Situationsfragen, Status Quo
- Frage nach dem Pain: Deep dive in das Problem
- Impact-Frage: Quantifizierung das Problems in ein Budget, frage nach allen Impact-Beteiligten und nach der Dringlichkeit
- Need: Den Kunden was die nächsten Schritte sind

Re-Qualifizierung:  
Neubewertung des Leads auf ICP & SQL.

Zusammenfassung  
per Mail mit next steps.

Konzipierung  
Thema Sicherheit:

- Vertiefung der Discovery mit z.B. Business Impact Workshop vor Ort mit dem Ziel 100% Übereinstimmung des kompletten Buying-Centers.
- Gehe in maximale Vorleistung, dem Kunden genau zu zeigen, was er bekommt.
- Testläufe und Trials anbieten

Angebot & Verhandlung

Erstelle das Angebot genau gemäß der Konzipierung und Wünsche der Entscheidungsträger. Kundeneinwände selbst pro Aktiv einbringen und ausräumen. Zudem die Verhandlung verlagern "Von-ob- zu-Wie" man miteinander zusammenarbeitet durch pro aktiv verschiedene Win-Win Preisvorteile und Zahlungsmodelle einzubauen.

Closing:

Baue die Beziehung weiterhin aus durch hochwertige Touchpoints. Pushe nicht, bleibe geduldig, auch wenn es sich zieht.

Touchpoints - Touchpoints

# Relational Sales Framework™

SALES  
PROCESS

## Customer Success

Closed  
Won

Let's do  
business

Let's do more  
business

Onboarding

Live Phase

Expansion

### Nach Unterschrift:

Sende unverzüglich nach der Unterschrift eine Mail und bedanke dich für das Vertrauen. Liste darin zudem die next Steps auf.

### Willkommenspaket:

Sende ein kleines WillkommensPaket als zusätzliches Dankeschön und Wertschätzung.

### Onboarding-Call:

Begleite das erste Onboarding und präsentiere das Kommunikationsmodell, das aufzeigt, dass du auch weiterhin Sorge trägst und regelmäßig einen Check In machst, auch als Eskalationsstufe.

### Kommunikationsmodell etablieren:

Das bist Du.



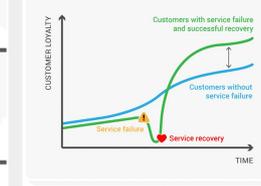
Quartals-/halbjahres/jährlicher Austausch zur Zufriedenheit, (höchste Eskalationsstufe) und und strategischer Zusammenarbeit, bzw. Up-/Cross Sell.

Wöchentl./ Monatlicher Austausch zwecks Projekt-Performance

Täglicher Austausch auf operativer Ebene

### Service Failure Paradox:

Rekla's lösen zwecks Kundenloyalitäts-Steigerung.



Bleibe up-to-date von allen Beschwerden und löse diese gemäß der SFP um die Beziehung zum Kunden weiter auszubauen.

### Upsell & Cross Sell

1. Vertrauen sichern durch die 4 QBR Fragen:  
- Wie geht's dir?  
- Wie läuft's Geschäft?  
- Wie läuft unsere Zusammenarbeit?  
- Was kann ich für dich tun?

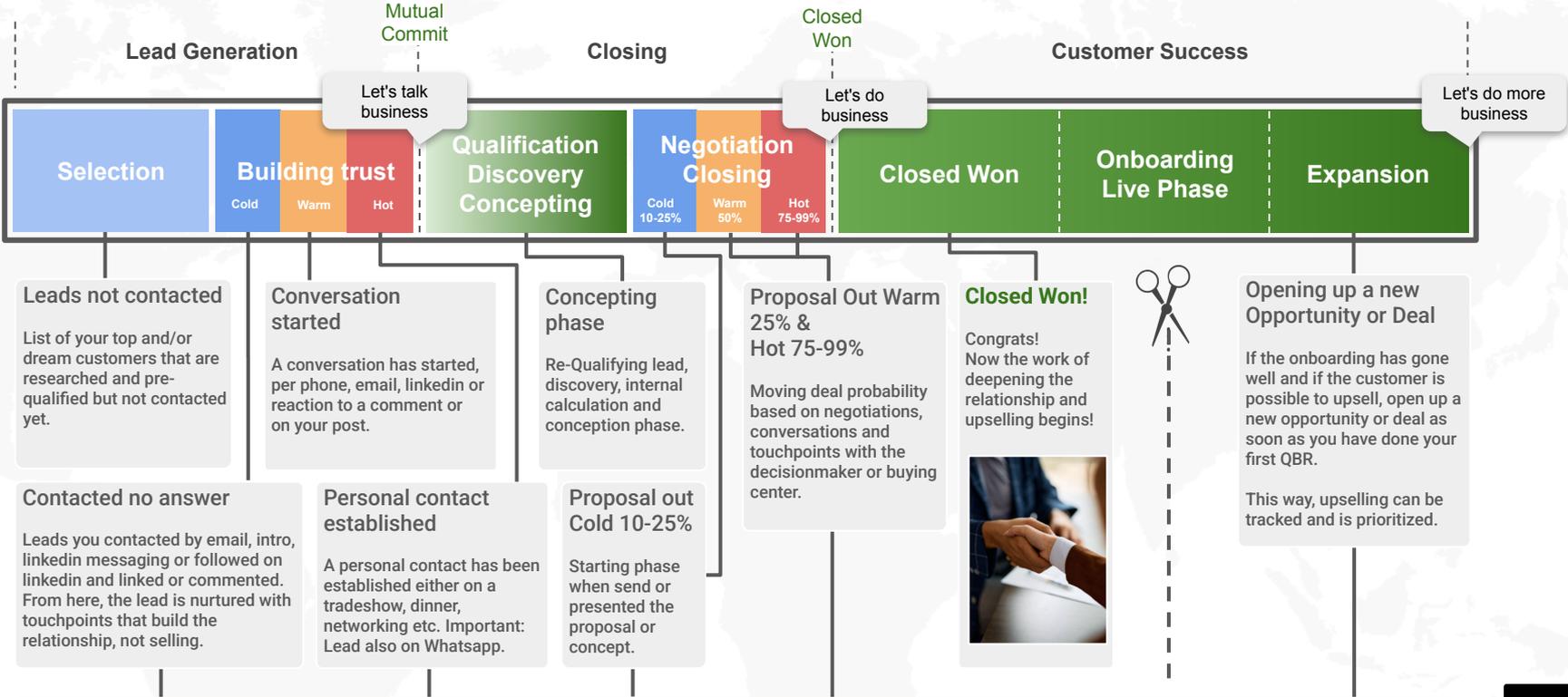
2. "Find products for your customers" - Anhand Feedback deines Kunden, baust du deine Produkt oder Service- Palette aus.  
3. Beziehung weiterhin ausbauen durch Touchpoints

Bei jeglicher Unzufriedenheit: **SFP!**

Touchpoints - Touchpoints

# Relational Sales Framework™

PIPELINE VISUAL



Touchpoints - Touchpoints

# Relational Sales Framework™

TOUCH  
POINTS

Maßnahme											
Beschreibung	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November
Persönlicher Touchpoint											
Persönlicher Touchpoint 2											
Jahresplanung											
Beschreibung	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November
LinkedIn											
LinkedIn Company											
Webinar											
Geschenk											
Messen											
Vortrag											
Dinnerreihe											
Events / Meet-Up											
OOH											
Print											
Podcast											
Digitaler Kaffee											

Persönliche Touchpoints planen, QBR's oder je nach Marketingplanung, fehlende Touchpoints

Jahresplanung eintragen und ausbauen, sodass jeden Monat ein Touchpoint zum Lead oder Kunden hergestellt wird

Screenshot: Auszug aus den Workshopunterlagen

# Relational Sales Framework™

CHECKLISTE  
SICHERHEITEN

Product	Price	Place	People	Promo	Presentation	Process	Proof
<input type="checkbox"/> Qualität entsprechend dem Preis und der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Preisniveau entsprechend der Positionierung, Produktqualität, Zahlungsbereitschaft und Budget der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Adresse & Telefonnummer lokalisiert ggfs. in einer relevanten Stadt	<input type="checkbox"/> Sympathische und authentische Begrüßung und Gesprächsatmosphäre	<input type="checkbox"/> Werbekanäle (online, offline, social) entsprechend der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Firmenname prägnant entsprechend der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Strukturierter Follow-Up Prozess für Lead Gen und Angebotsverfolgung	<input type="checkbox"/> Zertifizierungen entsprechend der Zielgruppe
<input type="checkbox"/> Funktionen entsprechend dem Preis und der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Optische Darstellung entsprechend den Erwartungen der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Erscheinungsbild außen entsprechend dem Preis und der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Emotionale Stabilität, ruhige Stimme und ruhiges Auftreten	<input type="checkbox"/> Kampagnen entsprechend der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Firmenlogo zeitgemäß entsprechend der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Strukturierte Touchpoint Strategie für Marketing und Sales	<input type="checkbox"/> Online Bewertungen für optimale Außendarstellung
<input type="checkbox"/> Verpackung entsprechend dem Preis und der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Aktionen entsprechend den Erwartungen der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Erscheinungsbild innen entsprechend dem Preis und der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Strukturierte Gesprächsführung	<input type="checkbox"/> Social Media Postings in regelmäßiger Frequenz und Kommunikation entsprechend der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Webseite inkl. Funktionen, PRESENTATION und PROOF entsprechend dem Preis und der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Sales Playbook für strukturierte Prozesse und Optimierung der Prozesse	<input type="checkbox"/> Awards / Auszeichnungen entsprechend der Zielgruppe für optimale Außendarstellung
<input type="checkbox"/> Produktdesign entsprechend dem Preis und der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Preismodelle klar und transparent dargestellt	<input type="checkbox"/> Google Maps mit professionellen Bildern	<input type="checkbox"/> Fachliche und Soziale Kompetenz	<input type="checkbox"/> PR in regelmäßiger Frequenz und Kommunikation entsprechend der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Domainname prägnant entsprechend der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> CI Guidebook für konstante Professionalität und Erkennungswert	<input type="checkbox"/> Hohe Anzahl Follower für optimale Außendarstellung
<input type="checkbox"/> Produktvariation verständlich entsprechend der Zielgruppe aufgebaut	<input type="checkbox"/> Einstiegspreis klar und transparent dargestellt	<input type="checkbox"/> Scent & Sound entsprechend dem Preis und der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Äußeres Erscheinungsbild entsprechend dem Preis und der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Messen, Hausmessen, Events in konstanter Frequenz	<input type="checkbox"/> Positionierung Spruch hyper klar entsprechend der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Mitarbeiterweiterbildung für Optimierung der Talente und Leistung	<input type="checkbox"/> Presse für optimale Außendarstellung
<input type="checkbox"/> Elimination / End of Life klar kommuniziert zwecks Nachvollziehbarkeit	<input type="checkbox"/> Rabatte nachvollziehbar und systematisch dargestellt, bzw. kommuniziert	<input type="checkbox"/> Empfang entsprechend dem Preis und der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> First understanding, then understood: Mehr fragen und zuhören als reden	<input type="checkbox"/> Aktionen entsprechend den Erwartungen der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Slogans, Sprüche, Texte entsprechend der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Mitarbeiter Zertifizierungen für Bestätigung der Kenntnisse und Motivation	<input type="checkbox"/> Kommunikation von Kunden für optimale Außendarstellung
<input type="checkbox"/> Innovation entsprechend den Erwartungen, bzw. die Erwartungen übersteigend von der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Kündigungsfristen klar und transparent dargestellt	<input type="checkbox"/> Sanitäre Anlagen grundsätzlich immer sauber	<input type="checkbox"/> Wortwahl und Tonalität entsprechend dem Preis und der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Sponsorings entsprechend passend zur Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Superlativen für die Klarstellung der Expertise	<input type="checkbox"/> Strukturiertes Onboarding Prozess für optimales Mitarbeiter- und Kundenerlebnis	<input type="checkbox"/> Testimonials für optimale Außendarstellung
<input type="checkbox"/> Nutzerfreundlichkeit entsprechend den Erwartungen, bzw. die Erwartungen übersteigend der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Gewährleistung / Garantie klar und transparent dargestellt	<input type="checkbox"/> Webshop inkl. Funktionen, PRESENTATION und PROOF entsprechend dem Preis und der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Funktion & Funktionsniveau angepasst an Funktion der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Kundengeschenke entsprechend der Zielgruppe und in regelmäßiger Frequenz	<input type="checkbox"/> Kommunikation der Werte entsprechend der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Qualitätsmanagement für optimale interne und externe Prozesse und konstante Verbesserung der Prozesse	<input type="checkbox"/> Partner entsprechend der Zielgruppe für optimale Außendarstellung
<input type="checkbox"/> Reporting Funktionalitäten und -tiefe entsprechend der Größe der Zielunternehmen	<input type="checkbox"/> Kulanzregelung in klaren internen Richtlinien transparent im Unternehmen kommuniziert	<input type="checkbox"/> Reseller entsprechend dem Preis und der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Mitarbeiter-Auszeichnungen / Zertifizierungen entsprechend der Zielgruppe, bzw. Größe der Zielunternehmen	<input type="checkbox"/> ESG und deren Kommunikation entsprechend der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> ALLE Kommunikation in CI zwecks Professionalität und Erkennungswert	<input type="checkbox"/> QBR und Jahresgespräche für optimale Kundenbindung, Churn Vermeidung und Upselling	<input type="checkbox"/> Arbeitgeberbewertungen für optimale Außendarstellung
<input type="checkbox"/> Produktdokumentation und -tiefe entsprechend der Zielgruppe, bzw. Größe der Zielunternehmen	<input type="checkbox"/> Testzeiträume klar und transparent dargestellt		<input type="checkbox"/> Relevanz durch sympathische und kompetente Außenwirkung		<input type="checkbox"/> E-Mail Footer in CI mit PROOF Elemente	<input type="checkbox"/> CSAT / NPS Messung für optimale Kundenbindung, Churn Vermeidung und Upselling	<input type="checkbox"/> Influencer entsprechend der Zielgruppe für optimale Außendarstellung
<input type="checkbox"/> Unboxing Möglichkeiten zwecks Ausräumung von Unsicherheiten	<input type="checkbox"/> Abrundungen entsprechend psychologisch positiv dargestellt		<input type="checkbox"/> Terminliche Zuverlässigkeit & Flexibilität		<input type="checkbox"/> I inkinid entsprechend der Zielgruppe, Positionierung, Texte und Proof	<input type="checkbox"/> Video Call Tools Teams / Meet / Zoom entsprechend der Zielgruppe	<input type="checkbox"/> Ambassadeure entsprechend der Zielgruppe für optimale Außendarstellung
	<input type="checkbox"/> Verträge, Angebote und Vertragsbedingungen entsprechend der Zielgruppe, bzw. Größe der Zielunternehmen		<input type="checkbox"/> Sprachbeherrschung und Rechtschreibung		<input type="checkbox"/> Hintergrund Video Call professionell		<input type="checkbox"/> Konzernzugehörigkeit entsprechend der Zielgruppe für optimale Außendarstellung
			<input type="checkbox"/> Akribisches Arbeiten				
			<input type="checkbox"/> Aktenkenntnis und spezifisches Kundenwissen				
			<input type="checkbox"/> Mitarbeiter LinkedIn entsprechend der Zielgruppe, Positionierung, Texte und Proof				
			<input type="checkbox"/> Omnipräsenz Verkäufer auf Messen, Networkings, Konferenzen				

Screenshot: Auszug aus den Workshopunterlagen

# Relational Sales Framework™

THE  
MODULES

Lead Generation

Closing

Customer Success



**INCREASE**  
**LEAD  
GENERATION**  
STRATEGY

Relational Sales  
Framework™  
**Module**

Henning  
Heesen  
& Company®

**MASTER**  
**LINKEDIN  
SOCIAL  
SELLING**  
SALES TRAINING

Relational Sales  
Framework™  
**Module**

Henning  
Heesen  
& Company®

**INCREASE**  
**CLOSING  
RATE**  
STRATEGY

Relational Sales  
Framework™  
**Module**

Henning  
Heesen  
& Company®

**MASTER**  
**SPIN  
DISCOVERY**  
SALES TRAINING

Relational Sales  
Framework™  
**Module**

Henning  
Heesen  
& Company®

**INCREASE**  
**CUSTOMER  
SUCCESS**  
STRATEGY

Relational Sales  
Framework™  
**Module**

Henning  
Heesen  
& Company®

**MASTER**  
**QUARTERLY  
BUSINESS  
REVIEWS**  
SALES TRAINING

Relational Sales  
Framework™  
**Module**

Henning  
Heesen  
& Company®

**MASTER**  
**COLD  
CALLING &  
MAILING**  
SALES TRAINING

Relational Sales  
Framework™  
**Module**

Henning  
Heesen  
& Company®

**INCREASE**  
**PRICING &  
MARGINS**  
STRATEGY

Relational Sales  
Framework™  
**Module**

Henning  
Heesen  
& Company®

**MASTER**  
**MEDDIC &  
MEDPICC**  
SALES TRAINING

Relational Sales  
Framework™  
**Module**

Henning  
Heesen  
& Company®

**GET YOUR GROWTH  
BACK ON TRACK WITH  
OUR SALES STRATEGY &  
TRAINING MODULES**



# The Winning Sales Playbook.

Increase  
**LEAD  
GENERATION**

**Module 1**

#Saleswithasystem  
drive growth through structured sales strategies

Henning  
Heesen  
& Company®

Increase  
**CONVERSION  
& CLOSING  
RATE**

**Module 2**

#Saleswithasystem  
drive growth through structured sales strategies

Henning  
Heesen  
& Company®

Increase  
**CUSTOMER  
SATISFACTION  
& UPSELLING**

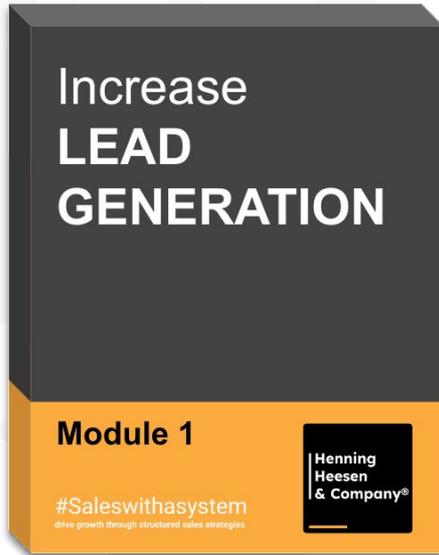
**Module 3**

#Saleswithasystem  
drive growth through structured sales strategies

Henning  
Heesen  
& Company®

# Mehr & bessere Leads.

---

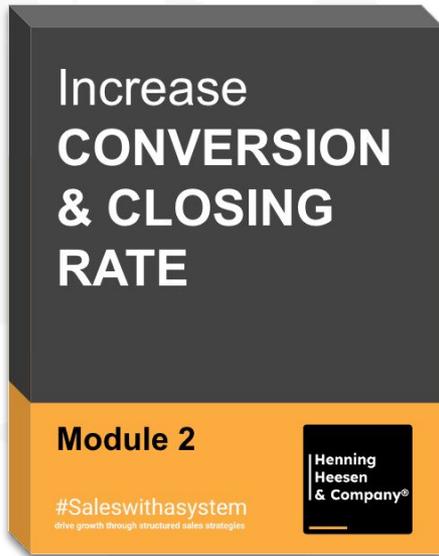


## In diesem Modul:

- Psychologie des Menschen verstehen
- Lernen auf was es eigentlich ankommt
- Ideale Zielgruppen und Zielkunden definieren
- USP's und Positionierung finden
- Perfekt zugeschnittene Kommunikation bauen
- Strukturiert Kommunikation planen
- Social Selling verstehen und Skills aufbauen

# Mehr Closing & Marge.

---

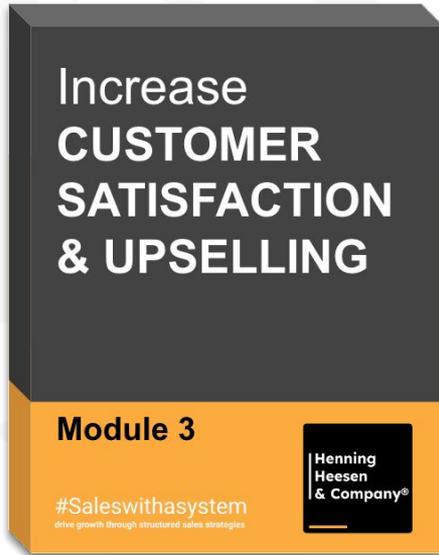


## In diesem Modul:

- Psychologie des Menschen verstehen
- Perfekte zugeschnittene Außenwirkung aufbauen
- Lerne die besten Sales Techniken
- Höhere Preise und Margen erzielen
- Mehr Deals durch strukturierten Sales Prozess
- Scorecard für Sales Team Training bauen
- Strukturierten Follow-Up Prozess bauen

# Churnvermeidung & Upselling.

---



## In diesem Modul:

- Psychologie des Menschen verstehen
- Strukturierten Kundenbetreuungsprozess bauen
- Lerne aus Reklamationen Fans zu gewinnen
- Vermeide Kundenrückgang & erhöhe Upsell
- Perfekt zugeschnittene Kommunikation bauen

**STOP SELLING**  
**START BUILDING**  
**RELATIONSHIPS**

---



**BE UNSTOPPABLE.**  
**TRAIN YOUR**  
**SALES TEAM THE**  
**RELATIONAL**  
**SALES**  
**FRAMEWORK.**

**BETTER LEADS.**  
**BETTER DEALS.**  
**BETTER UPSELL.**

---

Henning  
Heesen  
& Company®

---