

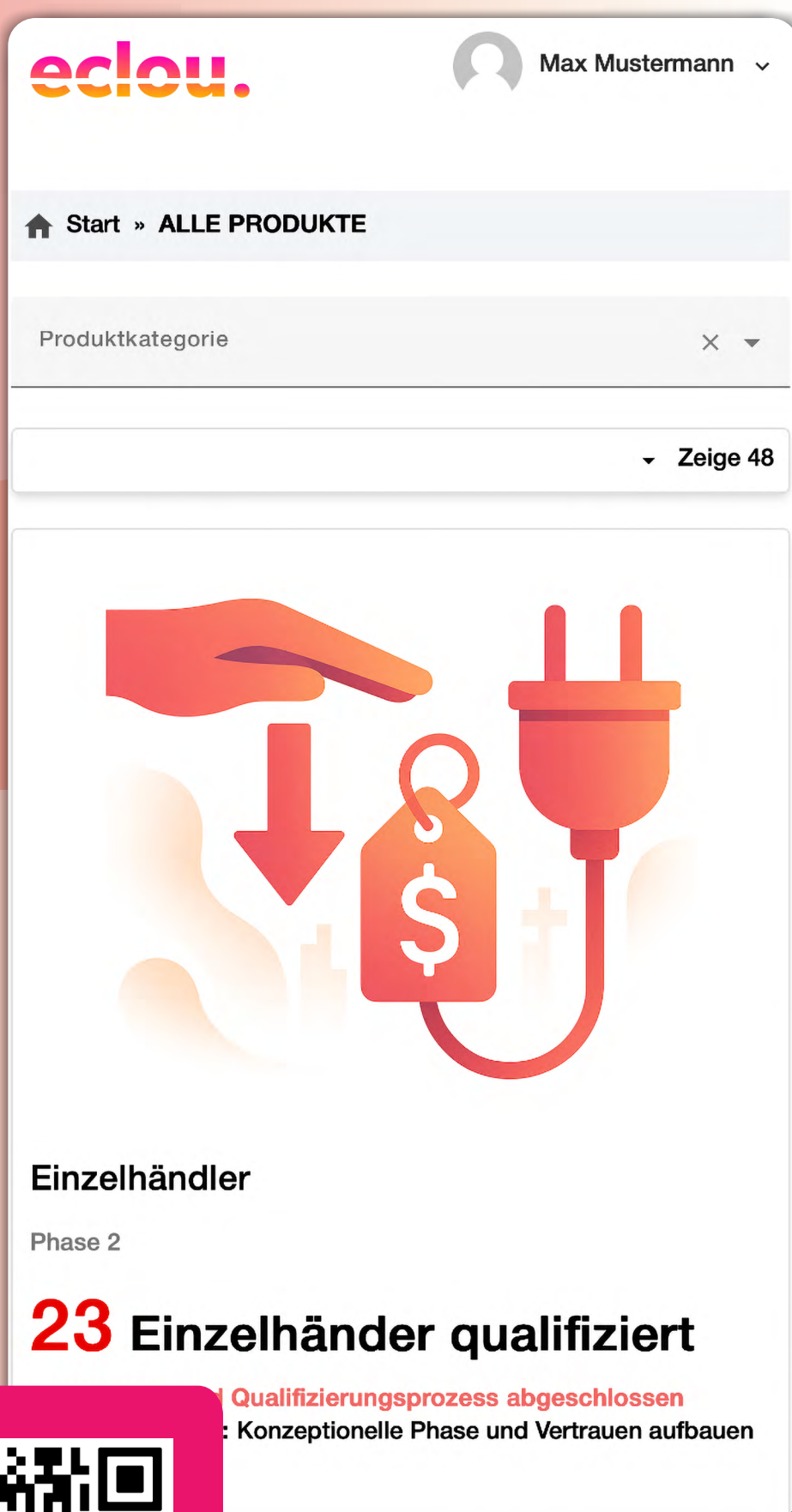


Usecase

Multiplikatoren- vertrieb

Regionale Partner. Neue Kunden. Ein Vertriebskanal.

Wie eclou Energieversorger und Stadtwerke mit lokalen Multiplikatoren (Handwerkern, Vereinen, Autohäusern) verbindet, um neue Kundenbeziehungen aufzubauen: vertrauensbasiert statt über klassische Kaltakquise.



Inhaltsverzeichnis

Das Problem	3
Was ist Multiplikatorenvertrieb?	4
Ihr Marktpotenzial	5
Konzept im Überblick	6
Nächster Schritt	7

Klassische Akquise stößt an ihre Grenzen.

Bis zu 95 % unserer Kaufentscheidungen laufen über Emotionen: Vertrauen entsteht dabei selten durch klassische Werbung, sondern durch persönliche Empfehlung.

HERAUSFORDERUNG 01 · VERTRAUEN

81 % der emotional gebundenen Kunden empfehlen eine Marke aktiv weiter. Ohne lokale Vertrauenspersonen bleibt dieser Hebel ungenutzt.

HERAUSFORDERUNG 02 · REICHWEITE

Gen Z kauft heute überwiegend nach Empfehlung: 68 % über Social Media, 78 % bei persönlicher Empfehlung. Klassische Kampagnen erreichen diese Zielgruppen kaum noch.

HERAUSFORDERUNG 03 · BINDUNG

44 % der Wechsler planen, ihren Energieversorger spätestens nach zwei Jahren erneut zu wechseln. Ohne emotionale Bindung bleibt der CLV gering, klassische Akquise gewinnt Kunden, verliert sie aber genauso leicht wieder.

Vertrauen leihen, statt Vertrauen aufbauen.

Multiplikatorenvertrieb ist ein Vertriebsmodell, bei dem ein Energieversorger mit lokalen oder regionalen Partnern zusammenarbeitet, die bereits bestehende Kundenbeziehungen haben und diese als Kanal zur Kundengewinnung nutzt. Statt eine Beziehung zur Zielgruppe erst mühsam aufzubauen, nutzt der Vertrieb das Vertrauen, das Handwerksbetriebe, Hausverwaltungen, Vereine oder Autohäuser bereits über Jahre aufgebaut haben.

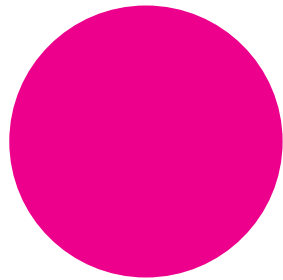
Das Prinzip ist erprobt: Dropbox wuchs über einen beidseitigen Referral Loop in 15 Monaten von 100.000 auf 4 Millionen Nutzer, Airbnb zählt heute über 5 Millionen aktive Gastgeber, die einen Großteil neuer Gäste über persönliche Empfehlung gewinnen. Für Energieversorger bedeutet das: Menschen mit echtem, bestehendem Kundenzugang werden zum glaubwürdigsten Vertriebskanal; gerade in einem Markt, in dem Vertrauen über die Kundenbeziehung entscheidet.

Die 20/80-Regel

Bei 50 aktiven Partnern erzeugen die Top-10-Partner rund 45 % des Gesamtoutputs, fast so viel wie die unteren 40 Partner zusammen. Erfolg hängt daher weniger von der Anzahl der Partner ab als von der richtigen Auswahl, Qualifizierung und Betreuung der wichtigsten Multiplikatoren.

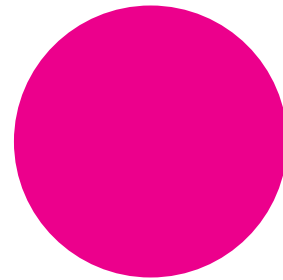
Ihr Marktpotential in Zahlen.

Multiplikatoren gibt es in nahezu jeder Branche, vom Handwerksbetrieb bis zur Hausverwaltung. Ein Auszug aus der Potenzialanalyse zeigt, wie groß der ungenutzte Kanal tatsächlich ist.



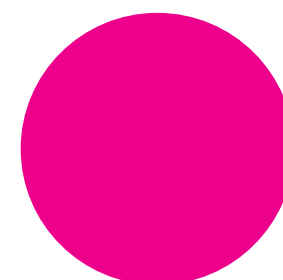
Hausverwaltungen

31.500 Betriebe
rund 1,6 Mio. Potenzial/
Jahr



Handwerksbetriebe

49.000 Betriebe
rund 1,5 Mio. Potenzial/
Jahr



Unternehmen >200 MA

17.000 Unternehmen
rund 1,7 Mio. Potenzial/
Jahr

rund 9,6 Millionen

geschätztes Abschlusspotenzial pro Jahr, branchenübergreifend über alle
Multiplikatoren-Kategorien



eclou

Multiplikatorenvertrieb.

Ein erprobter 3-Phasen-Ansatz, softwaregestützt von der Analyse bis zur Skalierung.

1

Analyse & Strategie

Zielbild, Potenzialanalyse und Partnermodell für Ihre Region.

2

Ansprache & Pilot

Qualifizierte Multiplikatoren gewinnen und in der Praxis testen.

3

Skalierung & Betreuung

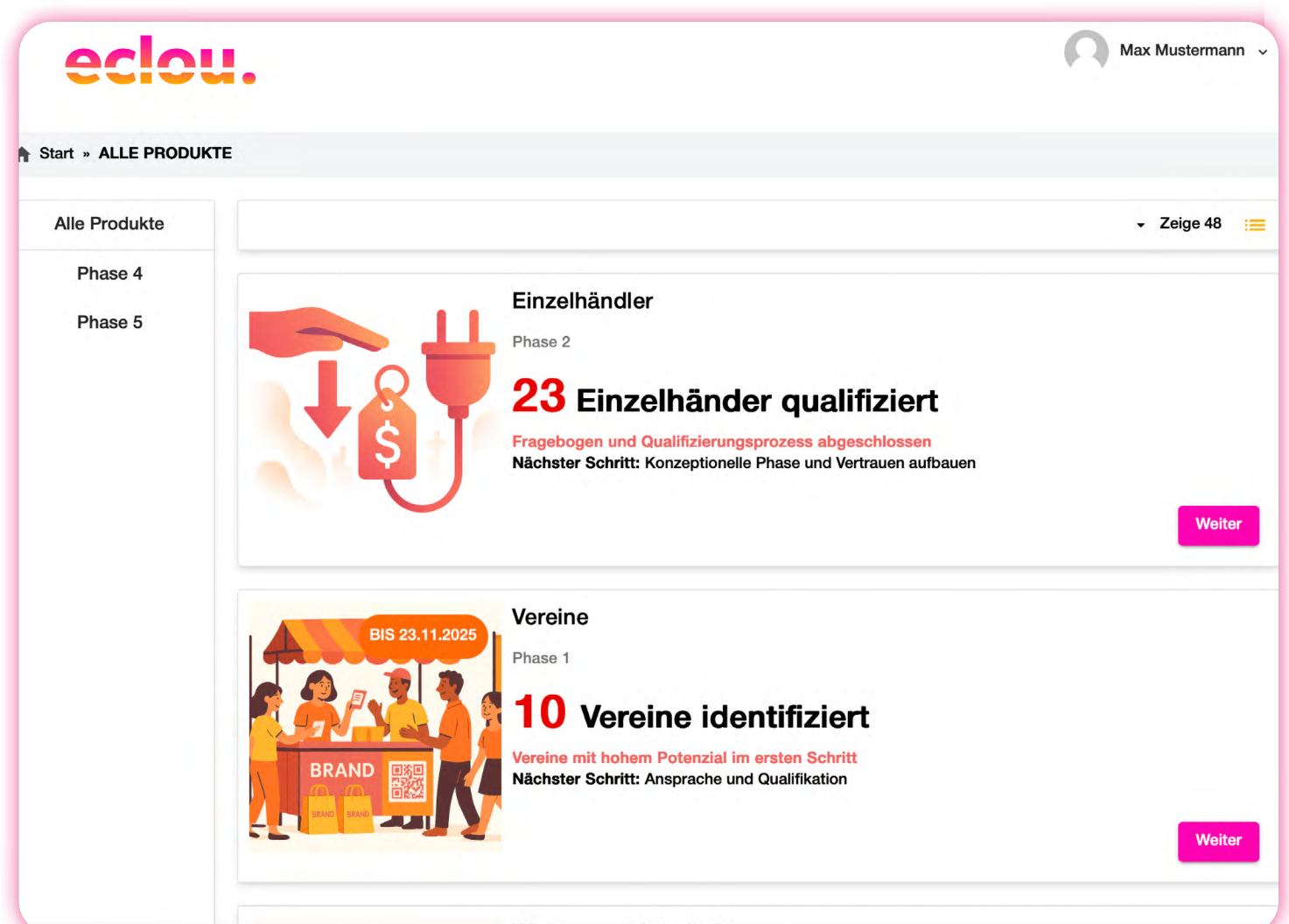
Ausbau auf 25–100 Partner mit laufendem Reporting und Support.

Der gesamte Prozess wird durch die eclou Plattform unterstützt: Partneridentifikation, Onboarding, Provisionslogik und Reporting laufen strukturiert an einem Ort.

Nächster Schritt

Bereit für neue Kunden über Ihr regionales Netzwerk?

Ob erste Potenzialanalyse oder Aufbau eines skalierbaren Partnernetzwerks: Wir zeigen Ihnen in einem kurzen Gespräch, wie Multiplikatorenvertrieb für Ihr Unternehmen funktioniert.



eclou GmbH
vertriebsteam@eclou.net
+49 (0)2271 50 595 60