

Schweizer Wachstum bei 0,9 %: Masters Sales will konsequente Vertriebsarbeit wieder in den Mittelpunkt rücken

Während das Schweizer Wachstum 2026 voraussichtlich nur 0,9 % erreichen wird, suchen exportorientierte KMU nach neuen Aufträgen: In der MEM-Industrie nennen 60 % der befragten Unternehmen ihre Auftragslage als grösste Sorge. Von Wetzikon aus lanciert Masters Sales einen Sales Execution Club, der B2B-Unternehmen dabei helfen soll, ihren Vertriebsrhythmus zu stärken, neue Türen zu öffnen und ihre Pipeline voranzubringen.

Wetzikon (ZH), Schweiz — 25. August 2026 — Für einen Teil der Schweizer Wirtschaft bleibt das Umfeld angespannt. Das SECO prognostiziert für 2026 ein BIP-Wachstum von lediglich 0,9 %, deutlich unter dem historischen Durchschnitt. In der Schweizer Tech-Industrie gingen die Umsätze der KMU im ersten Quartal um 1,8 % zurück; die Exporte von Maschinen und mechanischen Geräten sanken um 3,9 %, jene von Mess-, Kontroll- und Präzisionsinstrumenten um 4,4 %.

Für Unternehmen, die bereits über Technologie, ein Produkt oder echtes Know-how verfügen, geht es darum, mehr Kunden, Märkte oder Anwendungen zu finden. Die Antwort ist konkret: Wir müssen an den Markt gehen.

Kein Tool geht für uns an den Markt

CRM-Systeme, Datenbanken, Automatisierung, Trainings und künstliche Intelligenz können Vertriebsteams bei Recherche, Vorbereitung und Organisation unterstützen.

Aber sie übernehmen die Vertriebsarbeit nicht für uns.

Die Salesforce-Studie State of Sales 2026, für die 4'050 Vertriebsprofis in 22 Ländern befragt wurden, zeigt: Im Durchschnitt verbringen Verkäuferinnen und Verkäufer nur 40 % ihrer Zeit tatsächlich mit Verkaufen. Gleichzeitig sagt fast jede zweite befragte Person, dass ihr Team nicht genügend Kapazität für ausreichend Outbound-Akquise hat.

Masters Sales nennt die Lücke zwischen dem Vertriebsniveau, das eine Organisation dauerhaft erreichen möchte, und dem, was sie unter den täglichen Zwängen tatsächlich aufrechterhalten kann, den «execution gap».

«Wenn das Geschäft langsamer läuft, können wir eine Präsentation überarbeiten, das CRM wechseln, ein Training besuchen oder eine neue Strategie vorbereiten. Das alles kann sinnvoll sein. Aber irgendwann müssen wir an den Markt gehen und mit ihm sprechen.»

— Mathieu Bloch, Gründer von Masters Sales

Der Club schafft einen unterstützenden, dynamischen und motivierenden Rahmen für Vertriebsumsetzung, um diesen Rhythmus zu stärken und aufrechtzuerhalten: regelmässig auf Kunden zugehen, neue Türen öffnen, Chancen schaffen und Geschäfte voranbringen.

Pipeline aufbauen. Voranbringen. Abschliessen.

In den Power Hours, die dreimal pro Woche stattfinden, arbeiten die Mitglieder an ihren eigenen Prospects und in ihrem eigenen Markt - gleichzeitig mit den anderen Teilnehmenden: Anrufe, Follow-ups, Reaktivierungen und nächste Schritte.

In den Deal Pods werden bestehende Opportunities bearbeitet, Blockaden identifiziert und die beste nächste Aktion festgelegt. Die monatlichen Method Rooms bieten Raum, gemeinsam die Methoden zu trainieren, die in den einzelnen Phasen des Verkaufszyklus nützlich sind.

Auch der Moderator setzt um.

«Wenn ich von den Clubmitgliedern verlange, zum Telefon zu greifen und ihre Prospects anzurufen, muss ich ihnen vor ihren Augen zeigen, wie ich es selbst mache. Wir setzen gemeinsam um, wir kassieren die Absagen gemeinsam und vor allem feiern wir die Erfolge gemeinsam. Ja, Verkauf kann hart sein. Aber zusammen haben wir verdammt viel Spass!»

Mehr als 16,1 Millionen Euro Pipeline im Tracking

Per 24. August 2026 wurden im Rahmen der Masters-Sales-Aktivitäten 345 Verkaufschancen in RMK6 verfolgt. Sie repräsentierten mehr als 16,1 Mio. Euro Brutto-Pipelinewert sowie 880'000 Euro nach Vertriebsphase gewichteten Pipelinewert. Die Zahlen stammen aus einem intern kontrollierten RMK6-Snapshot; ein anonymisiertes Evidence Ledger steht Journalistinnen und Journalisten auf Anfrage zur Überprüfung zur Verfügung.

Masters Sales ist bereits international aktiv und hat mit Fachleuten und Unternehmen in mehreren Ländern gearbeitet, darunter in Europa, Asien, im Nahen Osten und in den USA.

Technologie nutzen, um Menschen mehr Zeit zu geben

Masters Sales nutzt selbst Technologie und künstliche Intelligenz für Recherche, Vorbereitung, Analyse und Automatisierung.

Das Ziel ist nicht, die Geschäftsbeziehung zu ersetzen, sondern ihr mehr Zeit zu geben.

«Wir wollen Technologie nutzen, um Zeit für echte menschliche Beziehungen freizumachen. Denn genau das ist Verkauf: dafür zu sorgen, dass Kunden einen Teil ihres Weges in hervorragender Gesellschaft zurücklegen.»

In den Sessions wird an echten Prospects, Kunden und Opportunities gearbeitet. Deshalb sind sie vertraulich: Was im Club passiert, bleibt im Club.

Journalistinnen und Journalisten können anfragen, eine Power Hour zu beobachten. Die Regel gilt jedoch für alle gleich: Wer den Club betritt, muss die Club-Charta und ihre Vertraulichkeitsregeln akzeptieren.

Über Masters Sales™

Masters Sales™ ist ein Sales Execution Club, der von Mathieu Bloch, MSc., Ingenieur und B2B-Vertriebsprofi mit mehr als 25 Jahren internationaler Erfahrung, in Wetzikon in der Schweiz gegründet wurde.

Der Club kombiniert Power Hours, Deal Pods, Method Rooms, Vertriebsmethoden und Tools zur Vertriebsaktivierung, um B2B-Profis dabei zu helfen, ihren Umsetzungsrhythmus aufrechtzuerhalten und ihre Pipeline voranzubringen.

Presse / Interviews

Mathieu Bloch, MSc.

Gründer — Masters Sales

Wetzikon (ZH), Schweiz

masterssales.en@gmail.com

+41 79 282 39 09

Pressebereich, Quellen, verifizierte Zahlen, Fotos und Logos:

<https://masterssales.com/press>