

PRIMONETIK

Leitfaden für Vertriebler

Sprache als Werkzeug. Gespräche als Daten.

Für B2B-Außendienst, Inside Sales und High-Ticket-Beratungsverkauf

Version 1.1 · Mai 2026 · Pilotphase

von Hartmut Rübke

KI-SS Unternehmensentwicklung UG

info@ki-ss.org · primonetik.com

Inhalt

- 00 — Schnellstart: Die App in 5 Minuten
- 01 — Warum Primonetik für Vertriebler? Sprache ist dein Werkzeug
- 02 — Das Wahrscheinlichkeitsfeld: Warum dein Lead nicht kauft
- 03 — Die drei Kräfte: Resonanz, Zeitkopplung, Kohärenz
- 04 — Drei Analyse-Modi: Eigen, Fremd, Gemeinsam
- 05 — Rechtlicher Rahmen: Was du wann aufnehmen darfst
- 06 — Der Vertriebs-Profi: Was du siehst und was geschützt wird (NEU)
- 07 — Dashboard-Guide: Was du siehst, was es bedeutet
- 08 — Zustandsvektor: Die neun Kernparameter
- 09 — Zehn Sales-Pattern: App zeigt X, du machst Y
- 10 — Nächster Call: Interventionen auf Knopfdruck
- 11 — PrimoAI als Reflexionspartner
- 12 — Workflow: Integration in den Sales-Alltag
- 13 — Installation: Die App auf jedem Gerät
- 14 — FAQ: Antworten auf typische Fragen
- G — Glossar: Alle Begriffe für den Hausgebrauch

00 · Schnellstart

Die App in fünf Minuten

Dieses Kapitel beantwortet eine einzige Frage: Wie komme ich von null auf erste Analyse, ohne mich vorher in Theorie zu vertiefen? Alles andere lässt sich später nachschlagen.

Der direkte Weg

1. Öffne primonetik.com/app — die Seite lädt sofort die Startansicht.
2. Klicke auf „Weiter“ — beim allerersten Start wählst du deinen Profil-Typ (Vertriebs-Profi). Diese Wahl schützt deine Gesprächspartner und ist nur per E-Mail an info@ki-ss.org änderbar. Details in Kapitel 6.
3. Du landest im Dashboard. Oben rechts siehst du dein Profil-Badge (👛 VERTRIEB).
4. Wechsel auf den Tab „Analyse“ und starte eine Live-Aufnahme oder lade ein Transkript hoch.
5. Nach der Analyse erscheint dein Profil als Karte im Dashboard. Klick darauf, um die volle Auswertung zu sehen.

Empfehlung für den ersten Test

Mach eine fünf- bis zehnminütige Aufnahme deiner eigenen Stimme — kein realer Call, kein Skript. Sprich einen typischen Pitch ein, so wie du ihn vor einem Kunden halten würdest. Schau dir danach nur drei Werte an: RKI v1.1, VAKOG-Dominanz und das erste Sales-Pattern. Das reicht für den Einstieg.

Sechs Schritte im Detail

6. App öffnen. Im Browser primonetik.com/app aufrufen. Auf dem Smartphone empfiehlt sich, die Seite als App zu installieren — Anleitung in Kapitel 12.
7. Analyse-Tab wählen. Oben in der Navigation auf „Analyse“. Zwei Optionen: Transkript hochladen (Word, PDF, TXT) oder Live-Aufnahme starten.
8. Namen eingeben. Bei der Live-Aufnahme Sprechernamen eintragen (z.B. „Verkäufer“ und „Kunde“). Die App erkennt nach dem Aufnahmeende automatisch, wer gesprochen hat.
9. Aufnahmen. Auf „Aufnahme starten“ tippen. Beide Personen sprechen normal. Wichtig: Bildschirm während der Aufnahme nicht sperren.
10. Stoppen und warten. Nach dem Gespräch auf „Stoppen & Analysieren“. Die Transkription dauert je nach Länge ein bis fünf Minuten.
11. Ergebnis öffnen. Im Dashboard erscheinen die analysierten Profile als Karten. Drei Werte zuerst beachten: RKI v1.1, VAKOG-Dominanz, Top-Sales-Pattern.

01 · Warum Primonetik für Vertriebler?

Sprache ist dein Werkzeug — und dein blinder Fleck

Im Vertrieb arbeitest du mit dem ungenauesten Werkzeug, das du je benutzen wirst: deiner eigenen Sprache. Du sprichst täglich mit Menschen, die du überzeugen willst — und du wirst dabei nie genau wissen, was bei ihnen wirklich ankommt. Ein Lead sagt „Ich denke darüber nach“, und du hörst Höflichkeit. Vielleicht war es Ablehnung. Vielleicht war es Interesse, das du nicht abgeholt hast. Du wirst es nie mit Sicherheit wissen.

Das ist nicht dein Defizit — das ist die Struktur des Berufs. Niemand kann gleichzeitig sprechen und seine eigene Sprache analysieren. Und niemand kann während eines Gesprächs neutral wahrnehmen, was zwischen den Worten passiert. Du bist immer Teil der Situation.

Die Grundthese

┆ *Menschen brauchen keine KI, um zu verkaufen. Sie brauchen KI, um zu sehen, wie sie verkaufen.*

PrimoPulse ersetzt nicht deine Erfahrung. Es ergänzt sie um eine Dimension, die du im Gesprächsfluss nicht haben kannst: den Blick von außen auf die eigene Sprache und auf die Sprache deines Gegenübers.

Was die App nicht ist

- Sie ist kein Manipulations-Werkzeug, das dir verrät, wie du jeden überzeugst.
- Sie ersetzt nicht Vertriebs-Training oder Sales-Coaching.
- Sie liefert keine fertigen Skripte — sondern strukturierte Hinweise auf Muster.
- Sie ist kein Lügendetektor und kein Bedarfsorakel.

Was die App ist

- Ein Präzisionsinstrument, um eigene Pitches, Calls und Verhandlungen zu reflektieren.
- Ein Vokabular für das, was zwischen den Worten in einem Sales-Gespräch passiert.
- Eine Methodik, um Top-Performer-Calls strukturell zu verstehen — und das Eigene daraus zu lernen.
- Ein Werkzeug für Profis, die wissen wollen, warum sie gewinnen oder verlieren.

Die drei Anwendungsfelder

PrimoPulse ist auf drei Vertriebs-Spielarten ausgerichtet, die einen gemeinsamen Kern haben: Sprache ist das Werkzeug, das Gespräch ist lang genug für statistische Aussagen, Beziehung schlägt Skript.

- B2B-Außendienst — Discovery-Calls, Stakeholder-Gespräche, Long-Cycle-Deals.
- Inside Sales — Demo-Calls, qualifizierte Follow-Ups, telefonische Verhandlungen.
- High-Ticket-Beratungsverkauf — Strategiegelgespräche, Coaching-Sales, beratungsintensive B2B-Lösungen.

Was diese drei eint: Du verkaufst nicht das Produkt — du verkaufst dich. Deine Sprache ist nicht das Verpackungsmaterial, sie ist das Produkt selbst.

02 · Das Wahrscheinlichkeitsfeld

Warum dein Lead nicht kauft — auch wenn das Angebot perfekt passt

Ein Lead trifft keine Kaufentscheidung in einem leeren Raum. Er entscheidet aus einem inneren Zustand heraus — einem Wahrscheinlichkeitsfeld, das bestimmt, welche Gedanken, Optionen und Handlungen für ihn gerade möglich sind und welche unzugänglich bleiben.

Wenn das Feld auf „Bedrohung“ steht (Budget bedroht, Job bedroht, Image bedroht), ist die Wahrscheinlichkeit, dass dein Lead jetzt unterschreibt, praktisch null. Du kannst das brillianteste Angebot präsentieren — es prallt am Feld ab. Nicht, weil er den Wert nicht versteht. Sondern weil Kaufen in seinem aktuellen Zustand schlicht nicht erscheint.

Was das für deinen Job bedeutet

Im Vertrieb geht es selten darum, das beste Angebot zu machen. Es geht fast immer darum, das Feld zu verschieben. Erst wenn das Feld auf „Möglichkeit“ steht, wird die Entscheidung für den Lead sichtbar — und oft ist sie dann sogar seine eigene Idee.

PrimoPulse misst genau das: Wie stabil ist das Feld deines Gesprächspartners? In welche Richtung kippt es? Und wo liegt der Hebel, an dem du ansetzen kannst, ohne den Lead zu überfordern?

Praktischer Bezug

Wenn der RKI eines Leads unter 50 liegt, sind ROI-Argumente meist wirkungslos — er hört dich nicht. Wenn er über 70 liegt, helfen kleine konkrete Impulse oft mehr als große Visions-Pitches. Das Feld bestimmt die Methode — nicht dein Skript.

Das Feld bei dir selbst

Das gilt nicht nur für deinen Lead. Es gilt auch für dich. Wenn du selbst gerade aus einem Bedrohungsfeld heraus verkaufst (Quartal noch nicht erreicht, Druck vom Chef, Existenzangst), wirst du die Resonanzfähigkeit verlieren, die du brauchst, um den anderen abzuholen. Eigenanalyse zeigt dir, wie es dir selbst geht — bevor du in den nächsten Call gehst.

03 · Die drei Kräfte

Resonanz · Zeitkopplung · Kohärenz

Der Resonanz-Kohärenz-Index (RKI) v1.1 ruht auf drei Säulen. Jede beschreibt eine eigene Dimension der Sprache. Zusammen ergeben sie das Gesamtbild des inneren Systems — bei dir und bei deinem Lead.

Resonanz — der Filter der Wahrnehmung

Resonanz beschreibt, was der Lead überhaupt wahrnehmen kann. Ist seine innere Stimmgabel auf „Risiko“ geeicht, hört er nur Bedenken — egal welche Chancen du benennst. Ist sie auf „Möglichkeit“ geeicht, finden deine Argumente Anschluss.

App-Wert: RKI-Säule „Resonanz“ — Skala 0 bis 100. Unter 50 = Lead nimmt deine Impulse kaum auf. Über 70 = stabile Aufnahmebereitschaft.

Zeitkopplung — Erfahrungen aus früheren Käufen

„Das haben wir schon mal probiert“ ist keine Aussage über dein Produkt. Es ist eine Zeitkopplung: Eine alte Erfahrung färbt jede neue Entscheidung ein. Solange diese Kopplung aktiv ist, bleibt jeder Pitch Kosmetik.

App-Wert: RKI-Säule „Zeitkopplung“ plus SRP (Self-Resonant Phase, Vergangenheitslast). Hoher SRP-Wert über 0,5 deutet auf starke Bindung an frühere Erfahrungen hin.

Kohärenz — der innere Kompass

„Ja, das machen wir!“ — gesprochen mit zögernder Stimme, schwachem Tempo, vielen Abschwächungen. Das ist Inkohärenz: Worte und Innenzustand ziehen in unterschiedliche Richtungen. Im Vertrieb das wichtigste Signal überhaupt — denn ein inkohärentes „Ja“ ist meistens ein verzögertes „Nein“.

App-Wert: RKI-Säule „Kohärenz“ plus Authentizitäts-Indikator. Niedrige Authentizität signalisiert versteckte Einwände, die noch nicht ausgesprochen sind.

04 · Drei Analyse-Modi

Eigenanalyse · Fremdanalyse · Gemeinsame Analyse

PrimoPulse ist für Vertriebler in drei verschiedenen Modi nützlich. Jeder Modus hat einen eigenen Zweck, einen eigenen Workflow und einen eigenen rechtlichen Rahmen. Kapitel 5 vertieft die rechtlichen Aspekte — hier zuerst der inhaltliche Überblick.

Modus 1: Eigenanalyse — der ehrlichste Spiegel

Du nimmst dich selbst auf. Einen Pitch, einen Discovery-Call (nur deine Seite), eine Verhandlungsvorbereitung, einen Pitch-Pitch vor dem Spiegel. PrimoPulse analysiert deine Sprache — und zeigt dir, was du selbst nicht hörst.

Was du dabei lernst:

- Welcher Sinneskanal dominiert in deiner Sprache (VAKOG) — und wie das zu deiner Zielgruppe passt.
- Wie hoch dein Hedging-Wert ist — verwässerst du deine Aussagen unbewusst?
- Welche Meta-Programme du nutzt — verkaufst du „Weg-von“ (Probleme lösen) oder „Hin-zu“ (Ziele erreichen)?
- Wie deine Zeitqualität aussieht — bist du im Flow oder fragmentierst du deine Erklärungen?

Datenschutz: Niedrig. Es ist deine eigene Stimme. Keine fremde Zustimmung nötig. Du kannst täglich aufnehmen.

Modus 2: Fremdanalyse — vom Top-Performer lernen

Du analysierst die Sprache von erfolgreichen Vertrieblern, Konkurrenten oder öffentlichen Pitches. Quellen können sein: YouTube-Videos von Sales-Trainings, dokumentierte Keynote-Pitches, Aufnahmen von Kollegen mit deren Einverständnis, Konferenz-Vorträge.

Was du dabei lernst:

- Welche Sprachstruktur Top-Performer in deinem Markt nutzen — und was du daraus für dich übernehmen kannst.
- Wie ein erfahrener Verkäufer Einwände sprachlich reframed — sichtbar an den Meta-Programm-Wechseln.
- Wo deine eigenen Muster strukturell anders sind als die der erfolgreichsten in deinem Feld.

Datenschutz: Mittel. Bei Kollegen-Aufnahmen ist explizites Einverständnis nötig. Bei öffentlich verfügbarem Material (YouTube, Konferenz-Aufzeichnungen mit Einwilligung der Sprecher zur Veröffentlichung) bist du auf der sicheren Seite.

Modus 3: Gemeinsame Analyse — das reale Verkaufsgespräch

Du analysierst ein echtes Gespräch zwischen dir und einem Lead oder Kunden — Discovery-Call, Demo, Verhandlung. PrimoPulse zeigt beide Seiten getrennt: dein Profil und das des Gesprächspartners. Die Dyaden-Analyse zeigt zusätzlich, wie ihr als System miteinander schwingt.

Was du dabei lernst:

- Wie dein Lead wirklich tickt — welche Sinneskanäle, welche Meta-Programme, welche Resonanz-Profile.
- Ob ihr synchron seid (gute S_sync-Werte) oder ob du an deinem Lead vorbeisprichst.
- Wo der Lead innerlich „Nein“ sagt, während er äußerlich „Ja“ sagt (Kohärenz-Mismatch).
- Welcher konkrete Hebel im nächsten Call ansetzbar ist — basierend auf dem aktuellen Zustand.

Datenschutz: Hoch. Verkaufsgespräche aufzuzeichnen ist in Deutschland streng geregelt. Lies Kapitel 5 sorgfältig, bevor du diesen Modus nutzt.

Modus	Beste Use-Cases	Was du lernst	Rechtlicher Aufwand
1 • Eigen	Pitch-Probe, Sprach-Selbstcheck, vor wichtigem Call	Wie du selbst klingst, wo deine Sprache schwach ist	Niedrig — keine Zustimmung Dritter
2 • Fremd	YouTube-Sales-Trainings, Konferenz-Pitches, Kollegen-Calls (mit OK)	Strukturen erfolgreicher Verkäufer übernehmen	Mittel — Einverständnis je nach Quelle
3 • Gemeinsam	Discovery-Call mit Lead, Demo, Verhandlung	Wie dein Lead tickt, wo er Nein-aber-Ja sagt	Hoch — § 201 StGB beachten

Empfehlung für den Einstieg: Beginne mit Modus 1 (Eigenanalyse) — niedrigster rechtlicher Aufwand, höchster Lern-Effekt für deine eigene Verkaufssprache. Sobald du das Werkzeug beherrschst, ergänze Modus 2 (Fremdanalyse). Modus 3 ist die mächtigste, aber auch anspruchsvollste Anwendung — sie verlangt sauberes rechtliches Vorgehen.

05 · Rechtlicher Rahmen

Was du wann aufnehmen darfst — und was strafbar ist

Dieses Kapitel ist nicht optional. Die Aufnahme von Verkaufsgesprächen ist in Deutschland streng geregelt, und Verstöße sind nicht nur arbeitsrechtlich, sondern strafrechtlich relevant. Lies dieses Kapitel sorgfältig, bevor du Modus 2 oder Modus 3 nutzt.

Hinweis: Dieser Leitfaden ist keine Rechtsberatung. Im Zweifel halte Rücksprache mit dem Datenschutzbeauftragten deines Unternehmens oder einem Fachanwalt für IT-Recht.

Die rechtliche Grundregel

Das nicht-öffentlich gesprochene Wort eines anderen darfst du in Deutschland nur dann aufzeichnen, wenn er informiert hat zugestimmt. Verstoß = Straftat nach § 201 StGB, Strafraumen bis zu drei Jahren Freiheitsstrafe oder Geldstrafe.

Das gilt für alle Arten von Gesprächen:

- Telefonate (Festnetz, Mobilfunk, VoIP)
- Präsenzgesepräche (Büro, Café, Messestand)
- Online-Meetings (Zoom, Teams, Google Meet)

Auch wenn du selbst beteiligt bist und nur „deine Hälfte“ aufzeichnen willst — die Stimme des Gesprächspartners ist „nicht-öffentlich gesprochenes Wort“. Du brauchst sein Einverständnis.

Was bedeutet „informierte Zustimmung“?

Der Gesprächspartner muss vor Beginn der Aufnahme wissen:

- Dass aufgezeichnet wird.
- Zu welchem Zweck (z.B. „zur Analyse meiner eigenen Gesprächsführung“).
- Was mit der Aufzeichnung passiert (z.B. „wird nach Analyse gelöscht“).
- Dass er das Recht hat, abzulehnen — ohne Nachteile.

Eine stillschweigende Aufzeichnung („Es macht ja niemandem etwas aus“) ist nicht zulässig — auch nicht im B2B-Kontext.

Praktische Umsetzung pro Modus

Modus	Vorgehen
Eigen	Nimm dich selbst auf — eigene Stimme, kein Gesprächspartner. Wenn du eine Pitch-Probe vor einem Kollegen machst: dessen Einverständnis einholen. Wenn du allein vor dem Mikrofon übst: vollständig unbedenklich.
Fremd	Öffentliches Material (YouTube-Vorträge, Konferenz-Aufzeichnungen mit Veröffentlichungseinwilligung): erlaubt. Kollegen-Calls: explizite Einwilligung aller Teilnehmer notwendig, schriftlich empfohlen. Aufzeichnungen Dritter ohne deren Wissen: NIEMALS — auch nicht, wenn dir

Modus	Vorgehen
	jemand eine Datei zuspielt.
Gemeinsam	<p>Vor jedem Call: Sprich die Aufnahme aktiv an. Beispielsatz: „Ich würde gerne diesen Call aufzeichnen, um meine Gesprächsführung später zu analysieren. Die Aufnahme bleibt bei mir und wird nach der Analyse gelöscht. Sind Sie einverstanden?“</p> <p>Bei Online-Meetings: Recording-Funktion mit sichtbarem Hinweis aktivieren — nicht heimlich im Hintergrund mitlaufen lassen.</p> <p>Im Zweifel: schriftliche Einwilligung per E-Mail vor dem Termin einholen.</p> <p>DSGVO: Bei B2B reicht das Einverständnis. Bei Aufnahmen mit Privatpersonen zusätzlich Informationspflicht nach Art. 13 DSGVO beachten.</p>

Wenn der Lead Nein sagt

Akzeptiere es ohne Diskussion. Eine erzwungene Zustimmung ist keine. Und ein Lead, der sich unter Druck gesetzt fühlt, kauft nicht. Du kannst stattdessen direkt nach dem Call deine eigenen Erinnerungen sprachlich zu Papier bringen und diese Transkripte hochladen — das ist eine schwächere Datenbasis als ein echtes Transkript, aber rechtlich völlig unbedenklich.

Sonderfall: Telefonische Bestellannahme (Inside Sales)

Wenn du im Inside Sales arbeitest und dein Unternehmen ohnehin Calls aufzeichnet (z.B. für Qualitätssicherung mit entsprechender Ansage „Dieser Anruf wird zu Qualitätszwecken aufgezeichnet“), kannst du diese Aufzeichnungen für PrimoPulse-Analysen nutzen, sofern dein Arbeitgeber zustimmt und die Aufzeichnung von der ursprünglichen Zweckbindung gedeckt ist. Das ist eine Frage, die der Datenschutzbeauftragte deines Unternehmens klären muss.

Sonderfall: Selbsterstellte Gesprächsprotokolle

Wenn dir die Aufnahme rechtlich nicht möglich ist, kannst du nach dem Call ein Gesprächsprotokoll schreiben („Was hat der Lead gesagt? Was habe ich gesagt?“) und dieses Transkript hochladen. Die Analyse-Qualität ist niedriger — du erinnerst dich nicht an jedes Wort — aber die Sprachmuster der eigenen Seite kommen meist gut rüber.

Zusammenfassung in einem Satz

Wenn du nicht gefragt hast und keine klare Zustimmung hast — zeichne nicht auf. Punkt.

06 · Der Vertriebs-Profi

Was du siehst — und was bewusst geschützt wird

Beim allerersten Öffnen von PrimoPulse wählst du einen Profil-Typ. Diese einmalige Wahl legt fest, welche Informationen dir die App anzeigt — und welche bewusst nicht. Sie ist nach der Bestätigung über die App nicht mehr änderbar, nur per E-Mail an info@ki-ss.org. Das ist kein technisches Versäumnis, sondern bewusster Schutz.




Warum diese Wahl existiert

Sprache trägt mehr Information als nur Verkaufssignale. Bei der Analyse werden auch psychische Belastungssignale erkannt — Wendungen, die auf Erschöpfung, Hoffnungslosigkeit oder Krisen hindeuten. Diese Informationen unterliegen DSGVO Art. 9 (besondere Kategorien personenbezogener Daten) und sind besonders streng geschützt.

Im Coaching-Kontext ist der Zugang zu diesen Daten legitim: Der Coach hat ein Mandat, mit psychischen Themen zu arbeiten, eine Ausbildung dafür und meist eine Schweigepflicht. Im Sales-Kontext fehlt dieses Mandat. Wenn ein Vertriebler die psychische Verfassung eines Leads sähe, hätte er gleichzeitig ein finanzielles Interesse und Zugriff auf Informationen, die er nicht haben darf. Diese Kombination ist ethisch und rechtlich problematisch.

PrimoPulse löst das durch klare Trennung. Als Vertriebs-Profi siehst du alles, was du für deinen Job brauchst — und nichts, was darüber hinausgeht.

Die drei Profil-Typen

Profil-Typ	Wer wählt das	Sichtbarkeit von Belastungssignalen
 Coaching-Profi	Coaches, Therapeuten, Supervisoren mit Mandat für psychische Themen	Volle Sicht auf eigene und fremde Belastungssignale
 Vertriebs-Profi	Vertriebler, Verhandler, B2B-Berater ohne Coaching-Mandat	Volle Sicht auf eigene Belastungssignale (Eigenreflexion). Bei Lead-Profilen: geschützter Hinweis statt Details.
 Nur Selbstanalyse	Einzelnutzer, die nur sich selbst analysieren wollen	Volle Sicht auf eigene Belastungssignale. Fremdprofile sind nicht möglich.

Was du als Vertriebs-Profi konkret siehst

Bei eigenen Profilen (Eigenanalyse, Modus 1):


- Vollständige Analyse mit allen 45 Indikatoren — RKI, VAKOG, Meta-Programme, Hedging, Synchronität.
- Belastungssignale in deiner eigenen Sprache (wichtig für Selbstfürsorge — Vertrieb ist ein stressiger Beruf).
- Telefonseelsorge-Hinweis, falls deine eigene Sprache auf Belastung deutet.

Bei Lead- und Kunden-Profilen (Modus 2 und 3):

- Vollständige Sales-relevante Analyse — RKI, VAKOG, Meta-Programme, Hedging, Sales-Pattern, Synchronitäts-Profil.
- Krisen-Level: angezeigt als „🔒 Geschützt — im Vertriebs-Modus ausgeblendet“.
- Belastungssignale: Hinweis-Box mit Schloss-Symbol, kein Inhalt sichtbar.

Der Hinweis, der bei Lead-Belastung erscheint

Wenn die App in einem Lead-Profil Belastungssignale erkennt, siehst du genau diesen Text:

 Belastungssignale erkannt — im aktuellen Profil-Typ nicht einsehbar. Diese Information ist im Vertriebs-Kontext bewusst geschützt (DSGVO Art. 9). Wenn dein Gesprächspartner sichtbar belastet wirkt, vertage die Entscheidung.

Dieser Hinweis ist keine Schwäche der App. Er ist ein bewusster Schutzmechanismus. Du weißt: Hier ist etwas, aber es ist nicht deine Sache. Wenn dein Lead im Gespräch sichtbar belastet wirkt, ist das ein Zeichen, eine Entscheidung zu vertagen — nicht, sie zu drücken.

Warum das eine Stärke ist, keine Einschränkung

Andere Sales-Analyse-Tools (Gong, Chorus, Salesloft) haben keinen vergleichbaren Schutz. Sie zeigen alle Daten, weil sie keine psychischen Signale erkennen. PrimoPulse erkennt sie — und schützt sie. Das ist eine bewusste ethische Entscheidung, die KI-SS von der Konkurrenz unterscheidet.

Wenn du als Vertriebs-Profi mit PrimoPulse arbeitest, hast du ein Werkzeug, das transparent macht, was du sehen darfst und was nicht. Im Streitfall — etwa bei einem Datenschutz-Audit — ist das ein nachweisbarer Vorteil. Du hast nicht heimlich Daten ausgewertet, die dir nicht zustanden. Du hast mit einem Werkzeug gearbeitet, das diese Grenzen aktiv durchsetzt.

Was passiert, wenn dein Profil-Typ geändert werden muss

Realistisch: Manche Karrieren wechseln. Ein Vertriebler wird zertifizierter Coach. Ein Coach übernimmt eine Sales-Rolle. Wenn das passiert, melde dich an info@ki-ss.org. Der manuelle Vorgang ist Absicht — er schafft einen menschlichen Kontaktpunkt und verhindert, dass jemand seinen Profil-Typ aus Versehen oder aus Neugier wechselt.

Eine Bitte: Wenn du sowohl Coaching als auch Vertrieb machst (häufig bei selbstständigen Beratern), wähle Coaching-Profi. Du hast dann das Mandat für beide Kontexte. Im Sales-Kontext kannst du die Belastungs-Daten sehen, aber du übernimmst auch die Verantwortung, sie nicht zu missbrauchen.


Das Audit-Log

Beim ersten Bestätigen deines Profil-Typs schreibt die App ein einmaliges Audit-Log mit Zeitstempel und Profil-Typ in deinen Browser. Dieser Eintrag wird nie überschrieben — auch nicht, wenn jemand technisch versuchen würde, den Profil-Typ manuell zu ändern. Im Streitfall ist nachweisbar, was ursprünglich gewählt wurde.

Beim Coaching-Profi wird zusätzlich gespeichert, ob die Selbstverpflichtungs-Checkbox („Ich bestätige, dass ich als Coach tätig bin und ein Mandat habe...“) aktiv geklickt wurde. Diese Bestätigung hat keine bindende Vertragswirkung, aber sie schafft Klarheit: Wer sich aktiv als Coach deklariert hat, trägt die Verantwortung für korrekte Angabe.

07 · Dashboard-Guide

Was du siehst — was es bedeutet

Das Dashboard zeigt alle analysierten Profile als kompakte Karten. Jede Karte ist anklickbar und klappt sich auf, wenn du die volle Analyse sehen willst. Oben rechts siehst du dein Profil-Badge ( VERTRIEB), das jederzeit transparent macht, in welchem Modus du arbeitest.

Die Übersichtsansicht

- Eine Liste aller Profile, sortiert nach Rolle (Verkäufer zuerst, dann Leads/Kunden).
- Pro Karte: Rolle, Name, Datum, Wortzahl und der RKI-Wert auf einen Blick.
- Alle Karten sind initial zugeklappt — die volle Analyse erscheint erst nach Klick.

Die Werte im Detail

Wert	Skala	Bedeutung im Sales-Kontext
RKI Classic	0–10	Der ursprüngliche Gesamtwert. Unter 4 = Lead nicht erreichbar. 4–6 = bearbeitbar. Über 6 = Kaufbereitschaft strukturell möglich.
RKI v1.1	0–100	Drei-Säulen-Version. Jede Säule (Resonanz, Zeitkopplung, Kohärenz) einzeln aufklappbar. Im Sales: schau auf die schwächste Säule — dort liegt der Hebel.
Ω (Omega)	0–1	Gesamtkohärenz. Unter 0,4 beim Lead = sein System ist im Stress, keine guten Entscheidungen zu erwarten. Über 0,7 = entscheidungsfähig.
Z (Zeitdichte)	0–1	Tempo des inneren Systems. Über 0,65 beim Lead = Hochdruckmodus, schwer erreichbar für komplexe Argumente. Bei dir = Antreiber-Modus, Vorsicht.
SRP	0–1	Vergangenheitslast. Über 0,5 beim Lead = er entscheidet aus alten Erfahrungen heraus. Diese ansprechen, bevor du weiter pitchst.
Hedging	Promille	Abschwächungswörter („vielleicht“, „irgendwie“, „eigentlich“). Bei dir über 20 = du verwässerst deine Aussagen. Beim Lead über 20 = Unsicherheit oder Vermeidung.
C (Confidence)	0–1	Verlässlichkeit der Analyse. Unter 0,3 = zu wenig Text. Ab 0,6 = belastbar. Für Sales-Calls mindestens 5 Minuten pro Sprecher anstreben.

Die Ampel-Logik

GRÜN — ab 70	GELB — 50 bis 69	ROT — unter 50
Gut ausgeprägte Ressource. Stabilisieren und nutzen.	Entwicklungspotenzial vorhanden. Beobachten.	Handlungsbedarf — hier liegt der Hebel.

Drei typische Sales-Konstellationen

A · Lead mit hoher Resonanz, niedriger Kohärenz

Der Lead ist offen, im Kontakt, hört dir zu — aber innerlich zerrissen. Er versteht den Wert, kommt aber nicht ins Handeln. Klassischer „Yes, but-Stück“.

Dein Hebel: Keine neuen Argumente. Der Lead braucht innere Klärung. „Was würde gerade dazwischenstehen, wenn Sie morgen unterschreiben würden?“

B · Lead mit hoher Kohärenz, niedriger Zeitkopplung

Der Lead wirkt stabil und souverän — aber hängt komplett in einer früheren Erfahrung fest. „Das haben wir schon mal probiert.“

Dein Hebel: Die alte Erfahrung würdigen, dann sanft umformulieren: „Was war damals genau der Punkt, an dem es schiefging?“ — dort liegt der echte Unterschied zu heute.

C · Der „Alles-passt“-Lead

Der Lead erzählt, dass alles super klingt — aber RKI 45 von 100, Authentizität niedrig. Worte sagen Ja, das System sagt Nein. Der versteckte Einwand wartet auf den Moment, in dem er ausgesprochen wird.

Dein Hebel: „Sie sagen, das passt — aber ich höre eine kleine Bremse mit. Welche Frage haben Sie noch nicht gestellt?“ — Pause. Raum lassen. Nicht nachfragen.

08 · Zustandsvektor

Die neun Kernparameter — was sie im Sales-Kontext bedeuten

Der Zustandsvektor erfasst die dynamischen Aspekte der Sprache: Tempo, Zeitorientierung, Wohlbefinden. Er ergänzt den RKI um die Frage, in welchem Modus dein Lead (oder du selbst) gerade lebt.

Code	Bedeutung	Skala	Interpretation im Sales
Z	Zeitdichte (Tempo)	0-1	Hoher Wert = Hochdruckmodus. Lead unter $Z > 0,7$ entscheidet nicht rational. Bei dir: bedeutet Antreiber-Modus.
Q_Z	Zeitqualität (Flow)	0-1	1,0 = Flow. Niedrig = Lead springt gedanklich, kein roter Faden. Bei dir: Indiz, dass du selbst keine Struktur hast.
SRP	Vergangenheitslast	0-1	Über 0,5 = Lead interpretiert dein Angebot durch frühere Käufe (gute oder schlechte). Diese ansprechen.
SRP_r	Entlastete Vergangenheit	0-1	SRP nach Bearbeitung. Wenn nach einem Reframing deutlich unter SRP: dein Argument hat gewirkt.
RKM	Resilienz & Anpassung	0-1	Unter 0,4 beim Lead = geringes Ressourcenpolster. Er kann gerade keinen großen Schritt machen.
TVC_R	Blick zurück	0-1	Über 0,6 = Lead lebt mental im „Damals“. Zukunfts-Pitches verpuffen. Zuerst die Vergangenheit würdigen.
TVC_P	Blick voraus	0-1	Unter 0,3 = kaum Zukunftsorientierung beim Lead. Visionäre Argumente wirken nicht. Klein anfangen.
WF	Wohlbefindens-Faktor	0-1	Unter 0,35 beim Lead = System im Stress, kein guter Moment für große Entscheidungen.
WF_eff	Effektives Wohlbefinden	0-1	WF mit Berücksichtigung aller Korrekturen — der realistischere Wert.

Empfehlung: Vergleiche die Zustandsvektor-Werte desselben Leads über mehrere Calls hinweg. Wenn SRP sinkt und TVC_P steigt, hast du erfolgreich Vergangenheit entlastet und Zukunft geöffnet — auch wenn der Lead selbst es noch nicht subjektiv spürt.

09 · Zehn Sales-Pattern

App zeigt X — du machst Y

Schlag das Muster nach, das du in der Analyse siehst. Jede Karte zeigt: was die App anzeigt, was der Lead typisch sagt, und welche Intervention erfahrungsgemäß funktioniert. Die Muster sind nicht abschließend — aber sie decken einen Großteil der häufigsten Konstellationen im Beziehungs-Sales ab.

Pattern 1: Der Risiko-Sucher

App zeigt: Hohe Weg-von-Werte, niedrige Hin-zu-Werte, viele Risiko-Verben.

Lead sagt: „Ich will keine Fehlinvestition. Was ist, wenn das nicht funktioniert?“

Deine Intervention: Nicht den Nutzen pitchen — der Lead ist im Vermeidungsmodus. Pacing zuerst: „Sie wollen sichergehen, dass Sie nichts Falsches tun. Was wäre der allergrößte Worst Case in Ihrer Vorstellung?“ — und dann zeigen, wie genau dieser Worst Case in eurer Lösung abgesichert ist.

Pattern 2: Die Stakeholder-Schleife

App zeigt: Viele Konjunktive, hoher externer Bezug („Mein Chef“, „die IT“, „die Geschäftsführung“).

Lead sagt: „Das müsste ich noch mit meinem Chef abklären. Und die IT müsste das prüfen.“

Deine Intervention: Nicht den Lead überzeugen — er ist nicht der Entscheider. Frage gezielt: „Was wäre der Punkt, an dem Sie persönlich Ja sagen würden — unabhängig von den anderen?“ Dann arbeite mit ihm an einem internen Mini-Pitch für seinen Chef.

Pattern 3: Der Vergangenheits-Gefangene

App zeigt: TVC_R über 0,6, SRP über 0,5, viele Vergleiche mit der Vergangenheit.

Lead sagt: „Vor zwei Jahren haben wir das schon mal probiert. Das ist krachend gescheitert.“

Deine Intervention: Niemals sagen „Aber unsere Lösung ist anders“. Würdige die Erfahrung: „Erzählen Sie mir, was damals genau gescheitert ist.“ Höre genau zu — dort liegt das Differenzierungsmerkmal, das du brauchst.

Pattern 4: Der ROI-Vermeider

App zeigt: Niedrige Agency, hohe externe Referenz, kaum Zukunftsverben.

Lead sagt: „Ja, das klingt gut. Wir warten aber erst mal die nächste Quartalsplanung ab.“

Deine Intervention: Nicht drücken — der Lead ist nicht im Handlungsmodus. Verschieb den Fokus auf den nächsten konkreten Schritt: „Was wäre der kleinstmögliche erste Schritt, der vor der Quartalsplanung sinnvoll ist — und Ihnen für die Planung Argumente liefert?“

Pattern 5: Die lächelnde Dissonanz

App zeigt: Niedrige Authentizitäts-Werte, VAKOG-Mismatch (Worte vs. Stimme), Hedging hoch.

Lead sagt: „Ja, das passt für uns.“ (Stimme leiser, Tempo verlangsamt, Pausen vor jedem Wort.)

Deine Intervention: „Ihre Worte sagen Ja — aber ich höre da noch etwas anderes. Was ist die Frage, die Sie noch nicht gestellt haben?“ Pause. Raum lassen. Wer den Einwand jetzt nicht ausspricht, sagt nach dem Call ab.

Pattern 6: Der Detail-Verlierer

App zeigt: Extreme Detail-Orientierung, hohe LCI, fehlender Überblick in der Sprachstruktur.

Lead sagt: Fünfzehn Minuten Beschreibung der Spezifikation, des Migrationspfads, der API-Schnittstellen.

Deine Intervention: Unterbrechen — höflich, aber entschieden. „Stopp. Ich will sicherstellen, dass wir hier oben rauskommen. Was ist die EINE Frage, deren Antwort die Entscheidung kippen würde?“

Pattern 7: Der Hochdruck-Lead

App zeigt: Hohe Z-Werte (über 0,75), niedrige WF, RKM im Keller.

Lead sagt: „Ich muss gleich in den nächsten Termin, machen Sie's kurz. Was kostet's? Können wir das nächste Woche aufsetzen?“

Deine Intervention: Nicht mitspielen. Eine Entscheidung im Hochdruckmodus ist eine schlechte Entscheidung — und sie wird zurückgenommen. „Ich höre den Druck. Lassen Sie uns kurz die zwei wichtigsten Punkte klären, und dann setzen wir einen ruhigen Termin für nächste Woche auf — wo wir das in Ruhe entscheiden können.“

Pattern 8: Die Kohärenz-Fassade

App zeigt: Kohärenz hoch, aber Authentizität und Offenheit niedrig.

Lead sagt: Hat für alles eine souveräne Antwort. Aber nichts bewegt sich. Drei Calls, keine Entscheidung.

Deine Intervention: „Sie haben auf alles eine gute Antwort. Was wäre die Frage, auf die Sie noch keine haben?“ Wenn er sagt: „Keine“ — dann ist er nicht der Entscheider oder hat innerlich schon abgelehnt. Anders weitermachen.

Pattern 9: Der chronische Zweifler

App zeigt: Sehr hohes Hedging (über 30 Promille), niedrige Certainty, niedrige Agency.

Lead sagt: „Vielleicht könnten wir eigentlich irgendwie mal überlegen, ob das so passen würde...“

Deine Intervention: Klarheitsarbeit, aber nicht durch dich allein — durch ihn. „Lassen Sie uns die Abschwächer rausnehmen. Sagen Sie denselben Satz nochmal, diesmal ohne ‚vielleicht‘, ‚eigentlich‘, ‚irgendwie‘.“ Wenn er klar wird, hat er entschieden. Wenn er es nicht kann, ist der Deal nicht reif.

Pattern 10: Die zu-glatte-Synchronität (Selbstcheck)

App zeigt: S_sync sehr hoch (über 80 %), S_desync niedrig — in der Dyaden-Analyse.

Lead sagt: Alles fühlt sich harmonisch an — aber der Deal kommt nicht voran. Drei Folge-Calls, keine Bewegung.

Deine Intervention: Du bist zu glatt. Bau bewusst einen kleinen, konstruktiven Widerspruch ein: „Eine Sache, in der ich vielleicht anderer Meinung bin als Sie — darf ich die ansprechen?“ Reibung erzeugt Bewegung. Komplette Harmonie tut das nie.

10 · Nächster Call

Drei Interventionen auf Knopfdruck

Das Dashboard generiert automatisch drei konkrete Interventionsempfehlungen für den nächsten Call — direkt aus dem Profil des Leads. Kein Nachschlagen, kein Hin-und-her zwischen Tabs. Die Karte „Nächster Call“ erscheint unten in der ausgeklappten Profilansicht.

Nr.	Basiert auf	Beispiel-Hook
1	Dominanter VAKOG-Kanal	Visuell: „Schauen wir uns das mal von oben an.“ Auditiv: „Hört sich das nach Ihrem Problem an?“ Kinästhetisch: „Wie fühlt sich diese Lösung im Bauch an?“
2	Meta-Programm Hin-zu / Weg-von	Weg-von: „Was ist der erste Schritt, um aus dem Problem rauszukommen?“ Hin-zu: „Was wäre der größte Erfolg, wenn alles läuft?“
3	Schwächste RKI-Säule	Kohärenz schwach: „Was würden Sie tun, wenn niemand zuschauen würde?“ Resonanz schwach: ruhiges Pacing. Zeitkopplung schwach: Erfahrung würdigen.

Hinweis: Die Interventionen sind Inspirationen, keine Vorschriften. Ihre Stärke liegt darin, dass du nicht bei null beginnst — du hast immer einen ersten möglichen Hebel parat. Ob du ihn nutzt oder etwas anderes wählst, bleibt deine Verkäufer-Entscheidung.

11 · PrimoAI als Reflexionspartner

Die Brücke zwischen Analyse und Reflexion

Mit der Mai-Version 2026 ist eine direkte Verbindung zwischen der Analyse-App PrimoPulse und dem Primonetik-Assistenten PrimoAI verfügbar. Diese Brücke erlaubt es, eine fertige Analyse mit einem Klick an PrimoAI zu übergeben und dort vertieft zu reflektieren.

Was ist PrimoAI?

PrimoAI ist ein KI-gestützter Reflexionspartner, der auf Primonetik trainiert ist. Er versteht die Begriffe (RKI, Z, SRP, VAKOG), kennt die Sales-Pattern und kann mit dir über eine konkrete Analyse sprechen — als sachkundiger Diskussionspartner, nicht als automatischer Empfehlungsgeber.

Wichtige Abgrenzung

PrimoAI ist nicht dein Lead. PrimoAI ist nicht dein Sales-Coach. PrimoAI ist ein Werkzeug, mit dem du Hypothesen prüfen, Interventionsideen durchspielen und blinde Flecken in deiner eigenen Wahrnehmung sichtbar machen kannst. Die Verantwortung für jede Sales-Entscheidung bleibt bei dir.

So funktioniert die Brücke

12. Analyse öffnen. Im Dashboard die Profilkarte des Leads anklicken. Sie klappt auf.
13. Brücken-Button drücken. Direkt unter der Profilinfo der lila-türkise Button „Mit PrimoAI besprechen →“. Klick öffnet PrimoAI in einem neuen Tab.
14. Begrüßung lesen. PrimoAI empfängt dich mit den wichtigsten Werten der Analyse — RKI, Ω , SRP, Hedging — und lädt dich ein, deine Frage zu stellen.
15. Reflexionsfrage stellen. Frag PrimoAI, was die Werte bedeuten, welche Hypothese sich aufdrängt, oder welche Intervention sich im nächsten Call anbietet.

Beispiel-Fragen für die Sales-Reflexion

- Was siehst du im Sprachmuster dieses Leads?
- Welche Hypothese würdest du für den nächsten Call vorschlagen?
- Wo könnte ein blinder Fleck in meiner bisherigen Einschätzung liegen?
- Welche drei Fragen würden den Lead in eine andere Richtung bringen?
- Wie würde sich diese Konstellation typischerweise weiterentwickeln, wenn nichts passiert?
- Bei Eigenanalyse: Wo bin ich im Pitch zu schwach, wo zu glatt?

Datenschutz bei der PrimoAI-Brücke

Wenn du auf den Brücken-Button klickst, werden Transkript und Analyse-Werte für maximal fünf Minuten an einen Server in Deutschland (IONOS-Rechenzentrum) übertragen. Nach Abruf durch PrimoAI werden die Daten sofort gelöscht. Eine zweite Verwendung des Tokens ist technisch ausgeschlossen.

Wichtig vor dem Klick: Wenn das Transkript Namen oder sensible Geschäftsinformationen des Leads enthält, gilt dieselbe Sorgfaltspflicht wie bei jeder externen Beratung. Im Zweifel: Namen vor der Aufnahme durch Pseudonyme ersetzen.

12 · Workflow

Integration in den Sales-Alltag

Die App entfaltet ihren Nutzen erst, wenn sie sich nahtlos in deinen Alltag einfügt — als Routine, nicht als Sonderaufgabe. Hier ein erprobter Vier-Schritte-Workflow für Vertriebler.

1 · Wöchentliche Eigenanalyse — die ehrliche Stunde

Einmal pro Woche: Nimm einen eigenen Pitch oder eine Pitch-Probe auf (5–10 Minuten). Lade die Analyse, schau drei Werte an: Hedging, dominanter VAKOG-Kanal, schwächste RKI-Säule. Notiere dir, was du diese Woche bewusst anders machen willst. Das ist die wichtigste Routine — und die am häufigsten ausgelassene.

2 · Call-Vorbereitung — fünf Minuten vorm Termin

Wenn du den Lead schon einmal analysiert hast (Modus 3), öffne sein Profil und das Modul „Nächster Call“. Drei Werte zuerst beachten: schwächste Säule, dominanter VAKOG-Kanal, vorgeschlagene Hooks. Du startest nicht mehr bei null.

3 · Nach dem Call — der Drei-Minuten-Scan

Sofort nach dem Call (vor dem nächsten Termin, vor dem Kaffeeholen): Aufnahme oder Gesprächsprotokoll hochladen. Drei Dinge im Dashboard ansehen:

- Wie ist der RKI v1.1 des Leads — und welche Säule ist die schwächste?
- Welches Sales-Pattern steht ganz oben in der Liste?
- Wie sieht das Synchronitäts-Profil aus — war ich zu glatt, oder hab ich angemessen geführt?

4 · PrimoAI bei schwierigen Cases

Wenn ein Profil dich nachdenklich macht — niedriger RKI ohne erkennbaren Grund, ungewöhnliche Konstellation, Hypothese unklar — auf den Brücken-Button klicken und die Sache mit PrimoAI durchsprechen. Das ersetzt kein Sales-Coaching, aber es klärt vieles, bevor du den nächsten Call setzt.

Optional: Top-Performer-Studie (Modus 2)

Einmal im Quartal: Such dir einen Top-Sales-Pitch auf YouTube (Konferenz, Earnings-Call, Pitch-Wettbewerb) und lade das Transkript hoch. Schau, welche Strukturen die Person nutzt — und welche du in deinem nächsten Pitch übernehmen könntest. Reines Lernen, kein Druck.

Wichtige Warnung


PrimoPulse ist kein Bewertungswerkzeug für Mitarbeiter. Wenn du im Sales-Team arbeitest, nutze die App ausschließlich für dich selbst. Eine flächendeckende Analyse aller Vertriebler ohne deren Zustimmung wäre arbeitsrechtlich und datenschutzrechtlich nicht zulässig — und würde Vertrauen kosten, das du nie wieder zurückbekommst.

13 · Installation

Die App auf jedem Gerät installieren

PrimoPulse und PrimoAI sind Progressive Web Apps (PWA). Das bedeutet: Sie laufen im Browser, lassen sich aber wie eine normale App auf dem Startbildschirm oder im Programmverzeichnis installieren. Vorteil: Ein-Klick-Start, keine Browser-Adressleiste, automatische Updates.

Wichtig: Beim allerersten Start

Direkt nach dem Splash-Bildschirm erscheint einmalig der Profil-Wahl-Dialog. Wähle dort „ Vertriebs-Profi“, lies die Zusammenfassung der Konsequenzen, bestätige. Diese Wahl ist über die App nicht mehr änderbar — nur per E-Mail an info@ki-ss.org. Hintergrund und Details in Kapitel 6.

Desktop (Chrome, Edge, Brave)

16. primonetik.com/app im Browser öffnen.
17. In der Adressleiste rechts erscheint ein kleines Installations-Symbol (Bildschirm mit Pfeil nach unten oder ein „+“ im Kreis). Darauf klicken.
18. Im erscheinenden Fenster auf „Installieren“ klicken. PrimoPulse erscheint danach im Startmenü oder Dock wie jede andere App.

Android (Chrome, Samsung Internet)

19. primonetik.com/app im Browser öffnen.
20. Auf das Drei-Punkte-Menü oben rechts tippen, dann „App installieren“ oder „Zum Startbildschirm hinzufügen“ wählen.
21. Bestätigen. PrimoPulse erscheint als App-Symbol auf dem Startbildschirm.

iPhone und iPad (Safari)

22. Wichtig: Auf iOS funktioniert die Installation nur mit Safari, nicht mit Chrome oder Firefox.
23. primonetik.com/app in Safari öffnen.
24. Auf das Teilen-Symbol unten in der Mitte tippen (Quadrat mit Pfeil nach oben). In der Liste „Zum Home-Bildschirm“ wählen, dann „Hinzufügen“.

PrimoAI separat installieren

PrimoAI ist eine eigene App und sollte separat installiert werden. Auf primonetik.com/primoi genauso vorgehen wie oben — du bekommst dann zwei Symbole auf dem Gerät: eines für PrimoPulse (Analyse) und eines für PrimoAI (Reflexion). Tipp: Beide Symbole nebeneinander legen, dann ist der Workflow am schnellsten.

Häufige Stolpersteine

- Kein Installations-Symbol sichtbar: Seite einmal aktualisieren (F5 oder Wischgeste). Bei iOS muss zwingend Safari verwendet werden.
- Updates kommen nicht an: Browser-Cache leeren — bei Chrome unter Einstellungen → Datenschutz → Browserdaten löschen, nur „Bilder und Dateien im Cache“ auswählen.

- App startet nicht offline: Die Aufnahme- und Analysefunktionen brauchen Internet. Ohne Verbindung lassen sich nur bereits geladene Profile ansehen.

14 · FAQ

Antworten auf typische Fragen aus dem Vertrieb

Was bedeutet das Profil-Badge oben rechts (👛 VERTRIEB)?

Es zeigt dir und allen, die deinen Bildschirm sehen könnten, in welchem Profil-Typ PrimoPulse läuft. Bei Vertriebs-Profi sind sensible Daten Dritter (psychische Belastungssignale) bewusst nicht einsehbar. Details in Kapitel 6.

Warum kann ich meinen Profil-Typ nicht in den Einstellungen ändern?

Weil eine änderbare Einstellung kein echter Schutz wäre. Sobald jemand seinen Profil-Typ jederzeit wechseln könnte, hätte er Zugriff auf Daten, die er als Vertriebs-Profi nicht sehen darf. Der Wechsel per E-Mail an info@ki-ss.org ist Absicht — er schafft einen menschlichen Kontaktpunkt.

Was passiert, wenn ich aus Versehen den falschen Profil-Typ gewählt habe?

Schreib an info@ki-ss.org mit dem Wunsch zum Wechsel. Wir prüfen kurz und stellen es um. Deine Daten und bisherigen Analysen bleiben erhalten.

Darf ich mein Verkaufsgespräch heimlich aufnehmen?

Nein. § 201 StGB stellt das nicht-öffentliche Wort unter Schutz. Heimliche Aufnahmen sind strafbar — auch im B2B-Kontext. Du brauchst immer das informierte Einverständnis des Gesprächspartners. Details in Kapitel 5.

Was passiert mit meinen Aufnahmen?

Die Audiodatei wird nach der Transkription bei AssemblyAI automatisch gelöscht. Das Transkript wird nur im Browser-Speicher gehalten und verschwindet, wenn du die Seite schließt. Es gibt keine Cloud-Datenbank mit deinen Aufnahmen.

Kann ich Zoom- oder Teams-Transkripte analysieren?

Ja. Unter „Analyse“ → „Transkript hochladen“ kannst du TXT- oder DOCX-Dateien hochladen. Voraussetzung: Die Aufzeichnung war rechtmäßig (sichtbarer Recording-Hinweis im Meeting, alle Teilnehmer informiert). Das Format „Sprecher A: Text...“ wird automatisch erkannt.

Was, wenn der Lead keine Aufnahme erlaubt?

Akzeptiere es ohne Diskussion und schreibe nach dem Call ein eigenes Gesprächsprotokoll. Das kannst du als TXT hochladen. Die Analyse-Qualität ist niedriger, aber die Muster deiner eigenen Seite kommen meist gut rüber.

Ist PrimoPulse ein Lügendetektor?

Nein. PrimoPulse misst Sprachmuster, keine Wahrheit. Was du siehst, sind Indizien für Kohärenz, Resonanz und Zustand — nicht für die Wahrhaftigkeit einer Aussage. Behandle die Werte als Hypothesen, nicht als Urteile.

Kann ich die App nutzen, um Mitarbeiter zu bewerten?

Nein — das wäre eine grobe Fehlnutzung. PrimoPulse ist ein Selbstreflexions-Werkzeug. Eine Bewertung von Mitarbeitern ohne deren ausdrückliches Einverständnis wäre arbeitsrechtlich problematisch und datenschutzrechtlich unzulässig. Außerdem zerstört es die Vertrauensbasis im Team.

Wie viele Wörter braucht die App für eine verlässliche Analyse?

Pro Sprecher mindestens 30 Wörter für eine Basisanalyse. Für verlässliche Ergebnisse (Confidence über 0,5) sind 200+ Wörter pro Sprecher ideal — das entspricht etwa 5–10 Minuten Gespräch.

Wann nutze ich PrimoAI, wann reicht das Dashboard?

Das Dashboard reicht für die schnelle Auswertung und Call-Vorbereitung. PrimoAI empfiehlt sich, wenn du eine Hypothese durchspielen willst, einen Fall im Detail reflektierst oder Ideen brauchst, auf die du allein nicht kommst. Faustregel: Das Dashboard liefert die Daten, PrimoAI hilft beim Denken darüber.

Was kostet die App?

PrimoPulse ist in der Pilotphase kostenlos. Die Transkriptionskosten (etwa 60 Cent pro 60 Minuten) werden von Primonetik übernommen — kein eigener API-Key nötig. PrimoAI wird im Early-Access-Modell für 19 Euro pro Monat angeboten.

Ist die App DSGVO-konform?

Ja. Die Analyse läuft lokal im Browser. Audiodateien werden für die Transkription kurzzeitig an AssemblyAI (USA, EU-Standardvertragsklauseln) übertragen und danach sofort gelöscht. Bei der PrimoAI-Brücke werden Transkript und Analyse für maximal fünf Minuten an einen Server in Deutschland übertragen und nach Abruf gelöscht. Verantwortlich für die Rechtmäßigkeit der Aufzeichnung bist du als Anwender — die App stellt nur die technische Infrastruktur.

Ersetzt die App meine Sales-Erfahrung?

Nein — und das ist auch nicht das Ziel. Die App ist eine zweite Meinung, kein Ersatz für Erfahrung. Sie sieht Muster, die wir im Gespräch übersehen. Dein Gefühl bleibt der Dirigent — die App gibt dir ein besseres Instrument.

G · Glossar

Alle Begriffe für den Hausgebrauch

Agency

Das Maß an gefühlter Handlungsfähigkeit. Hohe Agency = „Ich gestalte mein Geschäft.“ Niedrige Agency = „Mir passiert das Geschäft.“

Audit-Log

Einmaliger Eintrag im Browser-Speicher, der den gewählten Profil-Typ mit Zeitstempel dokumentiert. Wird nie überschrieben. Im Streitfall nachweisbar, was ursprünglich gewählt wurde.

Authentizität

Maß für die Übereinstimmung zwischen Wortinhalt und sprachlich erkennbarer innerer Haltung. Niedrige Werte deuten auf versteckte Einwände im Sales-Kontext hin.

Confidence (C)

Verlässlichkeit der Analyse, abhängig von Textmenge und Qualität der Aufnahme. Unter 0,3: vorsichtig interpretieren. Ab 0,6: tragfähig.

Dyade

Die Interaktion zwischen zwei Personen — hier Verkäufer und Lead. Die Dyaden-Analyse zeigt, wie ihr als System miteinander schwingt.

Eigenanalyse (Modus 1)

Aufnahme der eigenen Stimme zur Selbstreflexion der eigenen Verkaufssprache. Niedrigster rechtlicher Aufwand.

Fremdanalyse (Modus 2)

Analyse fremder Aufnahmen (Top-Performer, Konkurrenten, öffentliche Pitches) zum Lernen. Benötigt Einverständnis oder öffentliche Quelle.

Gemeinsame Analyse (Modus 3)

Analyse eines echten Verkaufsgesprächs mit Lead/Kunde. Höchster rechtlicher Aufwand — § 201 StGB beachten.

Handoff (PrimoPulse → PrimoAI)

Die technische Brücke, die eine Analyse von PrimoPulse an PrimoAI übergibt. Daten werden für maximal fünf Minuten zwischengespeichert und sofort nach Abruf gelöscht.

Hedging

Abschwächungswörter wie „vielleicht“, „irgendwie“, „eigentlich“. Hohe Hedging-Rate bei dir = du verwässerst. Beim Lead = Unsicherheit oder Vermeidung.

Kohärenz

Der Gleichschritt von Denken, Fühlen und Handeln. Im Sales: Indikator für die Wahrscheinlichkeit eines tragfähigen Ja.

LCI

Linguistic Cognitive Index — Maß für die kognitive Komplexität der Sprache. Hohe Werte = stark differenzierende Sprache, niedrige = vereinfachende.

Meta-Modell / Meta-Programme

Aus dem NLP. Meta-Modell beschreibt sprachliche Tilgungen, Verzerrungen und Generalisierungen. Meta-Programme beschreiben Sortierungsmuster (Hin-zu/Weg-von, intern/extern, etc.). Im Sales zentral für die richtige Argumentationsrichtung.

Pacing & Leading

NLP-Konzept. Erst den Lead in seiner Welt abholen und spiegeln (Pacing), dann sanft in eine neue Richtung führen (Leading). Im Sales die wichtigste Bewegung.

Profil-Typ

Einmalige Wahl beim ersten App-Start (Coaching-Profi / Vertriebs-Profi / Nur Selbstanalyse). Bestimmt, welche Daten dir die App anzeigt. Nicht über die App änderbar — nur per E-Mail an info@ki-ss.org.

Profil-Badge

Anzeige oben rechts im App-Header (🎓 COACHING / 📁 VERTRIEB / 🏠 SELBST). Macht jederzeit transparent, in welchem Profil-Typ die App läuft.

PrimoAI

Primonetik-Reflexionspartner. KI-Assistent auf Basis der Primonetik-Methodik. Analysiert keine Texte selbst, sondern hilft beim Reflektieren über bereits durchgeführte Analysen.

PrimoPulse

Die professionelle Analyse-App von Primonetik. Analysiert Sprache nach 45 Indikatoren und erstellt RKI-Profile.

Primonetik

Mathematisches Kommunikationsframework, das Sprache nach 45 Indikatoren analysiert. Verbindet Linguistik, Systemtheorie und Zahlentheorie.

RKI (Resonanz-Kohärenz-Index)

Der zentrale Messwert von Primonetik. RKI Classic: 0–10. RKI v1.1: 0–100 mit drei Säulen (Resonanz, Zeitkopplung, Kohärenz) und 45 Indikatoren.

RKM (Resonanzkapazitäts-Modul)

Misst die sprachliche Widerstandskraft und Anpassungsfähigkeit. Niedrige Werte beim Lead = er kann gerade keinen großen Schritt machen.

Resonanz

Der innere Filter, der bestimmt, welche Reize aufgenommen werden. Misst, wie gut deine Argumente beim Lead überhaupt ankommen können.

S-Δt

Temporaler Gesprächsrhythmus. Misst die zeitlichen Abstände zwischen Sprecherwechseln. Lebendiger Rhythmus = unregelmäßige, primzahlartige Muster.

SRP (Self-Resonant Phase)

Misst die emotionale Vergangenheitslast in der Sprache. Über 0,5 = starke Bindung an alte Erfahrungen (z.B. frühere Käufe, gute oder schlechte).

SRP_r

Entlastete Vergangenheit — der SRP-Wert nach Bearbeitung. Wenn nach einem Reframing deutlich unter SRP: dein Argument hat gewirkt.

Synchronitäts-Profil

Die Werte S_sync (Zustimmung), S_desync (Herausforderung), S_rhythmus (Wechsel). Zeigen die Balance in der Verkäufer-Lead-Beziehung.

TVC_R / TVC_P (Temporal Vector Coupling)

Maß für die zeitliche Ausrichtung der Sprache. TVC_R = Blick zurück (Vergangenheit), TVC_P = Blick voraus (Zukunft). Im Sales relevant für Zeitorientierung des Leads.

VAKOG

Die fünf Sinneskanäle: Visuell, Auditiv, Kinästhetisch, Olfaktorisch, Gustatorisch. Die App zeigt den sprachlich bevorzugten Kanal — entscheidend für die Wahl der Argumentations-Bilder.

Vertriebs-Profi

Profil-Typ in PrimoPulse für Vertriebler, Verhandler und B2B-Berater ohne Coaching-Mandat. Psychische Belastungssignale Dritter werden bewusst nicht angezeigt (DSGVO Art. 9). Eigenanalyse bleibt vollständig sichtbar.

Wahrscheinlichkeitsfeld

Der aktuelle innere Zustand, der bestimmt, welche Gedanken und Handlungen für den Lead möglich erscheinen — und welche unmöglich.

Z (Zeitdichte)

Misst die Pulsdichte der Sprache pro Minute. Über 0,65 = Hochdruckmodus, Lead ist getrieben oder unter Stress. Schlechte Verfassung für Kaufentscheidungen.

Zeitkopplung

Ein Muster aus der Vergangenheit, das unbewusst in die Gegenwart projiziert wird und dort die Kaufentscheidung steuert.

Zustandsvektor

Die neun Kernparameter zur Erfassung des dynamischen Zustands: Z, Q_Z, SRP, SRP_r, RKM, TVC_R, TVC_P, WF, WF_eff.

Der nächste Schritt

Wenn dieser Leitfaden Fragen aufgeworfen hat, die nicht beantwortet wurden, melde dich. PrimoPulse ist in der Pilotphase — dein Feedback fließt direkt in die nächste Version.

Weiterführend

Primonetik — Eine Einführung (Hartmut Röbbke, BoD 2026)

Das offizielle Grundlagenbuch zum Primonetik-Framework. Vollständiges Navigationsdreieck, mathematische Grundlagen verständlich erklärt. ISBN 978-3-6957-4894-5.

Kontakt: info@ki-ss.org · primonetik.com · ki-ss.org

Dieses Dokument darf ergänzt werden. Es ist ein Anker, kein Korsett.