

# GTM/REVENUE

CMOs, CROs, VP Sales/Marketing • Series B-C • €15M–€50M ARR

Das 7-Hebel-Framework für AI-Native Revenue Engines – Wie man GTM-Motoren 4-10x schneller skaliert

CAC

**-60-75%**

€12k → €3k–€5k

LTV/CAC

**+200%**

2.5x → 7-9x

WIN RATE

**+200%**

15% → 40-60%

ROI

**12-20x**

2-3 Monate  
Payback

Version 1.0 • 3. Februar 2026

Michel Lason, Alban Halili, Florian Metzger

EXPERTISE × SPEED = IMPACT

## 01 Executive Summary

Das Problem, die Lösung, die Ergebnisse

### Die Situation

Du bist CMO/CRO in einem Series B-C Unternehmen (€15M-€50M ARR). Dein GTM-Motor bricht zusammen:

CAC <b>€10k- €15k</b> steigt 20- 30% YoY	LTV/CAC <b>2-3x</b> kaum profitabel	WIN RATE <b>15-25%</b> zu niedrig	SALES CYCLE <b>90-180 Tage</b> zu langsam	PAYBACK <b>18-36 Mo.</b> Cashflow- Krise
---	--	---	--	---

### Das Ergebnis

Wachstum stagniert. CAC explodiert. Druck vom Vorstand steigt.

### Die Komplikation

AI-native Unternehmen skalieren **4-10x schneller** mit **radikal besseren Unit Economics**:

Unternehmen	ARR	Team	Effizienz
Midjourney	€492M in 18 Mo.	107 Mitarbeiter	€4,6M/Mitarbeiter
Cursor	€100M in 12 Mo.	Kleines Team	8,3x vs. traditionell
Harvey	€100M in 12 Mo.	AI-first	Legal AI Leader

#### ✗ Traditioneller GTM

- Manuelles Prospecting (SDRs: 80% Zeit für Recherche)
- Generische Ansprache (2-5% Antwortraten)
- Lange Sales Cycles (90-180 Tage)
- Niedrige Win Rates (15-25%)

#### ✓ AI-Nativer GTM

- AI-gestütztes Prospecting (AI: 80% der Recherche)
- Hyper-personalisierte Ansprache (20-40% Antwortraten)
- Schnelle Sales Cycles (30-60 Tage, -67%)
- Hohe Win Rates (40-60%, +100-200%)

### Die Lücke wird größer

Traditionelle Unternehmen können nicht mithalten. AI-native Unternehmen gewinnen.

### Die Frage

Wie transformierst du deinen GTM-Motor von traditionell zu AI-native, ohne den aktuellen Umsatz zu gefährden?

### Die Antwort

**AI-NATIVE GTM ENGINE = (7 Hebel) × AI**

**Hebel 1-7** = ICP, Outbound, Inbound, Channel, Sales, Pricing, RevOps

**AI** = Multiplikator über alle 7 Hebel

**1. Assess**

Diagnose (Woche 1-2)

**2. Build**

Reparieren (Woche 3-8)

**3. Scale**Operationalisieren  
(Woche 9-12)**4. Optimize**

Verbessern (Monat 4-6)

**Die Ergebnisse (6-12 Monate):**

CAC

**-60-75%**€12k → €3k-  
€5k

LTV/CAC

**+100-  
200%**

2,5x → 7x

WIN RATE

**+100-  
200%**15% → 40-  
60%

SALES CYCLE

**-50-67%**120 → 40-60  
Tage

PAYBACK

**-60-75%**24 → 6-9  
Monate

## 02 Das Problem

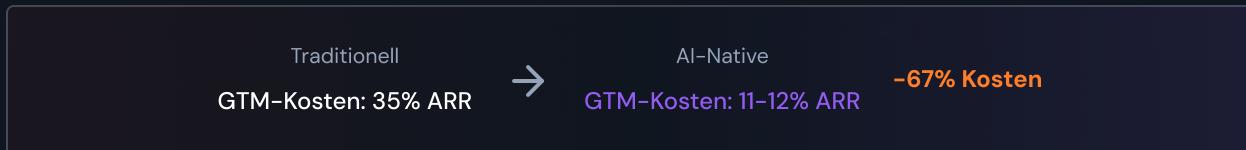
Die traditionelle GTM-Krise

Dein GTM-Motor funktionierte bei €5M–€15M ARR. Aber jetzt, bei €15M–€50M ARR, bricht er zusammen:

### Traditioneller GTM vs. AI-Native GTM

Series B-C Unternehmen (€15M–€50M ARR)

Metrik	↘ Traditionell	↗ AI-Native	Impact
CAC	€10k–€15k	€3k–€5k	-60–75%
LTV/CAC	2–3x	7–9x	+100–200%
Win Rate	15–25%	40–60%	+100–200%
Sales Cycle	90–180 Tage	30–60 Tage	-50–67%
Payback Period	18–36 Monate	6–9 Monate	-60–75%
Response Rate (Outbound)	2–5%	20–40%	+400–800%
MQL Conversion (Inbound)	2–5%	10–15%	+200–400%
Forecast Accuracy	50–70%	85–95%	+40–60%



## 03 Das Framework

Die 7 Hebel des AI-Native GTM



### AI-NATIVE GTM ENGINE

AI = Multiplikator über alle 7 Hebel (kein Add-on)

$$\text{GTM ENGINE} = (7 \text{ Hebel}) \times \text{AI}$$

1



#### ICP Clarity & Positioning

Fundament: Wen du bedienst und warum sie dich wählen

Win Rate +50-100%

2



#### Outbound Sales Excellence

Demand Creation: Proaktive Ansprache der Best-Fit Accounts

SDR +300-500%

3



#### Inbound Marketing Excellence

Demand Capture: Best-Fit Accounts durch Content anziehen

CAC -50-70%

4



#### Channel & Partner Strategy

Demand Multiplication: Partner für mehr Reichweite nutzen

Markt +200-400%

5

**Sales Process Excellence**

Conversion: Jeden Schritt im Vertriebsprozess optimieren

Cycle -50-67%

6

**Pricing & Packaging**

Value Capture: Preisgestaltung für Wertabschöpfung optimieren

ACV +20-40%

7

**RevOps & AI Infrastructure**

Operationalisierung: Infrastruktur für AI-native GTM

✗ Traditionell

Manuelle CRM, 50-70% Accuracy

✓ AI-Native

AI CRM, 85-95% Accuracy

Forecast +40-60%

**7 integrierte Hebel × AI-Multiplikator = CAC -60-75%, LTV/CAC +100-200%, Win Rate +100-200%**

## 04 Hebel 1: ICP Clarity & Positioning

Das Fundament für AI-Native GTM

WIN RATE

**+167-300%**

15% → 40-60%

CAC

**-58%**

€12k → €5k

SALES CYCLE

**-50%**

120 → 60 Tage

### AI-Tools für ICP Clarity

**Clay.com** (AI-gestützte ICP-Analyse) • **Apollo.io** (AI-gestützte Prospektion) • **Clearbit** (AI-gestützte Anreicherung)

## 05 Hebel 2-4: Demand Creation & Capture

Outbound, Inbound, Channel & Partner

### Hebel 2: Outbound Sales Excellence

RESPONSE RATE

**+400%**

5% → 25%

MEETINGS/SDR

**+300%**

10 → 40/Monat

CAC

**-67%**

€12k → €4k

### Hebel 3: Inbound Marketing Excellence

MQLS

**+400%**

150 → 750/Monat

CONVERSION

**+300%**

3% → 12%

CAC

**-71%**

€7k → €2k

### Hebel 4: Channel & Partner Strategy

PARTNERUMSATZ

**+500%**

5% → 30%

CAC

**-40%**

€10k → €6k

MARKTABDECKUNG

**+300%**

3x mehr Accounts

## 06 Hebel 5-6: Conversion & Value Capture

Sales Process & Pricing

### Hebel 5: Sales Process Excellence

SALES CYCLE

**-67%**

120 → 40 Tage

WIN RATE

**+150%**

20% → 50%

AE PRODUKTIVITÄT

**+250%**

AI: 60% der Arbeit

### Hebel 6: Pricing & Packaging

ACV

**+40%**

€20k → €28k

MARGE

**+15pp**

60% → 75%

WIN RATE

**+40%**

besseres Packaging

## 07 Hebel 7: RevOps & AI Infrastructure

Die Infrastruktur für AI-Native GTM

FORECAST ACCURACY

**+50%**

60% → 90%

ENTSCHEIDUNGEN

**+3000%**

monatlich → Echtzeit

REVOPS EFFIZIENZ

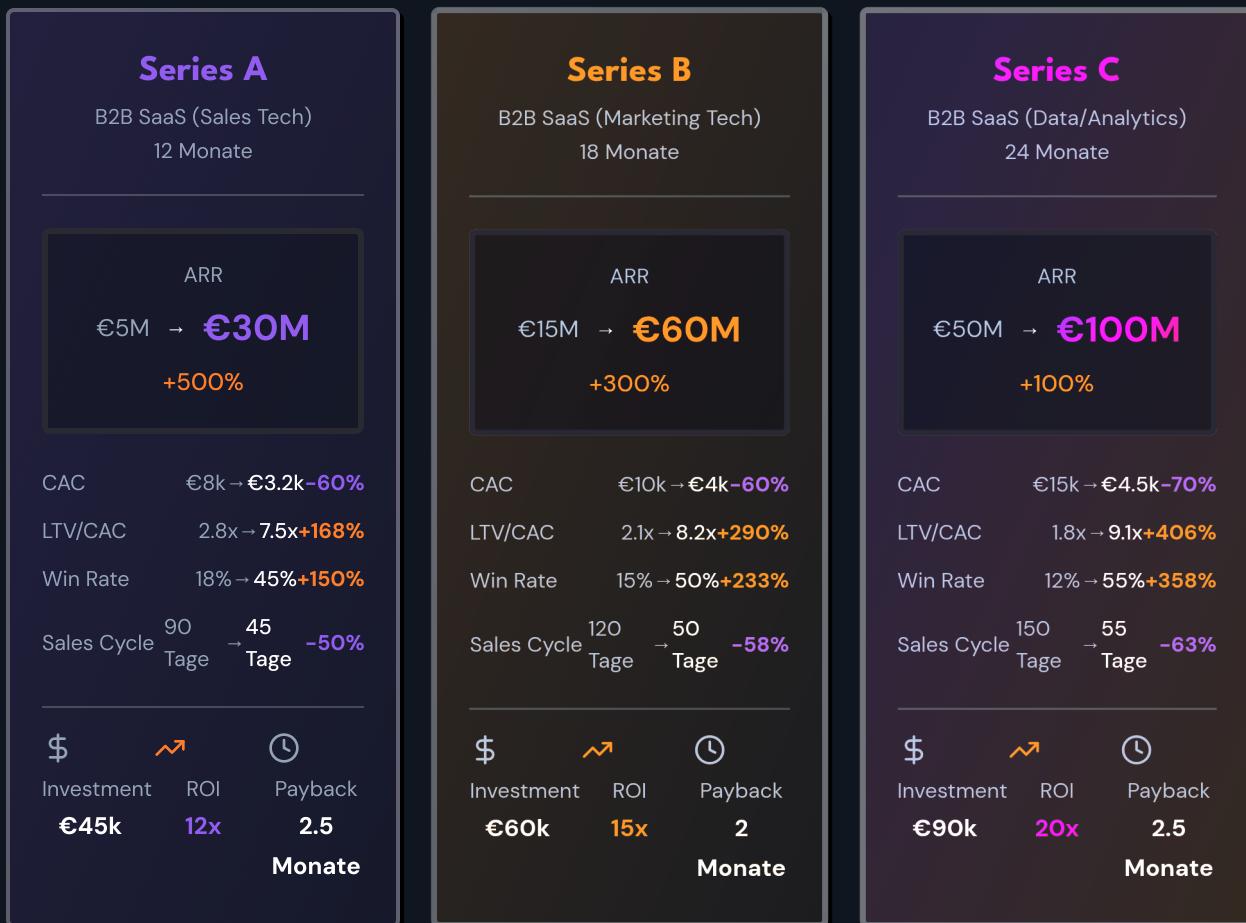
**+250%**

AI: 70% der Arbeit

## 08 Case Studies

3 Transformationen: Series A, B & C

### 3 Case Studies: Series A-C Transformation



#### Gemeinsame Muster aller 3 Transformationen

CAC Reduktion  
**-60-70%**

LTV/CAC  
**7-9x**

Win Rate  
**45-55%**

ROI  
**12-20x**

## 09 Implementierungsroadmap

Die 4-Phasen Transformation

1

### Phase 1: Assess (Woche 1-2)

Alle 7 Hebel bewerten • GTM-Kennzahlen analysieren • Quick Wins identifizieren

Investment: €5k

2

### Phase 2: Build (Woche 3-8)

Hebel 1 (ICP) • Hebel 7 (RevOps) • Hebel 2-3 (Outbound/Inbound)

Investment: €15k–€30k

3

### Phase 3: Scale (Woche 9-12)

Hebel 5 (Sales Process) • Hebel 6 (Pricing) • Hebel 4 (Partner)

Investment: €30k–€60k

4

### Phase 4: Optimize (Monat 4-6)

A/B-Tests • Team Training • Eigene AI-Modelle bauen

Investment: €60k–€120k

## 10 Nächste Schritte

Wie man startet

### Dieses Whitepaper zeigte Ihnen

- ✓ **Das Problem:** Traditioneller GTM bricht bei Skalierung zusammen
- ✓ **Das Framework:** 7-Hebel AI-Native GTM Engine
- ✓ **Der Beweis:** 3 Fallstudien (Series A-C, 12–20x ROI)
- ✓ **Die Ergebnisse:** CAC -60–75%, LTV/CAC +100–200%, Win Rate +100–200%

### Die Wahl liegt bei Ihnen:

Die Lücke wird größer. AI-native Unternehmen gewinnen. Was werden Sie wählen?

## Über die Autoren



### Michel Lason

Gründer & CEO

*Strategy. Scaling. Impact.*

18 Jahre Startups aufbauen, skalieren und reparieren. Ex-Berater (Microsoft, XING), SaaS Executive (€1,3M → €13,7M ARR in 2 Jahren). Autor "Fix Growth. Scale Faster."

Revenue Architecture

AI/LCNC GTM Motions

Investor Readiness

Rule of 40 +10 Pkt,  
✓ EBITDA –€300k → +  
€150k



### Alban Halili

Partner

*Growth. AI Solutions.  
Automation.*

10+ Jahre B2B Sales  
skalieren. Ex-CSO bei Elba (€8,5M ARR, RPA/AI), Enterprise Sales bei Telefónica (€7,7Mrd).

B2B Sales AI Agents

Automation

Performance Analytics

3,8% Conversion,  
✓ €14,5K Durchschnitts-  
Deals



### Florian Metzger

Partner

*RevOps. GTM. Venture  
Architect.*

4+ Jahre SaaS-Businesses  
aufbauen. Design Thinking (HPI), lasr.io Architekt. Co-Founder Mindset.

RevOps GTM Engineering  
Marketing Automation

Sales Cycle –30%,  
✓ Lead Throughput  
optimiert

## Kontakt



team@scalingx.io



scalingx.io



LinkedIn

**Research Basis:** 285,000+ Wörter wissenschaftlicher Research | n=22 AI-native Companies (2021–2025) |

R<sup>2</sup>=0.76, p<0.001

---

© 2026 ScalingX Hypergrowth. All rights reserved.

Version: 1.0 | Datum: 3. Februar 2026

**Disclaimer:** Dieses Whitepaper repräsentiert unser aktuelles Verständnis basierend auf verfügbarer Forschung und praktischer Erfahrung. Das Feld der AI entwickelt sich rapide, und spezifische technische Details können sich ändern. Alle Performance-Claims basieren auf dokumentierten Case Studies und publizierter Forschung. Organisationen sollten ihre eigene Evaluation für spezifische Use Cases durchführen.