

Unternehmen in Sekunden qualifizieren – mit AI Company Insights

AI Company Insights



Öffne ein Unternehmensprofil in Dealfront



Verfasse einen Prompt in natürlicher Sprache



Überprüfe die von der KI generierte Zusammenfassung



Nutze die Insights gezielt



Stelle weitere Fragen und entdecke mehr



play

Inhaltsverzeichnis

Einführung	01
Warum manuelle Recherche nicht mehr funktioniert	02
Wie AI Company Insights die Qualifizierung von Unternehmen verändert	03
Schritt für Schritt Workflow	04
Best Practices und Tipps	06
Erwartete Ergebnisse: Das erreichst Du mit AI Company Insights	09
Hol Dir unsere kostenlosen Vorlagen: Beispiel-Fragen für AI Company Insights	10

Einführung

Wenn jede Minute zählt, wird manuelle Recherche schnell zu einem teuren Engpass. Vertriebsteams verlieren Stunden damit, sich durch Websites, LinkedIn-Profilen und Datenbanken zu klicken. Nur um herauszufinden, wer ein Unternehmen ist, was es tut und ob es zu Deinem Ideal Customer Profile (ICP) passt. Marketing-Teams stehen vor demselben Problem, wenn sie lange Listen potenzieller Kunden prüfen müssen, bevor sie eine Kampagne mit gutem Gewissen starten können.

AI Company Insights ändert das.

„Verbringst Du Stunden damit, Unternehmen zu recherchieren, bevor Du sie kontaktierst? Dieses Play zeigt Dir, wie Du mit AI Company Insights Accounts in Sekunden qualifizierst, ihre Märkte verstehst und Deine Ansprache gezielt und präzise gestaltest.“



Sjoerd van Rijswijk, Senior Account Executive

Mit nur einer einfachen Frage in natürlicher Sprache, wie etwa *„Verkauft dieses Unternehmen in unserem Markt?“*, erhältst Du sofort eine klare, datenbasierte Zusammenfassung des Unternehmensprofils, seiner Marktposition und seines ICP-Fits. Das ist Dein Shortcut zu schnellerer Qualifizierung, gezielterem Outreach und besserer Abstimmung zwischen Marketing und Sales. Alles direkt innerhalb der Dealfront-Plattform.

Empfohlen für:

✓ Marketingmanager

✓ Vertriebsmanager

✓ Marketingagenturen

Erwartete Ergebnisse

- ✓ **Erkenne sofort, ob ein Unternehmen zu Deinem ICP passt.**
- ✓ **Spare Zeit und steigere die Response-Quoten durch personalisierte, datengestützte Kundenansprache.**
- ✓ **Konzentriere Deine Energie auf vielversprechende Leads, um das Wachstum Deiner Pipeline zu beschleunigen.**

Warum manuelle Recherche nicht mehr funktioniert

Jedes Vertriebs- und Marketing-Team kennt den Aufwand manueller Unternehmensrecherche. Sie ist mühsam, langsam und unzuverlässig, und trotzdem oft der einzige Weg, um herauszufinden, ob ein potenzieller Kunde wirklich relevant ist. Sales-Reps springen von Website zu LinkedIn-Profil zu Datenplattform, um sich mühsam ein Bild davon zu machen, ob ein Unternehmen in ihr Ideal Customer Profile (ICP) passt. Marketing-Teams stehen vor demselben Problem, nur im größeren Maßstab. Sie arbeiten sich durch Tausende von Datensätzen, um Listen zu erstellen, die am Ende oft gar nicht zu ihren Kampagnenzielen passen.

Typischerweise passiert Folgendes, wenn manuelle Recherche den Ton angibt:

- **Ineffizienz im Vertrieb:** Sales verbringt zu viel Zeit mit Recherche statt mit qualifizierten Interessenten zu sprechen.
- **Uneinheitliche Listenqualität:** Es ist schwer sicherzustellen, dass Kampagnenlisten tatsächlich Unternehmen enthalten, die dem ICP entsprechen. Das führt zu Streuverlusten und einer geringeren Resonanz.

Manuelle Recherche

-  Langsam und mühsam
-  Begrenzte Reichweite und Skalierung
-  Zersplitterte, inkonsistente Daten
-  Fehlende Abstimmung zwischen Teams
-  Komplizierte, manuelle Suche
-  Nur Rohinformationen
-  Verzögerte Ansprache
-  Verschwendeter Aufwand, geringerer ROI
-  Wiederholende, ermüdende Arbeit
-  Auf viele Tools verteilt

KI-Unternehmens-Insights

-  Sofort und automatisiert
-  Verarbeitet Tausende in Minuten
-  Verifizierte, zuverlässige Informationen
-  Gemeinsamer, einheitlicher Kontext
-  Einfache, natürliche Abfragen
-  Klare, kontextbezogene Erkenntnisse
-  Echtzeit-Qualifizierung
-  Fokus auf passgenaue Leads
-  Automatisierte Effizienz
-  Nahtlos in CRM integriert

 dealfront

- **Geteilte Folgen:** Ohne schnellen, verlässlichen Unternehmenskontext verschwenden beide Teams Energie auf unpassende Accounts. Das verzögert den Pipeline-Aufbau und senkt den Kampagnen-ROI.

Die Folge sind verpasste Chancen, langsame Go-to-Market-Prozesse und uneinheitliche Qualifikationsstandards über alle Teams hinweg. Hier kommt AI Company Insights ins Spiel. Es ersetzt stundenlange, mühsame Recherche durch sofortige, verlässliche Antworten, die auf geprüften Daten basieren. Statt mühsam Puzzleteile zusammenzusetzen, kann Dein Team sich endlich auf das konzentrieren, was wirklich zählt: die richtigen Unternehmen schneller ansprechen.

Wie AI Company Insights die Qualifizierung von Unternehmen verändert

Manuelle Recherche begrenzt Deine Geschwindigkeit, Präzision und Skalierbarkeit. Selbst die erfahrensten Vertriebs- und Marketingprofis können nur eine bestimmte Anzahl von Unternehmensprofilen prüfen, bevor ihre Konzentration nachlässt. Und genau dann gehen oft gute Chancen verloren. AI Company Insights beseitigt diese Hürde, indem es die komplexe Unternehmensrecherche in ein einfaches, dialogbasiertes Erlebnis verwandelt. Anstatt mühsam Daten aus verschiedenen Tools zusammenzusuchen, erhältst Du jetzt in Sekunden geprüfte, kontextbezogene Informationen. Direkt dort, wo Du arbeitest.

Du kannst es Dir vorstellen wie einen persönlichen Rechercheassistenten in Dealfront, der Dein ICP kennt, Deine Datenquellen versteht und Dir sofort die Insights liefert, die Du brauchst, um schnellere und bessere Entscheidungen zu treffen. Ob Du prüfen willst, ob ein Unternehmen in Deinem Markt aktiv ist, Wachstumssignale erkennst oder Zielgruppenlisten vor Kampagnenstarts validierst. AI Company Insights vereinfacht jeden Schritt von der Qualifizierung bis zur Personalisierung.

So liefert AI Company Insights sofort Mehrwert:

- **Einfache und natürliche Fragen:** Keine Filter, keine komplexen Suchabfragen. Stelle Deine Frage einfach so, wie Du sie einem Kollegen stellen würdest, zum Beispiel: „Verkauft dieses Unternehmen an Enterprise-Kunden?“
- **Kontextbezogene Zusammenfassungen:** Jede Antwort basiert auf geprüften Dealfront-Daten und wird zu klaren, relevanten Insights verdichtet.
- **Schnelle ICP-Prüfung:** Erkenne auf einen Blick, ob ein Unternehmen zu Deiner Zielbranche, Region oder Kundengröße passt.

- **Nahtlose Integration:** Greife direkt in Deinem Dealfront-CRM oder in der Unternehmensliste auf die Insights zu, ohne Tabs oder Tools wechseln zu müssen.

Für Marketing: Validiere und erweitere Zielgruppenlisten in Minuten statt Tagen. So stellst Du sicher, dass jede Firma in Deiner Datenbank wirklich relevant und bereit für Engagement ist.

Für Sales: Spare jede Woche Stunden bei der Account-Qualifizierung und entwickle personalisierte Ansprache, die auf echtem Unternehmenskontext basiert.

Diese Funktionen verändern gemeinsam die Art und Weise, wie Deine Teams potenzielle Kunden qualifizieren, priorisieren und ansprechen. AI Company Insights ermöglicht nicht nur schnellere, sondern auch intelligentere Recherchen. Es hilft Dir, vom Bauchgefühl zu datenbasierter Sicherheit in jeder Entscheidung zu wechseln.

Schritt für Schritt Workflow

Der Einstieg in AI Company Insights dauert nur wenige Augenblicke. Sobald Du es in Aktion gesehen hast, willst Du nicht mehr zur manuellen Recherche zurück. Der Prozess ist einfach und intuitiv und fügt sich nahtlos in Deinen bestehenden Dealfront-Workflow ein.

Bevor Du loslegst, sieh Dir das kurze Video unten an. Es zeigt Dir, wie Du AI Company Insights öffnest, Fragen in natürlicher Sprache stellst und die sofort verfügbaren Unternehmensinformationen in echte Maßnahmen für Sales oder Marketing übersetzt.

Anschließend folge diesen Schritten, um Unternehmen zu qualifizieren:

Schritt 1 – Öffne ein Unternehmensprofil in Dealfront

- Gehe auf ein Unternehmen in Deinen gespeicherten Listen oder in der CRM-Ansicht.
- Im Profil findest Du die Funktion AI Company Insights.

Schritt 2 – Stelle eine natürliche Frage

Formuliere Deine Frage in einfacher Sprache. Beispiele:

 „Verkauft dieses Unternehmen in unserem Markt?“

 „Wer sind ihre Kunden?“

 „Sind sie kürzlich in neue Märkte expandiert?“

Für Marketing: Prüfe den ICP-Fit, bevor Du Unternehmen in Kampagnenzielgruppen aufnimmst.

Für Sales: Qualifiziere Leads sofort und gestalte Deine erste Ansprache mit relevantem Kontext.

Schritt 3 – Überprüfe die von der KI generierte Zusammenfassung

- Die KI erstellt eine prägnante, datenbasierte Zusammenfassung als Antwort auf Deine Frage.
- Die Informationen stammen aus geprüften Dealfront-Daten und weiteren vertrauenswürdigen Quellen.
- Die Ergebnisse sind kontextbezogen und konzentrieren sich auf die für Deine Anfrage wichtigsten Fakten.

Für Marketing: Validiere sofort Branchen, Märkte und Regionen.

Für Sales: Erkenne Expansionssignale, Kundentypen und Wachstumsindikatoren.

Schritt 4 – Nutze die Insights gezielt

Im Vertrieb: Verwende die gewonnenen Erkenntnisse, um Deine Ansprache zu personalisieren, Nachrichten gezielter zu gestalten oder Accounts mit passendem ICP zu priorisieren.

Im Marketing: Erstelle Kampagnen mit relevantem Kontext, erweitere Zielgruppen um ICP-bestätigte Unternehmen und entferne unpassende.

Du kannst außerdem Notizen speichern oder Tags direkt im CRM hinzufügen, damit Insights leicht geteilt und später wieder abgerufen werden können.

Schritt 5 – Stelle weitere Fragen und entdecke mehr

AI Company Insights ist nicht auf eine einzige Frage beschränkt. Nutze es als Tool für kontinuierliche Recherche und stelle mehrere Fragen, um ein vollständiges Bild eines Unternehmens zu erhalten. Beispiele für Folgefragen:



„Verkaufen sie an Enterprise-Kunden?“



„Welche Märkte peilen sie als Nächstes an?“



„Haben sie in letzter Zeit neue Produkte auf den Markt gebracht?“

Schritt 6 – Speichere wiederkehrende Fragen

Wenn Du ähnliche Fragen regelmäßig stellst, kannst Du diese als Prompts speichern. So hast Du sie schnell zur Hand, sparst Zeit und stellst sicher, dass alle Teammitglieder nach denselben Best Practices arbeiten.

Mit der Zeit entsteht so eine wertvolle Bibliothek aus gespeicherten Prompts. Ein lebendiges Nachschlagewerk mit den Fragen, die Deinem Team die wichtigsten Insights für seine Ziele liefern.

Best Practices und Tipps

Um mit AI Company Insights die genauesten und umsetzbarsten Ergebnisse zu erzielen, solltest du in den Kategorien „Klarheit“, „Absicht“ und „Anwendung“ denken. Je klarer Deine Fragen formuliert sind und je konsistenter Dein Prozess ist, desto wertvoller werden Deine Erkenntnisse. Mit diesen Best Practices machst Du AI Company Insights zu einem echten Wettbewerbsvorteil im Alltag. Sowohl für Sales als auch für Marketing.

Stelle gezielte, zweckorientierte Fragen

Je präziser und fokussierter Deine Frage ist, desto relevanter und nützlicher wird das Ergebnis. Verwende statt vager Prompts wie „Erzähle mir etwas über dieses Unternehmen“ Fragen, die Dich bei einer konkreten Entscheidung unterstützen. Beispiele: „Verkauft dieses Unternehmen an Enterprise-Kunden?“ oder „Expandiert dieses Unternehmen aktuell in EMEA-Märkte?“ Präzision führt zu Klarheit und Klarheit beschleunigt das Handeln.

Hier sind einige Beispiele für gute und weniger gute Fragen:

Schlechte Frage

✖ Erzähl mir etwas über dieses Unternehmen

✖ Wer sind ihre Kunden?

✖ Ist das ein guter Lead?

Bessere Alternative

✔ Passt dieses Unternehmen in ein Enterprise-B2B-SaaS-ICP mit Fokus auf Käufer im Bereich Cybersecurity?

✔ Welche Zielbranchen und Buyer Personas sprechen sie an, und gibt es aktuelle Hinweise darauf?

✔ Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass dieses Unternehmen auf Basis von ARR, Hiring-Signalen und Produktfokus zu einem zahlenden Kunden wird?

Schlechte Frage

✖ Was macht das Unternehmen?

✖ Passt dieses Unternehmen zu uns?

Bessere Alternative

✔ Fasse das Produktangebot und die Unique Value Proposition dieses Unternehmens in zwei Sätzen zusammen.

✔ Bewerte den ICP-Fit anhand von Branche, Umsatzspanne, Mitarbeiterzahl und Tech Stack und begründe Deine Einschätzung.

Prüfe zuerst ICP-Fit

Beginne jede Interaktion damit, zu bestätigen, ob ein Unternehmen wirklich zu Deinem Ideal Customer Profile (ICP) passt. Frage nach Branche, Unternehmensgröße, Region oder Kundentyp, bevor Du mehr Zeit investierst. Dieser einfache Schritt stellt sicher, dass jeder Kontakt in Deiner Pipeline eine echte Chance ist. So konzentrierst Du Dich auf Qualität statt Quantität.

Personalisiere zielgenau

Nutze die Erkenntnisse aus AI Company Insights, um eine kontextreiche, authentische Ansprache zu gestalten. Passe Deine E-Mails, Social Messages und Anzeigen mit konkreten Details an, zum Beispiel Wachstumstrends, Kundentypen oder Marktfokus. Personalisierung, die auf verifizierten Daten basiert, wirkt natürlich und glaubwürdig und genau das schafft Vertrauen.

Arbeite über Teams hinweg zusammen

AI Company Insights ist nicht nur ein Tool für Einzelpersonen, sondern eine gemeinsame Ressource. Wenn Sales- und Marketing-Teams auf Basis derselben Daten arbeiten, bleiben alle Go-to-Market-Aktivitäten optimal abgestimmt. Ermutige Deine Teams, wichtige Erkenntnisse, ICP-Muster und neue Marktchancen direkt im CRM oder über Slack-Kanäle zu teilen.

Setze Folgefragen gezielt ein

Die erste Frage öffnet die Tür, aber die zweite und dritte liefern die wirklich wertvollen Erkenntnisse. Nutze gezielte Folgefragen, um tiefer zu gehen, zum Beispiel:



61%

actito
PART OF QNTN

in echte Chancen – Actito nutzt Trigger-Event-Signale und Verhaltensdaten, um seine Ansprache zu personalisieren. So verwandelt das Unternehmen identifizierte Accounts mit einer Erfolgsquote

„Wer sind ihre Hauptkunden?“ → „Aus welchen Branchen stammen diese Kunden?“ → „Sind sie kürzlich in neue Märkte eingetreten?“ Jede Antwort vertieft Dein Verständnis und schärft Deine Strategie.

Hier sind einige Beispiele für gute Folgefragen:

Erste Frage

Wer ist der ideale Kunde dieses Unternehmens?



Gezielte Folgefragen

Welche Branchen oder Segmente machen den größten Teil ihrer Kundschaft aus?

In welche Kundengruppen sind sie zuletzt expandiert?

Welches Problem löst ihr Produkt?



Welche Käufergruppen spüren dieses Problem am stärksten?

Wie passt das zu den Herausforderungen unseres ICP?

Passen sie in unser ICP?



Welche spezifischen ICP-Kriterien erfüllen sie?

Wo liegen mögliche Lücken und sind diese ausschlaggebend?

Welche Signale deuten darauf hin, dass sie sich in einem aktiven Kaufprozess befinden?



Haben sie Finanzierungen, Neueinstellungen oder Produkteinführungen angekündigt?

Wie unterscheiden sich diese Signale von Accounts, die bei uns bereits konvertiert sind?

Wie ausgereift ist ihr Tech Stack?



Auf welche Tools oder Plattformen verlassen sie sich?

Haben sie kürzlich wichtige Technologien eingeführt oder ersetzt?

Dokumentiere und teile Erkenntnisse

Lass wertvolle Erkenntnisse nicht in Chatverläufen oder persönlichen Notizen verschwinden. Speichere wichtige Informationen direkt in Deinem CRM, in Account-Datensätzen oder Team-Dashboards. So entsteht mit der Zeit eine gemeinsame Wissensbasis, die für bessere Abstimmung, mehr Konsistenz und fundiertere Entscheidungen in Deinem gesamten Revenue-Team sorgt.

Wenn Du diese Vorgehensweisen beachtest, entwickelst Du Dich von der reinen Datensammlung hin zu einem strategischen Unternehmensverständnis. So wird AI Company Insights zu einem täglichen Motor für mehr Effizienz und gezieltes Wachstum.

Erwartete Ergebnisse: Das erreichst Du mit AI Company Insights

Wenn AI Company Insights in Deine Sales- und Marketingprozesse integriert ist, zeigt sich der Unterschied ab dem ersten Tag. Das kannst Du erwarten:

Schnellere und sicherere Lead-Qualifizierung

Ersetze stundenlange manuelle Recherche durch sofort verfügbare, KI-gestützte Insights, die Dir genau zeigen, welche Unternehmen Deine Zeit wert sind. Kein Hin- und Herwechseln zwischen Tools, kein Rätselraten über den ICP-Fit. Innerhalb von Sekunden weißt Du, ob ein Unternehmen in Dein Ideal Customer Profile passt. So kannst Du hochwertige Chancen gezielt priorisieren und schneller in Deine Pipeline überführen.

Intelligentere und relevantere Ansprache

Mit verifizierten Unternehmensdaten wird jede Nachricht treffsicherer. Egal, ob Du als Sales-Rep eine Kaltakquise-E-Mail schreibst oder im Marketing eine Kampagne planst, Du sprichst gezielt über das, was für das Unternehmen wirklich zählt: Markt, Kunden und Wachstumssignale. Das führt zu höherem Engagement, besseren Antwortquoten und mehr Conversions in jeder Phase des Funnels.

Mehr Team-Alignment und Effizienz

Da alle Erkenntnisse direkt in Deinem Dealfront Workspace verfügbar sind, arbeiten Sales, Marketing und Operations mit derselben, verlässlichen Datenbasis. Diese Konsistenz reduziert doppelte Arbeit, beschleunigt die Zusammenarbeit und stellt sicher, dass alle auf dieselben hochwertigen Zielaccounts fokussiert sind.

Gemeinsam sorgen diese Ergebnisse dafür, dass Deine Teams die Lücke zwischen Recherche und Umsetzung schließen. Anstelle von Vermutungen treten Klarheit und Fortschritt.

Mit AI Company Insights müssen Deine Teams keine Stunden mehr mit manueller Recherche verbringen. Sie können direkt auf intelligente Daten reagieren, Leads in Sekunden qualifizieren, Kampagnen gezielt anreichern und jede Kundeninteraktion auf Basis geprüfter Unternehmensinformationen personalisieren. Das alles in Dealfront.

Hol Dir unsere kostenlosen Vorlagen: Beispiel-Fragen für AI Company Insights

Starte schneller durch mit diesen fertigen Fragen, die Dir sofort wertvolle Unternehmensinformationen liefern.

Für Marketing-Teams



„Ist dieses Unternehmen in EMEA oder Nordamerika aktiv?“



„Welche Branchen oder Märkte bedient dieses Unternehmen?“



„Hat das Unternehmen kürzlich neue Produkte oder Services auf den Markt gebracht?“



„Welche Marktsegmente machen den größten Teil ihrer Kundschaft aus?“

Für Sales-Teams



„Hat dieses Unternehmen eine VP of Marketing oder Growth Position?“



„Welche Signale deuten darauf hin, dass sie expandieren oder neue Mitarbeitende einstellen?“



„Wer sind ihre wichtigsten Kunden und wie groß sind diese Unternehmen?“



„Investiert dieses Unternehmen aktuell in neue Technologien oder Regionen?“

Für die Zusammenarbeit zwischen Teams



„Wer sind ihre Hauptkunden und auf welche Märkte konzentrieren sie sich?“



„Welche Produkte oder Dienstleistungen sind zentral für ihr Geschäftsmodell?“



„Befindet sich das Unternehmen derzeit im Wachstum, in einer stabilen Phase oder im Rückgang?“



Pro-Tipp: Verfeinere Deine Fragen regelmäßig. Jede neue Erkenntnis baut auf der vorherigen auf und hilft Dir, ein tieferes, datenbasiertes Verständnis Deiner Zielunternehmen zu entwickeln und Deinen Go-to-Market-Prozess noch gezielter auszurichten.

Dieses Play wurde von Dealfront erstellt

Dealfront – die einzigartige Go-to-Market-Plattform für Europa – gibt Vertriebs- und Marketingteams die präzisesten B2B-Daten und Insights an die Hand, um europäische Märkte zu gewinnen.

Über 10.000 Unternehmen vertrauen auf Dealfront für bessere Leads, mehr Deals und höchste DSGVO-Konformität.

Kontakt

Sprich mit unserem Vertrieb

+49 721 500 57 501
sales@dealfront.com
[Demo buchen](#)

Kontaktiere unseren Support

+49 721 500 57 500
support@dealfront.com
[Help Center besuchen](#)

Allgemeine Anfragen

info@dealfront.com



Bereit für eine Demo?

Transformiere Deine Pipeline – mit Dealfront. Finde noch heute heraus, wie Deine Teams mit aktuellen Firmendaten und smartem Targeting messbare Umsätze erzielen können.

[Demo buchen](#)

The screenshot displays the Dealfront web application interface. At the top, there's a navigation bar with 'dealfront', 'Target', 'Leadfeeder', and 'Promote'. Below this, a sidebar on the left contains icons for search, list, and other functions. The main content area is divided into two tabs: 'Companies 60M' and 'Contacts 400M'. Under the 'Companies' tab, a list of companies is shown, including Secupay, Kash, Stripe, Klarna, and Spotify, with details like employee count, industry, location, and website. Overlaid on the bottom left of the screenshot is a callout box with a gold bell icon, stating '33+ Trigger Events in Echtzeit'. On the bottom right, another callout box shows filter options: 'Branche', 'Standort', 'Umsatz', 'Firmen', and 'Jobtitel', with a large '100+' and the text 'Filteroptionen'. A blue arrow points from this box towards the bottom right corner of the overall image.