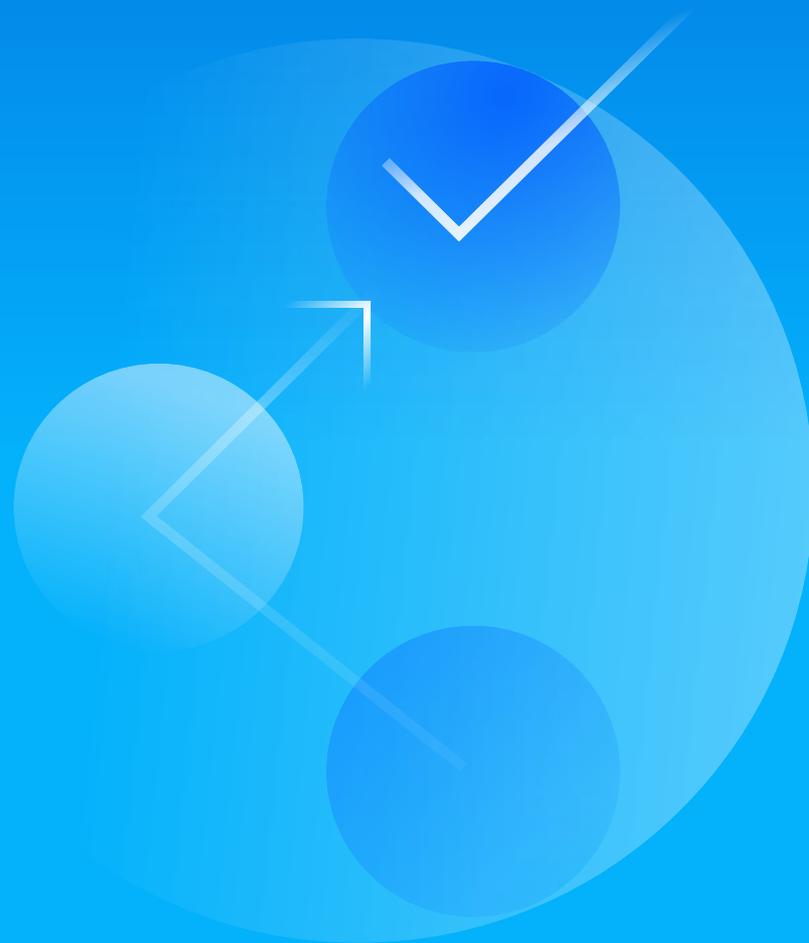


# ICP-Firmen identifizieren, die eine Kaufabsicht signalisieren



# Inhaltsverzeichnis

Einführung	01
Signale für Kaufabsicht überwachen	
Führe eine gezielte Kontaktaufnahme durch	07
Fazit	10

"Hast du Schwierigkeiten, die richtigen Firmen zu identifizieren und sie dann anzusprechen, wenn sie bereit sind zu kaufen? Dieses Play hilft Dir, dein Timing zu perfektionieren und Deine Kontaktaufnahme zu personalisieren!"



**Marvin Karis**

Senior Director New Business Sales bei Dealfront

## Empfohlen für

- ✓ SDRs, Kundenbetreuer, Marketingmanager, Customer Success Manager
- ✓ Steigert die Wahrscheinlichkeit, Geschäfte abzuschließen
- ✓ Organisationen, die auf gezielte, datengestützte Ansätze zur Identifizierung und Ansprache potenzieller Kunden setzen

## Erwartete Ergebnisse

- ✓ Höhere Conversion Rates
- ✓ Verbesserte Verkaufseffizienz
- ✓ Verbesserte Strategie zur Kundengewinnung

# Einführung

Dass die Definition des Ideal Customer Profile (ICP) der erste Schritt zu mehr Wachstum und höheren Verkaufszahlen ist, ist weithin bekannt. Allerdings ist die Identifizierung Deines ICPs nur die halbe Miete. Um den Erfolg Deiner Vertriebs- und Marketingmaßnahmen nachhaltig zu optimieren, kommt es auf einen weiteren, sehr viel dynamischeren Aspekt an: die Identifizierung von Zielfirmen, die konkretes Kaufinteresse gezeigt haben. Dabei handelt es sich um Firmen, die nicht nur die Kriterien Deines Ideal Customer Profile erfüllen, sondern auch aktiv Bereitschaft zum Kauf signalisieren oder sich mit Deiner Marke beschäftigen.

In diesem Artikel zeigen wir Dir, wie Du Zielfirmen mit Kaufabsicht identifizieren kannst. Außerdem erläutern wir, wie Du diese Bereitschaft nutzen kannst, um den Umsatz zu steigern.

## Signale für Kaufabsicht überwachen

Nachdem Du Dein ICP definiert hast, beobachtest Du im nächsten Schritt, ob diese Firmen Interesse oder eine Kaufabsicht zeigen. Diese Intent-Signale erkennst Du an verschiedenen Verhaltensweisen, z. B. wenn sie Deine Website besuchen, Inhalte herunterladen oder Drittanbieter-Plattformen nutzen, die Kaufaktivitäten tracken.

## Einrichten des Intent-Monitorings

Um diesen Prozess effizient zu gestalten, ist es wichtig, Tools zu verwenden, die diese Signale in Echtzeit überwachen können. Mit einer Plattform wie Leadfeeder von Dealfront kannst Du z. B. nachverfolgen, welche Firmen Deine Website besuchen. Wenn Firmen, die zu Deinem ICP passen, Interesse zeigen, wirst Du darüber benachrichtigt. Intent-Monitoring-Tools sammeln Daten aus Quellen wie Suchverhalten oder Content-Engagement und vermitteln Dir so ein klareres Bild darüber, wer aktiv nach Lösungen wie Deiner sucht.

Mit diesen Tools erhältst Du in Echtzeit Benachrichtigungen, sobald eine Zielfirma eine Kaufabsicht zeigt – so kann Dein Team sofort reagieren. Indem Du umgehend auf diese Benachrichtigungen reagierst, ist Deine Kontaktaufnahme immer relevant und zeitlich passend. So erhöhst Du die Wahrscheinlichkeit, dass diese Leads zu Kunden werden, enorm.

Um das Intent-Monitoring mit Leadfeeder von Dealfront einzurichten, benötigst Du eine Liste Deiner Zielfirmen in Dealfront Target. Nachdem Du Deine Liste der Zielfirmen gespeichert hast, befolge einfach die folgenden Schritte:

1. Besuche Leadfeeder von Dealfront.
2. Klicke auf der linken Seite auf „+ Feed erstellen“.

**Feed bearbeiten** [X]

Feed-Name: ICP-Firmen | Feed-Ordner: Custom

Erhalten Sie wöchentliche Updates über neue Firmen, die in diesem Feed identifiziert wurden

Diesen Feed öffentlich machen ⓘ

Filter 1 | E-Mail 1 | Slack | Automatisierung | Verbundene

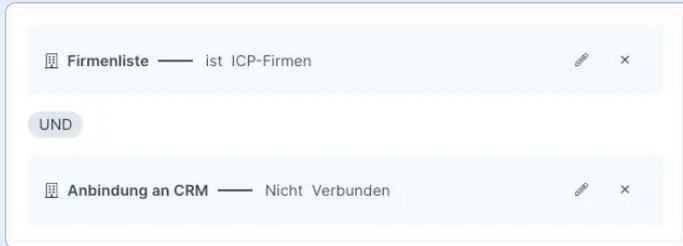
Mit Filtern können Sie Kriterien festlegen, um nur relevante Firmen für einen bestimmten Custom Feed zu erhalten. Beispielsweise können Sie explizit nach Firmen aus Deutschland filtern, die über Google Ads gekommen sind und bestimmte Webseiten besucht haben.

[Weitere Informationen zu Filtern](#)

Diese Filter führen zu 18 Firmen

Firmenliste — ist ICP-Firmen [Speichern] [Abbrechen]

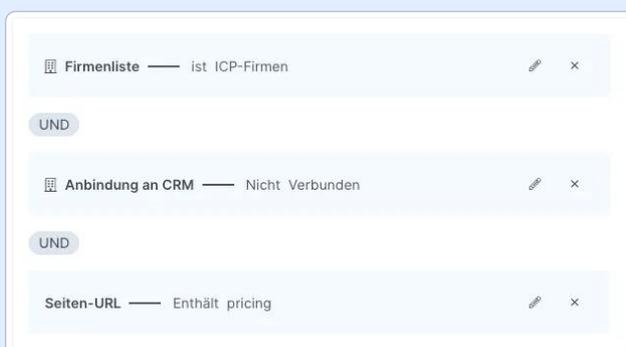
3. Rechts unter „Feed-Name“ kannst Du den Feed anpassen. Gib dem Feed einen Namen, der zum Inhalt passt. Zum Beispiel „ICP-Firmen“.
4. Unterhalb davon kannst Du auswählen, ob Du wöchentliche Updates über neue Firmen erhalten möchtest, die in diesem Feed identifiziert wurden. Die ersten beiden Checkboxes sind standardmäßig aktiviert. Wir empfehlen, diese aktiviert zu lassen, damit Du keine neuen Beiträge in Deinem Feed verpasst.
5. Wähle als Nächstes Deine Filter aus: Scrolle dazu nach unten zum Reiter „Filter“ und klicke auf „Neuen Filter hinzufügen“. Wähle dann aus dem Dropdown-Menü „Firmeninformation“ und dann „Firmenliste“ aus. Jetzt wähle die zuvor erstellte Liste „ICP-Firmen“ aus und klicke auf „Hinzufügen“.
6. Wenn Du Firmen ausschließen möchtest, die bereits in Deinem CRM existieren, empfiehlt es sich, einen weiteren Filter hinzuzufügen: Wähle hierzu „CRM“ und anschließend „Anbindung an CRM“ aus. Wähle dann im jeweiligen Filter „ist nicht“ und „Verbunden“ aus den Dropdown-Menüs aus. In Deinem personalisierten Feed werden jetzt nur Firmen in der ausgewählten Liste angezeigt, die nicht mit Deinem CRM verbunden sind.



7. Lege nun fest, welche Intention eine Firma für Dich interessant macht. Hier sind einige Beispiele:

- ✓ **Häufige Besuche auf Produktseiten:** Besucht ein potenzieller Kunde wiederholt Seiten, auf denen Deine Produkte oder Dienstleistungen beschrieben werden, zeigt dies, dass er sich aktiv für Dein Angebot interessiert.
- ✓ **Aufrufe der Seite „Demo anfordern“, ohne das Formular auszufüllen:** Wenn potenzielle Kunden die Seite „Demo anfordern“ aufrufen, das Formular aber nicht vollständig ausfüllen, deutet dies darauf hin, dass ein großes Interesse besteht. Möglicherweise benötigen sie aber einen kleinen Anstoß oder zusätzliche Informationen, bevor sie sich dazu entschließen, eine Demo anzufordern.
- ✓ **Regelmäßige Besuche der Preisseiten:** Rufen potenzielle Kunden häufig die Seite mit Deinen Preisen auf, ist dies ein starkes Indiz dafür, dass sie einen Kauf in Erwägung ziehen und die Kosten prüfen.
- ✓ **Hochwertige Inhalte herunterladen:** Wenn Interessenten Fallstudien, Whitepaper oder Berichte herunterladen, bedeutet dies, dass sie verschiedene Lösungen sorgfältig prüfen und Informationen sammeln, um eine Entscheidung zu treffen.
- ✓ **Registrieren, um Deine Inhalte zu nutzen:** Wer ein Formular ausfüllt und sich registriert, um Informationen von Dir zu erhalten, ist daran interessiert, mehr über das zu erfahren, was Du zu bieten hast.

8. Füge einen neuen Filter hinzu. Klicke auf „Verhalten“ und wähle den Filter aus, der für Dich am relevantesten ist (z. B. Dateidownload, URL der Seite, Seitenaufrufe pro Tag, Videowiedergabe, Dauer des Besuchs usw.). In diesem Beispiel betrachten wir, wie sich ein Interessent verhält, der die Preisseite besucht.



9. Klicke auf „Feed speichern“.

10. Jetzt siehst Du alle Firmen, die in dem von Dir gewählten Zeitraum Deinen Filterkriterien entsprechen. Den Zeitraum kannst Du übrigens ändern, indem Du oben links auf Deinem Bildschirm eine neue Zeitspanne auswählst.

The screenshot displays the Leadfeeder interface with the following components:

- Navigation:** Leadfeeder, Promote, Datacare, Listen, and user profile icons.
- Header:** ICP-Firmen, Benutzerdefiniert (Oct 24, 2024 - Oct 30, 2024), and filters for Firmen (18) and Personen (0).
- Company List:**
  - bdtronic GmbH:** Broken Arrow, OK | Machinery (16h ago)
  - Lorch Schweisstechnik GmbH:** Mittelbrüden | Mechanical or Industr... (1d ago)
  - DATRON AG:** Mühlthal | Mechanical or Industr... (1d ago)
  - Ss Separation And Sorting Techno...:** Schönberg | Machinery (15min ago)
  - CAPTRON Electronic GmbH:** Olching | Electrical/Electronic... (1d ago)
- Filter:** Privat, Teilen, Feed bearbeiten, Angemeldet.
- Insights:**
  - Firmen insgesamt: 18
  - Durchschnittliche Firmen pro Tag: 3
  - TOP-LÄNDER: Germany (94%), United States of America (6%)
  - TOP-BRANCHEN: Machinery (63%), Mechanical Or Industrial Engineering (19%), Electrical/Electronic Manufacturing (6%)
- Aktionen:** Firmen zur Liste hinzufügen, Verbundene Liste erstellen, Automatisierung e
- Benachrichtigungen:** Slack (0), E-Mail-Abonnent (1)

11. Klicke auf eine Firma, um weitere Informationen zu erhalten. Hier erhältst Du folgende Informationen:

- ✓ Basisinformationen wie Firmenstandort, Website, Branche, Firmengröße
- ✓ Besuchsqualität anhand der Seitenaufrufe und wann die Firma die Website zuletzt besucht hat
- ✓ Aktivitäten während des Besuchs der Website
- ✓ Kontakte, die in dieser Firma arbeiten, inklusive Standort und Kontaktdaten, sofern vorhanden

## Richte gezielten Outreach ein

Leadfeeder ist eine einfache Methode, um Dich bei der zielgerichteten Kontaktaufnahme zu unterstützen. Die folgenden einfachen Schritte erleichtern Dir den Einstieg:

- 01.** Navigiere zu Leadfeeder von Dealfront.
- 02.** Bearbeite Deinen Feed.
- 03.** Stelle eine Benachrichtigung ein, damit Du umgehend Kontakt aufnehmen kannst, sobald ein Interessent seine Absicht bekundet.

Es gibt eine Reihe von Optionen, wie Du Benachrichtigungen in Slack über identifizierte Firmen erhalten kannst. Eine einfache Methode, diese Firmen im Auge zu behalten, ist die Einrichtung einer Benachrichtigung für jede neue Firma, die zu Deinem persönlichen Feed hinzugefügt wird.

- 01.** Klicke auf „Bearbeiten“ in einem der Feeds, um die Benachrichtigungen Deiner personalisierten Feeds an Slack zu senden.
- 02.** Öffne die Registerkarte für Slack-Benachrichtigungen, wähle den Channel aus, an den die Benachrichtigungen gesendet werden sollen, und klicke auf „Hinzufügen“. Normalerweise werden Dir öffentliche Channels angezeigt, aber Du kannst auch einen privaten Channel hinzufügen.
- 03.** Du kannst festlegen, dass Du Slack-Benachrichtigungen zu neuen Firmen erhältst, sobald neue Daten verfügbar sind oder täglich um 9 Uhr Ortszeit. Identifizierte Firmen an Slack senden

Außerdem kannst Du automatisch eine E-Mail für jede neu identifizierte Firma versenden:

### ✓ Erhalte E-Mail-Benachrichtigungen

Firmen, die auf Deiner Website landen und bestimmte Eignungskriterien erfüllen, kannst Du auch direkt in Dein CRM übertragen. Um eine Automatisierung für diesen Feed einzurichten, erstellst Du einen benutzerdefinierten Feed mit entsprechenden Eignungskriterien:

### ✓ Schicke identifizierte Firmen an Dein CRM

## **Analysiere Intent-Daten**

Sobald Du die Signale für Kaufabsichten überwachst, besteht der nächste Schritt darin, die Daten zu analysieren, um detailliertere Einblicke in das Verhalten der jeweiligen Firma zu erhalten. Daten zu Kaufabsichten können z. B. Aufschluss darüber geben, in welcher Phase des Kaufprozesses sich eine Firma befindet. Außerdem verraten sie, an welchen Produkten, Dienstleistungen oder Themen die Firma am stärksten interessiert ist. Anhand dieser Erkenntnisse erhältst Du ein genaues Bild darüber, ob sich die Firma in einem frühen Recherchestadium befindet, verschiedene Lösungen vergleicht oder kurz vor dem Kauf steht.

Mithilfe von Intent-Daten, der Integration von CRM-Systemen und Verhaltensanalysen kannst Du diese Informationen auf effektive Weise organisieren und interpretieren. Mit der richtigen Technologie kannst Du Muster erkennen, wie z. B. erneute Besuche bestimmter Produktseiten oder den Download wichtiger Informationen, die auf eine stärkere Kaufabsicht hinweisen können. Mithilfe dieser Analyse kannst Du Deine Outreach-Strategie an die spezifischen Bedürfnisse und Interessen der Firma anpassen und dafür sorgen, dass Deine Kommunikation relevanter ist und auf den aktuellen Stand des Entscheidungsprozesses abgestimmt ist.

Indem Du die Absichten jeder Zielfirma besser verstehst, kannst Du einen persönlicheren und zielgerichteteren Ansatz entwickeln, mit dem Du die Wahrscheinlichkeit erhöhst, sie als zahlende Kunden zu gewinnen.

## **Abstimmung mit Vertrieb und Marketing**

Damit Intent-Daten zu echten Ergebnissen führen, ist es wichtig, dass Dein Vertriebs- und Marketingteam an einem Strang ziehen. Dazu gehört, dass ihr gemeinsam festlegt, wie ihr die von euch erfassten Daten interpretiert und darauf reagiert. Regelmäßige Meetings, gemeinsam genutzte Dashboards und Tools für die Zusammenarbeit, wie Slack oder Asana, tragen dazu bei, dass alle mit den gleichen Daten arbeiten und dieselbe Strategie verfolgen. Sind beide Teams aufeinander abgestimmt, kann das Marketing potenzielle Kunden entsprechend ihres Intents betreuen, während der Vertrieb im richtigen Moment mit einem personalisierten Ansatz auf sie zugehen kann.

Diese Zusammenarbeit ermöglicht eine kohärente Strategie, bei der sowohl Vertrieb als auch Marketing Intent-Signale optimal nutzen kann, um potenzielle Kunden zum geeigneten Zeitpunkt anzusprechen.

# Führe eine gezielte Kontaktaufnahme durch

## Erstelle personalisierte Nachrichten

Wenn Du die Absichten einer Firma genau kennst, besteht der nächste Schritt darin, personalisierte Nachrichten zu erstellen, die genau auf die aktuellen Interessen und Bedürfnisse zugeschnitten sind. Indem Du z. B. E-Mail-Vorlagen und CRM-Notizen verwendest, kannst Du eine maßgeschneiderte Kontaktaufnahme entwickeln, die bei potenziellen Kunden gut ankommt. So stellst Du sicher, dass Deine Kommunikation hochrelevant ist und auf den aktuellen Stand ihrer Customer Journey abgestimmt ist.

Achte darauf, dass Deine Zielgruppenansprache mit den Bestimmungen der DSGVO, je nach Land, in Einklang steht. Für Kaltakquise und E-Mail-Marketing gelten in den verschiedenen Ländern Europas unterschiedliche Regeln. Mache Dich daher mit den rechtlichen Bestimmungen der Regionen, in denen Du tätig bist, vertraut und befolge die Vorschriften.

Hier sind einige Hilfsmittel, die Dir helfen können, Dich im Dschungel der europäischen Rechtsvorschriften zurechtzufinden:

- ✓ [B2B-Verkaufsstrategien für DACH](#)
- ✓ [Kaltakquise in Deutschland: Was ist erlaubt?](#)
- ✓ [B2B-Verkaufsstrategie für Benelux](#)

Für eine persönlichere und effektivere Kontaktaufnahme haben wir im Folgenden eine Reihe von Vorlagen zusammengestellt. Diese unterstützen Dich dabei, Deine Nachrichten so anzupassen, dass sie bei Deinen potenziellen Kunden Anklang finden und Deine Kontaktaufnahme insgesamt relevanter und wirkungsvoller wird:

## Beispiele für personalisierte Nachrichten

### Beispiel für eine LinkedIn-Nachricht

Hallo **[Name des potenziellen Kunden]**,

BEISPIEL

mir ist aufgefallen, dass jemand von Ihrer Firma Interesse an unserem **[Produkt/ Dienstleistung]** hat, und ich würde mich gerne persönlich an Sie wenden. So wie es aussieht, prüft Ihre Firma gerade Optionen für **[spezifische geschäftliche Anforderungen oder Herausforderungen]**, und ich möchte gerne mit Ihnen herausfinden, wie wir Ihre Ziele unterstützen können.

Viele Firmen, die mit **[Name der Firma des Interessenten]** vergleichbar sind, sind mit uns erfolgreich. Insbesondere, wenn es um **[bestimmte, für Dich relevante Funktionen oder Vorteile]** geht.

Wenn Sie Fragen haben oder mehr erfahren möchten, können wir gerne ein kurzes Gespräch vereinbaren.

Ich freue mich auf Ihre Rückmeldung!

Mit freundlichen Grüßen

**[Dein Name]**

### E-Mail Beispiel

Betreff: Vereinfachen wir Ihre Entscheidung für **[Name Deiner Firma]**

Hallo **[Name des potenziellen Kunden]**,

mir ist aufgefallen, dass jemand von Ihrer Firma Interesse an unserem **[Produkt/ Dienstleistung]** hat, und ich wollte mich bei Ihnen melden, um Ihnen Ihren Entscheidungsprozess zu erleichtern. **[Name der Firma]** hat mit Firmen wie **[Name der Firma des potenziellen Kunden]** zusammengearbeitet, um **[bestimmte Probleme oder Herausforderungen]** zu lösen.

Ich würde Ihnen gerne in einem kurzen Gespräch unsere Preisgestaltung erläutern und zeigen, wie wir für **[bestimmtes Ziel oder Ergebnis]** einen Mehrwert erzielen können. Gerne können wir auch alle Ihre Fragen klären, damit es keine Unklarheiten gibt.

Wie sieht **[schlage 2-3 Zeitfenster vor]** bei Ihnen aus?

Ich freue mich auf Ihre Antwort,

**[Dein Name]**

**[Deine Berufsbezeichnung]**

**[Deine Kontaktinformationen]**

### 3. Beispiel für ein Telefonskript

#### BEISPIEL

**Eröffnung:**

"Hallo **[Name des Interessenten]**, ich bin **[Dein Name]** von **[Name Deiner Firma]**. Mir ist aufgefallen, dass jemand in Ihrer Firma kürzlich unsere Preisseite aufgerufen hat und ich wollte Sie fragen, ob Sie noch Fragen zu den Paketen haben oder ob ich Ihnen in irgendeiner Weise weiterhelfen kann."

**Kontaktaufnahme/Engagement:**

"Ich arbeite eng mit Firmen wie **[Name der Firma des Interessenten]** zusammen und unterstütze sie bei der Lösung **[bestimmter Herausforderungen]** mithilfe unseres **[Produkts/Dienstleistung]**. Gerne würde ich mehr über Ihre Anforderungen erfahren und herausfinden, wie wir gemeinsam eine Lösung finden können, die auf Ihre Bedürfnisse und Ihr Budget zugeschnitten ist."

**Abschluss:**

"Hätten Sie Interesse an einem kurzen 15-minütigen Telefonat im Laufe der Woche, um die Details zu besprechen? So können wir sicherstellen, dass die gewünschte Preisoption den größten Mehrwert für Sie bietet."

## Wähle die richtigen Kanäle

Damit Deine Ansprache die größtmögliche Wirkung erzielt, ist es wichtig, dass Du für jeden potenziellen Kunden den richtigen Kanal wählst. Dazu zählen E-Mail, LinkedIn, Telefonanrufe oder auch Postwurfsendungen, je nachdem, wo die Firma am wahrscheinlichsten aktiv ist.

Mithilfe von Multi-Channel-Plattformen, CRM-Tools und Daten über Kundenpräferenzen kannst Du eine ausgewogene Strategie entwickeln, die potenzielle Kunden über die richtigen Kontaktpunkte erreicht. Ein Multi-Channel-Ansatz erhöht die Wahrscheinlichkeit einer Kontaktaufnahme und stellt sicher, dass Deine Botschaft die richtigen Leute zur passenden Zeit erreicht.

## Kontaktaufnahme durchführen und dokumentieren

Nachdem Du Deinen Entwurf erstellt hast, ist es an der Zeit, mit den interessierten Zielfirmen in Kontakt zu treten. Dank Deines CRM-Systems, Deiner E-Mail-Tracking-Tools und Deiner Vertriebsplattform kann die Kontaktaufnahme nicht nur durchgeführt, sondern auch ihre Effektivität gemessen werden.

Indem Du wichtige Kennzahlen wie Öffnungsraten, Rücklaufquoten und Nachfassaktionen nachverfolgst, erfährst Du, wie gut Deine Botschaften ankommen und kannst Deinen Ansatz bei Bedarf anpassen. Auf diese Weise wird eine aktive Interaktion mit Deinen Zielfirmen sichergestellt und Du gewinnst Erkenntnisse zur Verbesserung zukünftiger Kontaktaufnahmen.

## Fazit

Dieses Play bietet einen klaren und umfassenden Ansatz, wie Du ICP-Firmen identifizierst, die Interesse zeigen. So kannst Du sicherstellen, dass Deine Ansprache sowohl zeitnah als auch zielgerichtet erfolgt. Durch ein strukturiertes Vorgehen, mit dem Du die Intent-Signale überwachst, Daten analysierst und personalisierte Botschaften erstellst, erhöhst Du Deine Chancen, potenzielle Kunden anzusprechen, erheblich. Dieser zielgerichtete Ansatz hilft Dir dabei, relevante Kontakte zu knüpfen und Deine Verkaufszahlen zu erhöhen.

## **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.

**Dealfront – Die Go-to-Market-Plattform für Dein Business in Europa.**

### **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](mailto:info@dealfront.com)

**ICP-Firmen identifizieren, die eine  
Kaufabsicht signalisieren**

© 2024 Dealfront Group GmbH. Alle Rechte vorbehalten.

