



Unternehmen mit **AI Enrichment** priorisieren und qualifizieren

 Dealfront – AI Enrichment

Unternehmensliste → AI Enrichment



Europäische SaaS-Unternehmen mit mehr als 200 Mitarbeitenden und starkem Wachstum



Bewerbe B2B-Technologieunternehmen im UK höher, die in KI oder Automatisierung expandieren

Zielfeld für den Output definieren



Enrichment speichern und ausführen



Prüfen und Maßnahmen ableiten



Play

Inhaltsverzeichnis

Einführung	01
Das Problem manueller Priorisierung	02
Der Dealfront-Vorteil: AI Enrichment	
Schritt-für-Schritt-Workflow	03
Best Practices und Tipps	06
Erwartete Ergebnisse: Was AI Enrichment ermöglicht	08
Nutze unsere kostenlosen Vorlagen: Beispiele für AI-Enrichment-Prompts	09

Einführung

Die größte Herausforderung beim Erstellen von Kampagnen oder der Planung von Outreach ist nicht, eine Liste von Unternehmensnamen zu sammeln, sondern zu entscheiden, welche davon wirklich Deine Zeit und Ressourcen wert sind.

Marketing-Teams kämpfen oft mit überfüllten Zielgruppenlisten. Diese verwässern die Präzision ihrer Kampagnen und fressen ihre Budgets auf. Vertriebssteams verschwenden unzählige Stunden mit manueller Recherche, Scoring und der Verfolgung von Accounts, die sich nie konvertieren lassen. Das führt zu verpassten Chancen, langsamerem Pipeline-Wachstum und Frustration auf beiden Seiten.

Genau hier setzt Dealfronts AI Enrichment an. Mit einfachen, natürlichen Spracheingaben kannst Du Deine Unternehmenslisten automatisch bewerten und qualifizieren lassen. So fokussiert sich Dein Marketing auf die bestmöglichen Ziel-Accounts und Sales richtet seine Outreach-Aktivitäten auf die vielversprechendsten Chancen.

Sie versinken in langen Unternehmenslisten und wissen nicht, wo Sie anfangen sollen? Dieses Play hilft Ihnen dabei, Accounts mit AI Enrichment automatisch zu bewerten und zu priorisieren – so können sich Vertrieb und Marketing ganz auf die am besten geeigneten Unternehmen konzentrieren.



Sjoerd van Rijswijk Senior Account Executive

Mit AI Enrichment kannst Du:

- Große Unternehmenslisten in Minuten statt Stunden automatisch priorisieren.
- Unternehmen anhand Deiner eigenen Kriterien scoren und sortieren; von Firmographics bis hin zu Buying Signals.
- Leads mit mehr Nuance qualifizieren, indem auch Wachstumsindikatoren, Unternehmenswerte oder strategische Initiativen berücksichtigt werden.

Empfohlen für:

- ✓ Marketing Managers
- ✓ Sales Managers
- ✓ Marketing Agencies

Erwartete Ergebnisse

- ✓ Automatisch angereicherte Listen mit klarer Bewertung, die die Abstimmung zwischen Vertrieb und Marketing gewährleisten.
- ✓ Schnellere Kundenakquise und Kampagnenausrichtung durch Konzentration auf die relevantesten Unternehmen.
- ✓ Höhere Effizienz in großem Maßstab, mit Priorisierung umfangreicher Kundenlisten innerhalb weniger Minuten.

Das Problem manueller Priorisierung

Für die meisten Marketing-Teams liegt die eigentliche Herausforderung nicht im Sammeln von Unternehmensnamen für eine Zielliste, sondern darin, sicherzustellen, dass die richtigen ganz oben auf dieser Liste stehen. Kampagnen, die das Netz zu weit auswerfen, verschwenden zwangsläufig Budget, da ungeeignete Accounts Impressions, Werbeausgaben und Ressourcen binden, ohne jemals zu konvertieren. Das Ergebnis sind aufgeblähte Kampagnen, die auf den ersten Blick beeindruckend wirken, aber dort an Präzision fehlen, wo sie am wichtigsten ist.

Vertriebsteams stehen vor einer anderen, aber ebenso belastenden Variante desselben Problems. Sales Reps verbringen oft Stunden damit, Unternehmenswebseiten, LinkedIn-Profile und Datenbanken zu durchforsten, um Accounts manuell zu bewerten und zu priorisieren. Dieser Prozess ist langsam, inkonsistent und anfällig für subjektive Einschätzungen: Was die eine Person als vielversprechend einstuft, verwirft die andere vielleicht sofort. Die Zeit, die in diese manuelle Einstufung investiert wird, fehlt für echte Kundengespräche.

Zusammen erzeugen diese Herausforderungen einen Engpass. Ohne eine skalierbare und wiederholbare Methode zur Priorisierung arbeiten Marketing und Sales zwar härter, aber nicht unbedingt smarter. Teams verfolgen die falschen Unternehmen, Pipelines füllen sich mit minderwertigen Leads und währenddessen bleiben echte Chancen ungenutzt.

Der Dealfront-Vorteil:

Dealfronts AI Enrichment beseitigt das Rätselraten und die Ineffizienz in der Account-Priorisierung, indem es Revenue-Teams eine intelligente, automatisierte Möglichkeit bietet, sich nur auf die wirklich relevanten Accounts zu konzentrieren. Anstelle komplexer Formeln, Pivot-Tabellen oder aufwändiger Scoring-Modelle reicht ein einfacher Prompt in natürlicher Sprache: Beschreibe die Art von Unternehmen, die priorisiert werden sollen, etwa „mittelgroße europäische SaaS-Unternehmen mit starken Wachstumssignalen“ oder „nordamerikanische Hersteller, die in Automatisierung investieren“. Den Rest übernimmt das System.

Jeder Account in der Liste wird automatisch bewertet und sortiert. Dazu gibt es eine transparente Begründung, warum bestimmte Unternehmen ganz oben erscheinen.

Das schafft Vertrauen in die Ergebnisse und sorgt gleichzeitig für eine bessere Abstimmung zwischen Marketing und Vertrieb, da beide Abteilungen mit denselben Kriterien arbeiten. Die angereicherte Liste ist sofort einsatzbereit: Kampagnen können direkt auf die Top-Accounts ausgerichtet werden und Sales Reps können ihre Ansprache bei den vielversprechendsten Kontakten beginnen.

Die Lösung ist zudem flexibel: Ändern sich die Geschäftsziele – sei es eine neue Zielbranche, eine Kampagne in einer anderen Region oder ein Fokuswechsel im Vertrieb –, passt sich AI Enrichment einfach an. Einfach anpassen, Enrichment erneut ausführen und schon sind die Listen wieder aktuell. Dabei können sowohl bestehende Listen vollständig aktualisiert als auch nur neu hinzugefügte Unternehmen angereichert werden.

Für Marketing bedeutet das schlankere, präzisere Account-Based-Kampagnen, die Budgets effizienter nutzen. Für Sales bedeutet es eingesparte Stunden pro Woche und eine klarere Priorisierung der Energie. Anstatt sich durch mühsame Recherchen zu kämpfen, bleibt mehr Zeit für Gespräche mit wirklich relevanten potenziellen Kunden.

Schritt-für-Schritt-Workflow

Zur zusätzlichen Veranschaulichung gibt es einen kurzen Demoausschnitt aus einem aktuellen Webinar. Im folgenden Clip führt Sjoerd den kompletten AI-Enrichment-Prozess Schritt für Schritt vor: von der Rohliste mit Unternehmen bis zur priorisierten und bewerteten Account-Liste, die einsatzbereit ist.

Das Video zeigt, wie die einzelnen Phasen in der Praxis funktionieren. AI Enrichment starten, wirksame Prompts formulieren, Ergebnisse prüfen, Scores speichern und Enrichments aktualisieren, wenn sich die Prioritäten ändern.

Schritt 1: Unternehmensliste öffnen und AI Enrichment starten

Der Prozess beginnt innerhalb der App „Unternehmensliste“ in Dealfront. Nach dem Öffnen der Zielliste erscheint oben auf der Seite die Option AI Enrichment. Das ist der Startpunkt, um eine rohe Firmenliste in eine priorisierte, handlungsreife Ressource zu verwandeln.

- **Für Marketing-Teams** wird diese Schritt häufig mit importierten Kampagnenlisten genutzt. Anstatt mit einer übergroßen Account-Liste zu arbeiten, verfeinert AI Enrichment die Auswahl durch besseres Lead-Scoring und Priorisierung innerhalb des ICP-Segments.
- **Sales-Teams** können auf Prospecting-Listen zugreifen, die sonst Stunden an Recherche erfordern würden. Diese lassen sich schnell nach Kontakt-Priorität ordnen.

Schritt 2: Prompt in natürlicher Sprache schreiben

Als Nächstes werden die Priorisierungskriterien über einen natürlichen Sprach-Prompt definiert. Anstelle komplexer Filter oder Formeln genügt eine klare Beschreibung, beispielsweise:



„Europäische SaaS-Unternehmen mit mehr als 200 Mitarbeitenden und starkem Wachstum.“

- **Im Marketing können** die Prompts direkt an ICP- oder Kampagnenkriterien ausgerichtet werden (z. B. Verticals, Unternehmensgröße, strategische Schwerpunkte).
- **Im Vertrieb können** Prompts genutzt werden, um Buying-Signale, Gebietszuständigkeiten oder Muster aus jüngst gewonnenen Deals zu reflektieren.

Je präziser der Prompt, desto stärker und treffsicherer die Ergebnisse.

Schritt 3: Ergebnisse vorab prüfen

Nach Absenden des Prompts lässt sich eine Vorschau der angereicherten Liste generieren. Jedes Unternehmen erhält einen Score von 0–10. Die Begründung wird eingeblendet, wenn der Score überfahren wird. So entsteht sofortige Transparenz, wie und warum Accounts priorisiert werden.

- **Das Marketing kann prüfen**, ob die Top-Rankings zu den Kampagnendefinitionen und den ABM-Zielkriterien passen.
- **Der Vertrieb validiert**, ob Höchstwerte realistische Chancen abbilden, die sich tatsächlich verfolgen lassen.

Durch diese Vorprüfung wird sichergestellt, dass das Enrichment sinnvolle Ergebnisse liefert.

Schritt 4: Zielfeld für den Output definieren

Damit Scores wiederverwendbar sind, muss zunächst festgelegt werden, wo sie gespeichert werden, beispielsweise in einem neuen benutzerdefinierten Feld wie „AI Fit Score“ oder in einem bestehenden Feld. Anschließend kann das Feld in Kampagnen, CRM-Workflows und Sales-Dashboards genutzt werden.

- **Für das Marketing bedeutet** das den Aufbau fein segmentierter Zielgruppen oder präzisere Filter in ABM.
- **Für den Vertrieb bedeutet es**, den Score im CRM oder in Prospecting-Tools zur Tagespriorisierung von Outreach und Pipeline-Aufgaben zu nutzen.

Schritt 5: Enrichment speichern und ausführen

Nach der Output-Konfiguration wird das Enrichment gespeichert und vollständig ausgeführt. Innerhalb weniger Minuten ist die Firmenliste mit Scores angereichert und automatisch so sortiert, dass die Top-Prioritäten oben stehen. So wird aus einer zuvor unstrukturierten Liste ein klarer Aktionsplan.

- **Für das Marketing fließen** die angereicherten Listen direkt in die Kampagnenaktivierung und die Budgets werden auf High-Value-Accounts fokussiert.
- **Sales Reps starten** das Outreach mit der höchsten Abschlusswahrscheinlichkeit zuerst.

Schritt 6: Prüfen und Maßnahmen ableiten

Nach Abschluss des Enrichments sollte die Liste aktualisiert und die Top-Ergebnisse im Detail geprüft werden. Die Kombination aus Score und Begründung zeigt, wer am besten passt und warum. Diese Transparenz stärkt das Vertrauen beider Teams in die Ergebnisse. Auf dieser Grundlage kann die Liste für zwei verbundene Aktivitäten genutzt werden:

- **Marketing kann Kampagnen** und ABM-Programme mit kleineren, intelligenteren Zielgruppen starten.
- **Sales kann die priorisierten** Accounts für tägliches Prospecting, E-Mail-Outreach und Call-Listen nutzen.

Schritt 7: Enrichments verwalten und aktualisieren

Enrichment ist kein einmaliger Vorgang. Da sich Geschäftsprioritäten, Gebiete und Kampagnenziele regelmäßig ändern, müssen auch die Priorisierungskriterien angepasst werden. Dealfront ermöglicht es, Prompts jederzeit zu bearbeiten und Enrichments neu auszuführen. Entweder für die gesamte Liste oder nur für neu hinzugefügte Unternehmen.

- **So kann das Marketing Prompts** an wechselnde Kampagnenthemen anpassen, damit Content und Targeting kontinuierlich zum ICP passen.
- **Sales kann Enrichment** bei neuen Prospects regelmäßig nachziehen, damit Call-Listen aktuell und präzise bleiben.

Diese laufende Flexibilität macht Enrichment zu einem lebendigen, adaptiven Prozess statt einer statischen Einmalübung.

Best Practices und Tipps

Um den vollen Mehrwert von AI Enrichment zu nutzen, sollten Marketing und Vertrieb es nicht als getrenntes Tool, sondern als gemeinsamen Prozess betrachten. Die erfolgreichsten Teams einigen sich darauf, wie Prompts formuliert, Scores gespeichert und angereicherte Listen überprüft werden. Durch Standardisierung sprechen alle dieselbe Sprache und vertrauen derselben Datengrundlage. Genau diese Abstimmung verwandelt Enrichment von einer taktischen Abkürzung in einen strategischen Vorteil.



01. Präzise Prompts formulieren – Die Ergebnisse sind nur so gut wie die Anweisungen. Vage Kriterien wie „große Unternehmen“ oder „schnell wachsende Firmen“ bringen wenig. Besser ist es, klare Definitionen zu nutzen, z. B. Mitarbeiterzahlen, Umsatzschwellen oder relevante Wachstumssignale. Je klarer die Definitionen sind, desto konsistenter identifiziert die KI Konten, die wirklich Deinem ICP entsprechen.

02. An Skalierung denken – Manuelles Scoring funktioniert vielleicht bei 20 oder 30 Accounts, aber nicht bei hunderten oder tausenden. Genau hier spielt AI Enrichment seine Stärke aus. Hier sind Konsistenz und Effizienz am wichtigsten. Durch die Anwendung von Enrichment in großem Maßstab gewinnst Du wertvolle Zeit und stellst gleichzeitig sicher, dass jedes Konto nach denselben Standards gemessen wird.

03. Nuancierte Kriterien nutzen – Allzu oft bewerten Unternehmen Kunden nur anhand einfacher Merkmale wie Größe oder Branche. Diese sind zwar nützlich, geben jedoch selten ein vollständiges Bild wieder. Durch die Einbeziehung zusätzlicher Faktoren, beispielsweise ob ein Unternehmen aggressiv Personal einstellt, in bestimmte Technologien investiert oder bestimmte Werte fördert, erhältst Du ein differenzierteres Bild. So können sich sowohl Marketing als auch Vertrieb auf Kunden konzentrieren, die nicht nur auf dem Papier gut aussehen, sondern auch mit hoher Wahrscheinlichkeit zum Abschluss kommen.

04. Namenskonventionen standardisieren – Ein weiterer praktischer Schritt, der sich auszahlt, ist die Einheitlichkeit der Namenskonventionen. Durch die Vereinbarung, Feldnamen immer gleich zu nennen (z. B. „AI Fit Score“), reduzierst Du Verwirrung und stellst sicher, dass alle die Daten auf die gleiche Weise interpretieren. Das mag unbedeutend erscheinen, vermeidet jedoch kostspielige Unstimmigkeiten, wenn Marketing- und Vertriebsteams mit denselben angereicherten Listen in verschiedenen Tools oder Systemen arbeiten.

05. Regelmäßig zusammenarbeiten – Es reicht nicht aus, wenn das Marketing die Listen eigenständig anreichert oder der Vertrieb sich isoliert auf die Bewertungen stützt. Plane deshalb regelmäßige gemeinsame Überprüfungen der angereicherten Listen ein. Bespreche dabei, welche Unternehmen die höchsten Bewertungen erhalten haben und warum. So hast Du die Möglichkeit, die Eingabeaufforderungen zu optimieren, Erkenntnisse auszutauschen und gegenseitiges Vertrauen in die Ergebnisse aufzubauen.

06. Listen regelmäßig aktualisieren – Die Anreicherung sollte als fortlaufender Prozess betrachtet werden und nicht als einmalige Maßnahme. Wenn Kampagnen ihren Schwerpunkt verlagern oder neue Unternehmen in die Liste potenzieller Kunden aufgenommen werden, sorgt eine erneute Anreicherung dafür, dass Deine Prioritäten aktuell bleiben. Durch die regelmäßige Aktualisierung Deiner Listen stellst Du sicher, dass Deine Sales Reps stets mit den aktuellsten Informationen arbeiten und Marketingkampagnen auf Kunden ausgerichtet sind, die die aktuelle Strategie widerspiegeln, statt auf veralteten Annahmen zu basieren.

07. Bibliothek mit erfolgreichen Prompts aufbauen – Mit der Zeit kristallisieren sich Prompts heraus, die zuverlässig die besten Accounts liefern. Werden diese gesammelt und geteilt, entsteht ein gemeinsames Playbook, das die zukünftige Arbeit beschleunigt und Doppelarbeit reduziert. Mit dieser einfachen Vorgehensweise können beide Teams bessere Ergebnisse mit AI Enrichment erzielen und gleichzeitig eine Kultur der kontinuierlichen Verbesserung aufbauen.

Erwartete Ergebnisse: Was ermöglicht



Wenn Marketing- und Vertriebsteams AI Enrichment in ihre Workflows integrieren, zeigt sich der erste Vorteil sofort: gewonnene Zeit. Stunden, die zuvor in manuelle Recherche, das Bereinigen von Listen oder Diskussionen über die „richtigen“ Accounts geflossen sind, können nun in wertschöpfendere Aktivitäten investiert werden. Anstatt Energie in mühsame Qualifizierungsprozesse zu stecken, bleibt mehr Raum für Strategie, Kreativität und direkte Kundengespräche.

Diese Zeitersparnis bedeutet konkret:

- **Automatisiertes Scoring von Kampagnen- und Prospect-Listen**
- **Sales-Reps müssen weniger recherchieren und haben mehr Zeit für Kundengespräche**
- **Marketer verbringen weniger Zeit mit dem Kürzen von Listen und können sich stärker auf Messaging und Kampagnen-Design konzentrieren**

Neben der Zeitersparnis liefert AI Enrichment vor allem Fokus und Klarheit. Durch die konsistente Identifizierung der Best-Fit-Accounts werden Streuverluste reduziert und beide Teams können ihre Energie auf aussichtsreiche Chancen konzentrieren.

Besserer Fokus führt zu:

- **Kampagnen mit Zielgruppen, die nur die relevantesten Unternehmen enthalten**
- **Sales-Reps, die sich auf Accounts mit der höchsten Conversion-Wahrscheinlichkeit konzentrieren**
- **Weniger verschwendetem Marketingbudget und höheren Conversion-Rates im Vertrieb**

Darüber hinaus ermöglicht AI Enrichment, in großem Maßstab zu arbeiten, ohne Präzision zu verlieren. Egal ob es sich um 50 oder 50.000 Accounts handelt, das gleiche Scoring-Framework wird angewendet. So bleiben Marketing und Vertrieb auch bei wachsenden Volumina oder wechselnden Prioritäten abgestimmt und konsistent. Durch gemeinsame Definitionen dessen, was „Best Fit“ bedeutet, gibt es weniger Raum für Fehlinterpretationen und mehr Raum für eine koordinierte Umsetzung.

Skalierbare Wirkung sieht so aus:

- **Auch große Account-Listen lassen sich ohne zusätzlichen manuellen Aufwand verarbeiten**
- **Einheitliche Definitionen von „Fit“ sichern Konsistenz über beide Teams hinweg**
- **Kampagnen-Reichweite und Sales-Coverage können wachsen, ohne an Qualität einzubüßen**

Die Kombination dieser Ergebnisse führt zu einer höheren Effizienz, einer besseren Abstimmung zwischen Vertrieb und Marketing und einer höheren Rendite für die in die Markteinführung investierte Zeit und Ressourcen. Kurz gesagt: AI Enrichment hilft Deinen Teams, schneller und smarter zu arbeiten und selbstbewusst zu skalieren.

Nutze unsere kostenlosen Vorlagen: Beispiele für AI-Enrichment-Prompts

Effektive Prompts zu schreiben, entscheidet oft darüber, ob eine Anreicherung gut oder großartig wird. Viele Teams starten zu breit oder ungenau. Das führt zu generischen Ergebnissen. Die eigentliche Stärke von AI Enrichment zeigt sich dann, wenn Prompts spezifisch sind, auf dem ICP basieren und die Signale berücksichtigen, die wirklich wichtig sind. Wenn Marketing- und Vertriebsteams funktionierende Beispiele sammeln, lässt sich eine gemeinsame Prompt-Bibliothek aufbauen, die zukünftige Enrichments beschleunigt und für Konsistenz über Kampagnen und Territorien sorgt.

Hier ein Set an sofort einsetzbaren Beispielen, die Du an Dein Business anpassen kannst: von Marketingkampagnen über Sales-Priorisierung bis hin zu cross-funktionaler Abstimmung.

Marketing-orientierte Prompts:



„Priorisiere Gesundheitsunternehmen in Nordamerika mit mehr als 200 Mitarbeitenden, die aktiv in digitale Transformation investieren.“



„Hebe mittelgroße SaaS-Unternehmen in Europa hervor, die starkes Wachstum im Bereich Produkt- und Ingenieurrollen zeigen.“



„Bewerbe B2B-Technologieunternehmen im UK höher, die in KI oder Automatisierung expandieren.“



„Identifiziere Konsumgüterunternehmen mit über 50 Mio. € Umsatz, die sich öffentlich zu Nachhaltigkeitsinitiativen bekennen.“

Diese helfen Marketing-Teams, schärfere Zielgruppenlisten für ABM oder Kampagnen zu erstellen und Budgets gezielter einzusetzen.

Sales-orientierte Prompts:



„Hebe deutsche Fertigungsunternehmen mit 50-500 Mitarbeitenden hervor, die kürzlich unsere Preisseite besucht oder eine Produktbroschüre heruntergeladen haben.“



„Priorisiere Finanzdienstleister in Frankreich mit über 1.000 Mitarbeitenden, die neue Regionalbüros eröffnen.“



„Bewerbe US-E-Commerce-Unternehmen höher, die neue Stellen im digitalen Marketing oder in der Logistik ausschreiben.“



„Identifiziere Top-Potenziale in den nordischen Ländern aus Logistik/Supply Chain, die kürzlich eine Series-B-Finanzierung abgeschlossen haben.“

Diese ermöglichen es Vertriebsteams, wärmere Leads schneller zu entdecken und ihre Energie auf Accounts mit stärkeren Kaufsignalen zu konzentrieren.

Gemeinsame Sales- & Marketing-Prompts:



„Bewerte SaaS-Unternehmen mittlerer Größe in Europa höher, die in KI oder Automatisierung expandieren.“



„Priorisiere Unternehmen aus dem Bereich erneuerbare Energien mit über 300 Mitarbeitenden und klaren internationalen Expansionsplänen.“



„Hebe nordamerikanische Einzelhandelsmarken hervor, die in den nächsten 12 Monaten mehr als 10 neue Filialen eröffnen.“



„Identifiziere Unternehmen in EMEA, die unserem ICP entsprechen und kürzlich Series-C- oder späteres Funding erhalten haben.“

Gemeinsame Prompts schaffen Ausrichtung zwischen Marketing und Vertrieb, da beide Teams denselben Typ von Accounts priorisieren.

Wenn diese Prompts zusammen verwendet werden, können sie die Grundlage für ein gemeinsames Playbook zur Kundenbindung bilden. Wenn Du im Laufe der Zeit speicherst und verfeinerst, kannst Du eine Bibliothek mit „erfolgreichen Prompts“ erstellen, die für verschiedene Kampagnen, Regionen und Produktlinien wiederverwendet werden kann. Das spart nicht nur Zeit, sondern sorgt auch für eine einheitliche Definition dessen, was in der Praxis als „best suited“ gilt.

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 shows a table of companies with columns for company name, employee count, industry, location, and website. Companies listed include Secupay, Kash, Stripe, Klarna, and Spotify. Overlaid on the bottom left of the screenshot is a callout box with a 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 the text '100+ Filteroptionen'.