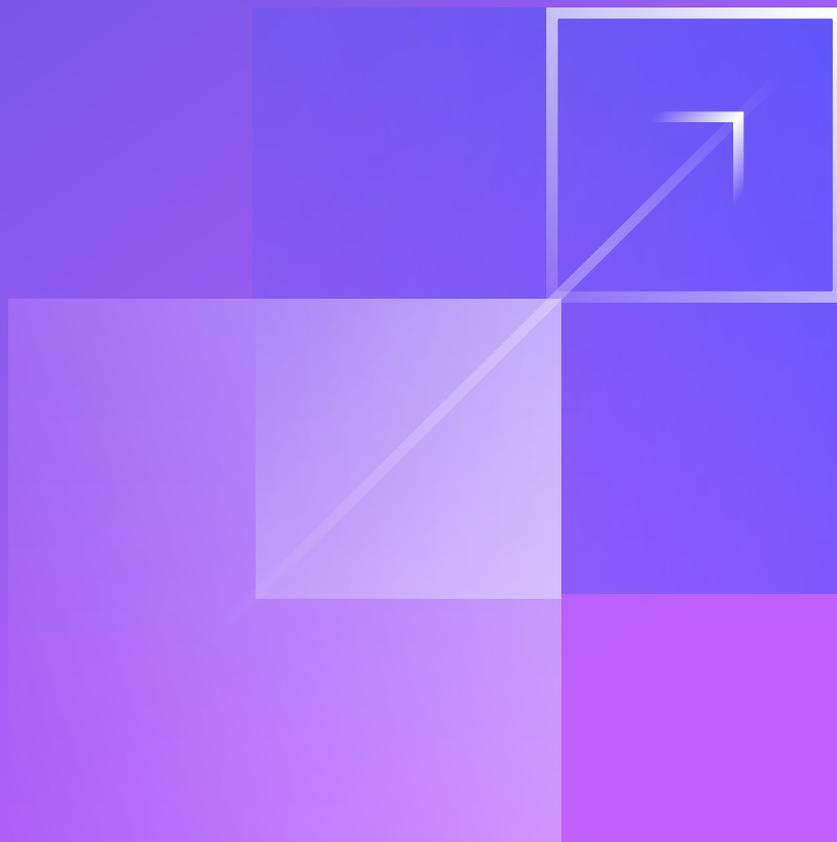


So definierst Du Dein ICP und findest passende Firmen



Inhaltsverzeichnis

Einführung	01
Definiere Dein Ideal Customer Profile (ICP)	
Identifiziere Firmen, die zu Deinem ICP passen	07
Was passiert jetzt?	12
Fazit	14

"Hast Du Schwierigkeiten, Dein ICP zu definieren und die Firmen zu identifizieren, die zu Deinem ICP passen? Dieses Play hilft Dir!"



Sam O'Brien
VP Marketing bei Dealfront

Empfohlen für

- ✓ Vertriebs- und Marketingmanager, Business Development Manager, Kundenbetreuer*innen
- ✓ Erhöhung der Erfolgswahrscheinlichkeit
- ✓ Unternehmen, die ihre Strategie zur Kundengewinnung verbessern möchten, indem sie sich auf die richtigen Marktsegmente konzentrieren

Erwartete Ergebnisse

- ✓ Gezieltere Marketing- und Vertriebsmaßnahmen
- ✓ Höhere Lead-Qualität
- ✓ Höhere Effizienz- und Ressourcen-Verteilung

Einführung

Ein Ideal Customer Profile (ICP) ist ein grundlegendes Element einer erfolgreichen Markteinführungsstrategie. Damit Dein Unternehmen erfolgreich ist, musst Du sicherstellen, dass Du mit den richtigen Kunden in Kontakt trittst. Die Definition Deines ICP ist dafür unerlässlich.

Dein ICP ist nämlich nicht nur eine vage Beschreibung der Kunden, die bei Dir kaufen könnten – vielmehr handelt es sich um eine detaillierte datengestützte Übersicht über Deine wertvollsten Kunden, die für die Ermittlung Deines Total Addressable Market (TAM) notwendig ist. Ein sorgfältig ausgearbeitetes ICP dient Dir als Orientierungshilfe für Dein Marketing, Deinen Vertrieb und Deine Produktentwicklungs-Aktivitäten. Mit seiner Hilfe ist jede Entscheidung, die Du triffst, darauf ausgerichtet, diejenigen Kunden zu gewinnen und zu binden, die für Dein Unternehmen am wichtigsten sind.

Dieses Play soll Dich durch den Prozess der ICP-Definition und der Identifizierung Deiner Wunschfirmen führen. Ganz gleich, ob Dein Unternehmen ein Start-up auf der Suche nach Zugkraft ist, oder eine etablierte Firma, die seinen Ansatz verfeinern möchte: Wenn Du Dein ICP verstehst, kannst Du Deine Ressourcen effektiv einsetzen, Deine Abläufe optimieren und letztendlich ein nachhaltiges Wachstum erzielen.

Definiere Dein Ideal Customer Profile (ICP)

Identifiziere die Hauptmerkmale

Die Definition Deines ICP ist der Schlüssel zu einer erfolgreichen Kundengewinnungsstrategie. Ein ICP ist eine detaillierte Beschreibung des Kundentyps, der den größten Nutzen aus Deinem Produkt oder Deiner Dienstleistung zieht – und im Gegenzug Deinem Unternehmen den größten Nutzen bringt. Indem Du die wichtigsten Merkmale Deiner idealen Kunden identifizierst, kannst Du Deine Marketing- und Vertriebsaktivitäten auf diejenigen Leads konzentrieren, die am wahrscheinlichsten zu treuen, langfristigen Kunden werden.

Zunächst ist es jedoch wichtig, die Eigenschaften aufzulisten, die Deine idealen Kunden am besten definieren. Berücksichtige die folgenden Faktoren, um sicherzustellen, dass Dein ICP detailliert ist:

- ✓ In welcher Branche ist Dein Wunschkunde tätig?
- ✓ Wie groß ist sein Unternehmen?
- ✓ Wie hoch ist sein Jahresumsatz?
- ✓ In welchen Ländern und Regionen ist er tätig?
- ✓ Wo befindet sich sein Sitz?

Die Definition Deines ICP sollte auf Daten basieren. Beginne mit der Analyse Deines bestehenden Kundenstamms, um Deine erfolgreichsten Kundenbeziehungen zu ermitteln. Analysiere Deine Verkäufe sowie Deine Kundendaten und nutze Erkenntnisse aus Deinem CRM, um detaillierte Profile deiner umsatzstärksten Firmen zu erstellen. Achte auf Muster: Was haben Deine besten Kunden gemeinsam? Indem Du Muster erkennst und verstehst, kannst Du ein klares und spezifisches ICP erstellen.

Das Ergebnis dieser Übung sollte ein klar definiertes ICP sein, das Dir künftig als Orientierungshilfe für alle Deine Aktivitäten im Bereich Kundenansprache und -gewinnung dient. Mit einem detaillierten ICP kann Dein Marketing-Team einerseits personalisiertere und effektivere Kampagnen gestalten. Andererseits kann sich Dein Vertriebsteam auf Leads konzentrieren, die mit höherer Wahrscheinlichkeit zu Kunden werden. Zugleich erlaubt ein detailliertes ICP Deinem Produktteam, Angebote auf die spezifischen Bedürfnisse Deiner Wunschkunden zuzuschneiden.

Primärkriterien

Selektiere Prospects anhand der folgenden Kriterien:

Umsatz	Mitarbeiterzahl	Branche	Region
---------------	------------------------	----------------	---------------

Sekundärkriterien

Gibt es Ereignisse (Trigger Events), die Bedarf erzeugen?

Neubau/Umzug <small>= Bedarf an Möbeln, Hardware,...</small>	Expansion <small>= Bedarf an Umzugsleistungen, Übersetzungen,...</small>	Offene Stellen <small>= Bedarf an Personal-dienstleistungen</small>
--	--	---

Welche Begriffe (z.B. auf einer Website) lassen auf Verkaufspotenziale schließen?

Webshop <small>= Hinweis auf Handel/Warenverkehr</small>	Einsatz bestimmter Tools <small>= ERP, CRM, ...</small>
--	---

Welche Positionsbezeichnungen zeigen Verkaufspotenziale an?

Data Scientist <small>= Firma arbeitet mit großen Datenmengen</small>	Teamlead Performance Marketing <small>= Firma schaltet Ads online</small>	Head of Account Management <small>= Firma betreut große Kunden</small>
---	---	--

B2B-Lookalikes

Wer sind Deine Kunden?

1 Lade eine Liste Deiner Bestandskunden hoch	2 KI erstellt Cluster	3 KI skaliert diese Cluster	4 Du selektierst die B2B-Lookalike-Firmen nach Deinen Kriterien
--	---------------------------------	---------------------------------------	---



Marktsegmentierung

Sobald Du Dein ICP definiert hast, besteht der nächste Schritt darin, den Markt zu segmentieren. Marktsegmentierung bedeutet, dass Du Dein umfassendes ICP in kleinere, spezifischere Gruppen unterteilst. Auf diese Weise kannst Du Deinen Ansatz verfeinern und sicherstellen, dass sich Deine Marketing- und Vertriebsaktivitäten auf die vielversprechendsten Möglichkeiten konzentrieren. Indem Du die folgenden Punkte berücksichtigst, kannst Du Deinen ICP-Fokus weiter eingrenzen:

- ✓ Möchten Deine Kunden expandieren? Dies kann zu einer Nachfrage nach Umzugsdienstleistungen oder Übersetzungslösungen führen.
- ✓ Haben Deine Kunden ihren Personalbestand erhöht oder sind sie dabei, ihn zu erhöhen? Offene Stellen können zu einer Nachfrage nach Personaldienstleistungen oder HR-Tech-Produkten führen.
- ✓ Welche Tools umfasst der Tech Stack Deiner Kunden? Der vorhandene Tech Stack gibt möglicherweise Hinweise auf zukünftige Integrationen und Partnerschaften.
- ✓ Sind Deine Kunden in neue Büroräume umgezogen? Dies kann auf einen Bedarf an neuer Hardware, Möbeln und Büroausstattung hinweisen.
- ✓ Prüfe, welche Stellen das Unternehmen ausschreibt. Wenn eine Firma beispielsweise Mitarbeitende im Bereich Data Science einstellt oder bereits beschäftigt, weißt Du, dass sich der Betrieb mit großen Datenmengen befasst.
- ✓ Achte auf Schlüsselbegriffe auf der Website Deiner Zielfirmen. Beispielsweise könnte eine ISO-Zertifizierung nach ISO 26000 darauf hindeuten, dass Nachhaltigkeit und sozial verantwortliches Handeln für ein Unternehmen wichtig sind.

Es ist wichtig, die wichtigsten Merkmale der verschiedenen Segmente Deines ICP zu ermitteln. Denn die Bedürfnisse und das Kaufverhalten von Unternehmen im Technologiesektor können völlig von Firmen im Gesundheits- oder Finanzwesen abweichen. Ebenso unterscheiden sich die Herausforderungen, mit denen ein kleines Start-up konfrontiert ist, von denen eines großen Unternehmens – selbst wenn Dein ICP beide Typen umfasst. Wenn Du diese Nuancen verstehst, kannst Du Deine Botschaften, Produktangebote und Engagement-Strategien so gestalten, dass sie in jedem Segment optimal ankommen.

Durch den Einsatz von Tools wie CRM-Systeme, Marktsegmentierungs-Plattformen und Datenanalysen lässt sich dieser Prozess erheblich verbessern. Mit solchen Tools kannst Du Deine Kundendaten analysieren und kategorisieren sowie Muster und Cluster erkennen, die möglicherweise nicht sofort erkennbar sind. Mithilfe dieser Erkenntnisse kannst Du wiederum eine segmentierte Marktliste erstellen, die eng mit Deinen ICP-Kriterien übereinstimmt.

Indem Du Dich auf klar definierte Segmente konzentrierst, die Deinem ICP entsprechen, stellst Du sicher, dass Du Deine Ressourcen sinnvoll einsetzt. Deine Maßnahmen richtest Du dadurch nur auf die Kunden aus, bei denen Du am ehesten eine Conversion, Interaktion und eine langfristige Bindung für Dein Unternehmen erwarten kannst.

Validiere Dein ICP

Once you've outlined your ICP, your next step is to validate it to ensure it truly represents your best market opportunities. Validation means comparing your defined ICP against your most successful customers - those who have found real value in your product or service and have contributed significantly to your business.

To do this, you'll need to conduct surveys and interviews with your top-performing customers. Ask them about their challenges, needs, and reasons for choosing your solution. This direct feedback will help you understand if your ICP aligns with the real-world experiences of those who benefit most from what you offer.

You can also review customer success stories and case studies. Look for patterns and common traits among your best customers, such as company size, industry, or specific needs your product meets. These insights will help you refine your ICP to better reflect the customers who are most likely to succeed with your solution.

By validating your ICP through these methods, you'll ensure you have a reliable and accurate ICP that you can confidently use to target and attract the right customers.

Beispiel: Ein Ideal Customer Profile (ICP) für ein Fertigungsunternehmen

1. Unternehmensdemografie:

- ✓ **Branche:** Maschinenbau, Luft- und Raumfahrt, Elektronik
- ✓ **Firmengröße:** Mittelständische bis große Unternehmen mit 200 bis über 1.000 Mitarbeitende.
- ✓ **Jahresumsatz:** € 50 bis € 500 Millionen
- ✓ **Geografische Lage:** DACH

2. Betriebliche Merkmale:

- ✓ **Tech Stack:** Firmen, die fortschrittliche Fertigungstechnologien wie CNC-Bearbeitung oder additive Fertigung einsetzen.
- ✓ **Nachhaltigkeitsinitiativen:** Firmen, die sich auf die Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks und die Verbesserung der Nachhaltigkeit durch energieeffiziente Maschinen und umweltfreundliche Fertigungsprozesse konzentrieren.

3. Entscheidungsträger-Profil:

- ✓ **Rollen:** Chief Operations Officer (COO), Produktionsleitung, Technik-Verantwortliche und Procurement Director.
- ✓ **Personen, die Entscheidungen beeinflussen:** Wartungsmanager, IT-Manager und Nachhaltigkeitsbeauftragte.
- ✓ **Entscheidungskriterien:** Fokus auf Gesamtbetriebskosten, Kapitalrendite, Produktzuverlässigkeit und Kundendienst.

4. Herausforderungen

- ✓ **Betriebliche Effizienz:** Probleme bei der Senkung von Produktionskosten bei gleichzeitiger Aufrechterhaltung oder Verbesserung der Produktqualität.
- ✓ **Ausfallzeiten und Wartung:** Häufige Maschinenausfälle oder Ineffizienzen, die zu kostspieligen Ausfallzeiten führen.
- ✓ **Technologieintegration:** Herausforderungen bei der Integration neuer Technologien in bestehende Altsysteme.
- ✓ **Einhaltung von Vorschriften:** Druck, strenge Branchenvorschriften zu erfüllen, insbesondere hinsichtlich Sicherheits- und Umweltstandards.

5. Einkaufsverhalten:

- ✓ **Verkaufszyklus:** In der Regel lang, unter Einbeziehung mehrerer Interessengruppen und detaillierter Evaluierungsprozesse. Der Zyklus kann zwischen 6 und 18 Monaten dauern.
- ✓ **Bevorzugte Vertriebskanäle:** Direktvertrieb, unterstützt durch technische Beratung und Vorführungen vor Ort. Partnerschaften mit vertrauenswürdigen Lieferanten und langfristige Lieferantenbeziehungen sind üblich.
- ✓ **Informationsbeschaffung:** Entscheider und Meinungsbildner informieren sich mithilfe von Whitepaper, Fallstudien und Branchenberichten. Sie besuchen zudem Branchenmessen und Webinare, um sich über die neuesten Entwicklungen in der Fertigungstechnologie auf dem Laufenden zu halten.

6. Strategische Ziele:

- ✓ **Effizienzsteigerung:** Ziel ist es, die Produktionseffizienz durch bessere Maschinen und Prozessoptimierung in den nächsten zwei Jahren um 10-20 % zu steigern.
- ✓ **Innovation:** Investitionen in modernste Technologien, um Wettbewerbsvorteile zu erlangen und zukünftigen Branchen-Anforderungen gerecht zu werden.
- ✓ **Nachhaltigkeit:** Commitment zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen, wie z. B. eine Reduzierung des Energieverbrauchs um 15% oder eine Reduzierung des Abfalls um 25 % innerhalb der nächsten 5 Jahre.
- ✓ **Marktextension:** Expansion in neue Märkte oder Produktlinien, die anpassungsfähige und skalierbare Fertigungslösungen erfordern.

BEISPIEL

Ein Ideal Customer Profile (ICP) für ein Fertigungsunternehmen

01. Unternehmensdemografie

 Branche

 Firmengröße

 Jahresumsatz

 Geografische Lage

02. Betriebliche Merkmale

 Tech Stack

 Nachhaltigkeitsinitiativen

03. Entscheidungsträger-Profil

 Rollen

 Personen, die Entscheidungen beeinflussen

 Entscheidungskriterien

04. Herausforderungen

 Betriebliche Effizienz

 Ausfallzeiten und Wartung

 Technologieintegration

 Einhaltung von Vorschriften

05. Einkaufsverhalten

 Verkaufszyklus

 Bevorzugte Vertriebskanäle

 Informationsbeschaffung

06. Strategische Ziele

 Effizienzsteigerung

 Innovation

 Nachhaltigkeit

 Marktextension

Identifiziere Firmen, die zu Deinem ICP passen

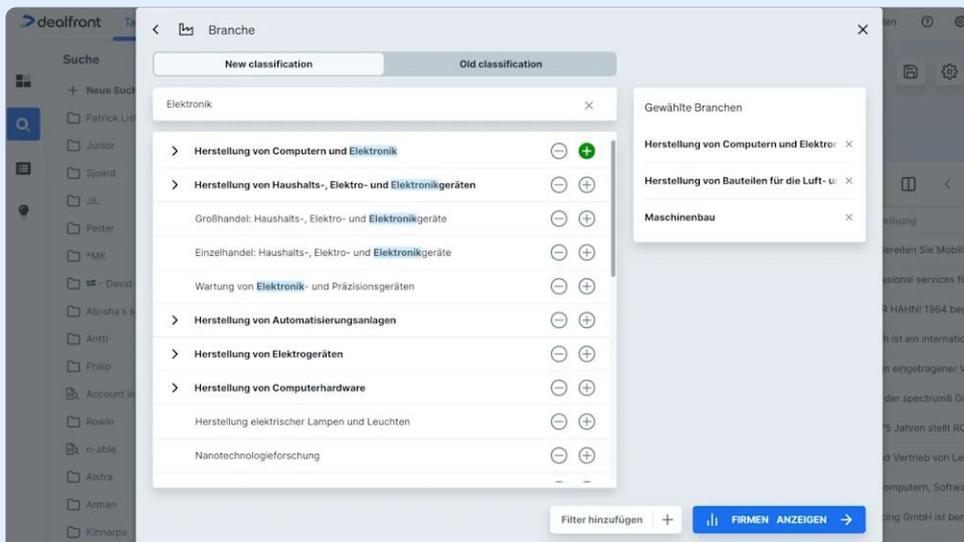
Sobald Du Dein ICP klar definiert hast, besteht der nächste Schritt darin, Firmen zu finden, die diesem Profil entsprechen. Hier kommt Dealfront ins Spiel. Mit [Dealfront Target](#) kannst Du ganz einfach nach Unternehmen suchen, die Deinem ICP entsprechen.

Dealfront Target ist benutzerfreundlich und auf Zeitersparnis ausgerichtet. Zugleich ist gewährleistet, dass Du Dich auf die vielversprechendsten Leads konzentrierst. Mit dieser Methode erstellst Du eine gezielte Liste an Firmen, die mit hoher Wahrscheinlichkeit von Deinem Produkt oder Deiner Dienstleistung profitieren. Anhand dieser Liste kannst Du anschließend mit der Beobachtung dieser Firmen und der Planung Deiner Outreach-Strategie fortfahren – in der Gewissheit, dass Du mit den richtigen potenziellen Kunden in Kontakt trittst.

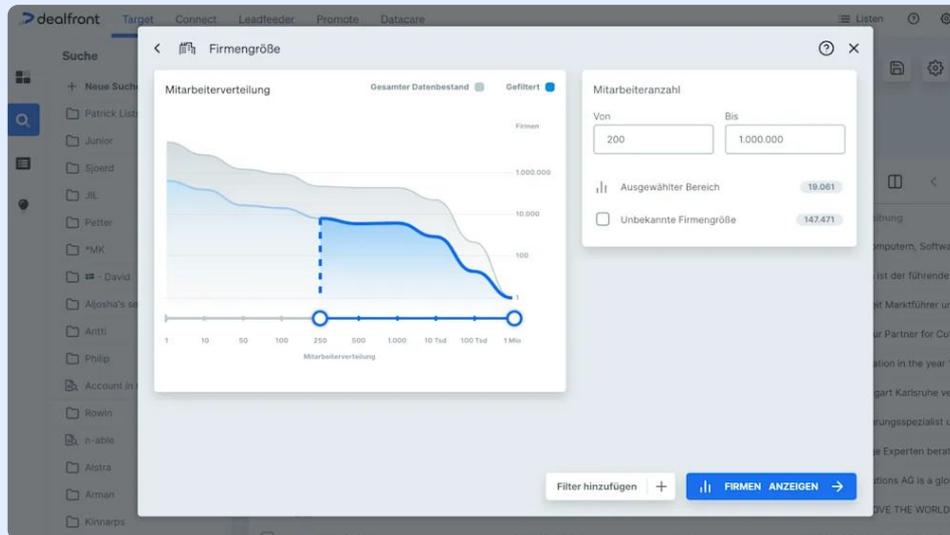
Es gibt zwei Möglichkeiten Firmen zu finden, die zu Deinem ICP passen:

1. Suche mit Dealfront Target

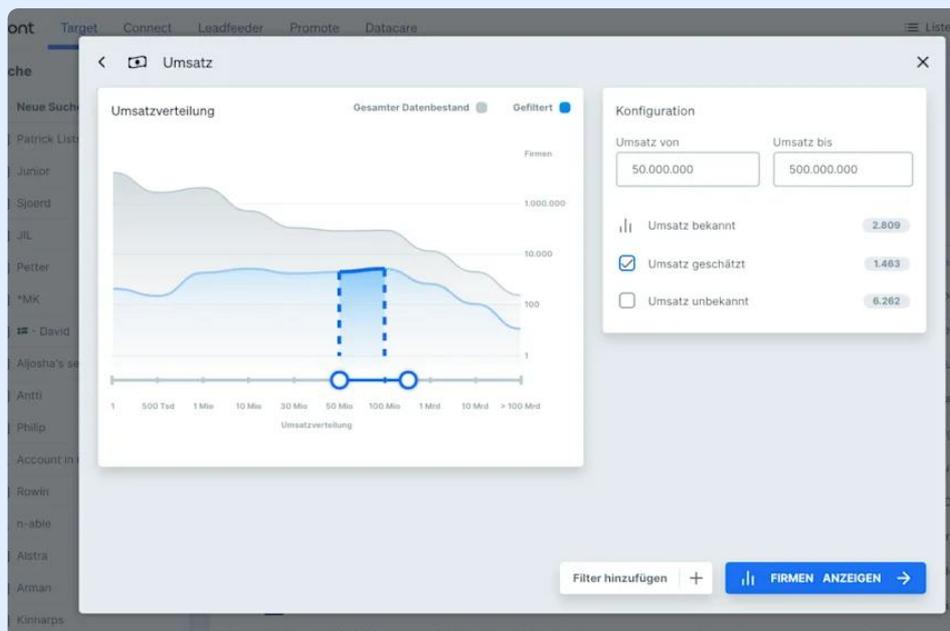
- Gib zunächst die wichtigsten Merkmale Deines ICP, wie in den vorherigen Schritten festgelegt, in Target ein. Verwende Filter, um sicherzustellen, dass Du Dich auf Dein ICP fokussierst.
- Wähle beispielsweise unter „Regionalfilter“ die Option „Länder & Regionen“ aus und anschließend die DACH-Länder. Wähle als Nächstes „Filter hinzufügen“ aus.
- Dann fügst Du einen weiteren Filter hinzu, indem Du einfach „Branchen“ und dann „Branche“ auswählst. Anschließend kannst Du eine Branche wie „Maschinenbau“, „Luft- und Raumfahrt“ und „Elektronik“ auswählen oder eingeben. Klicke dann auf „Filter hinzufügen“.



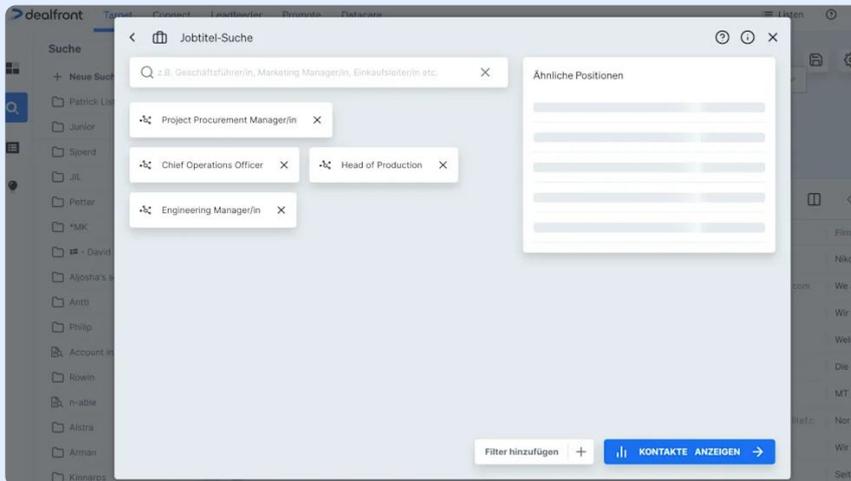
- Um die Suche nach der Anzahl an Mitarbeitenden einzugrenzen, wählst Du zunächst „Firmenfilter“ und dann „Firmengröße“ aus. Gib anschließend die Größe der Unternehmen, an denen Du interessiert bist, ein, indem du die Felder unter „von“ und „bis“ manuell ausfüllst, bevor du auf „Firmen anzeigen“ klickst – zum Beispiel von „200“ bis „1.000.000“.



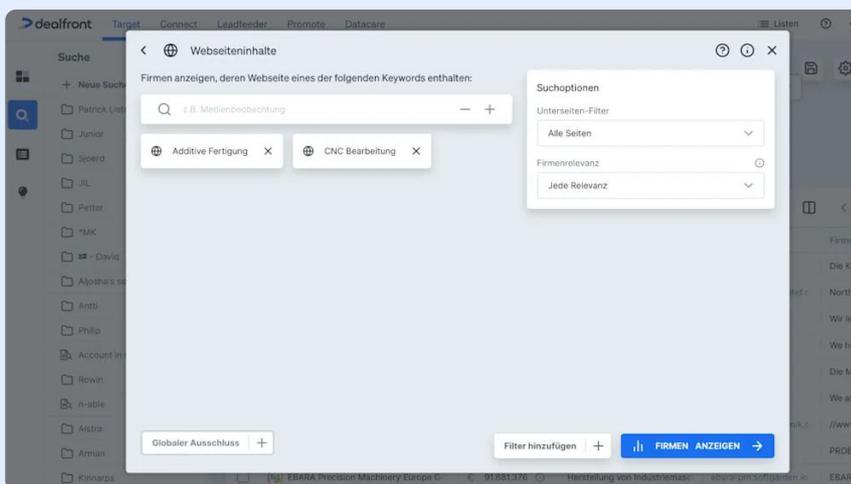
- Um auch nach dem Jahresumsatz zu filtern, wählst Du zunächst „Finanzkennzahlen“ und dann „Umsatz“ aus. Nun kannst Du die Firmen so filtern, dass nur diejenigen angezeigt werden, deren Jahresumsatz Deinem ICP entspricht. Gib in den Feldern „Umsatz von“ und „Umsatz bis“ manuell Summen ein (z. B. „50.000.000“ und „500.000.000“) und klicke dann erneut auf „Filter hinzufügen“.



- Als Nächstes kannst Du nach Kontakten filtern. Füge einen weiteren Filter hinzu und klicke auf „Kontaktfilter“ und dann auf „Jobtitel-Suche“, um nur Firmen mit passenden Entscheidern zu filtern. Wähle hier „Chief Operating Officer“, „Head of Production“, „Engineering Manager/in“ und „Project Procurement Manager/in“, und klicke anschließend auf „Filter hinzufügen“.



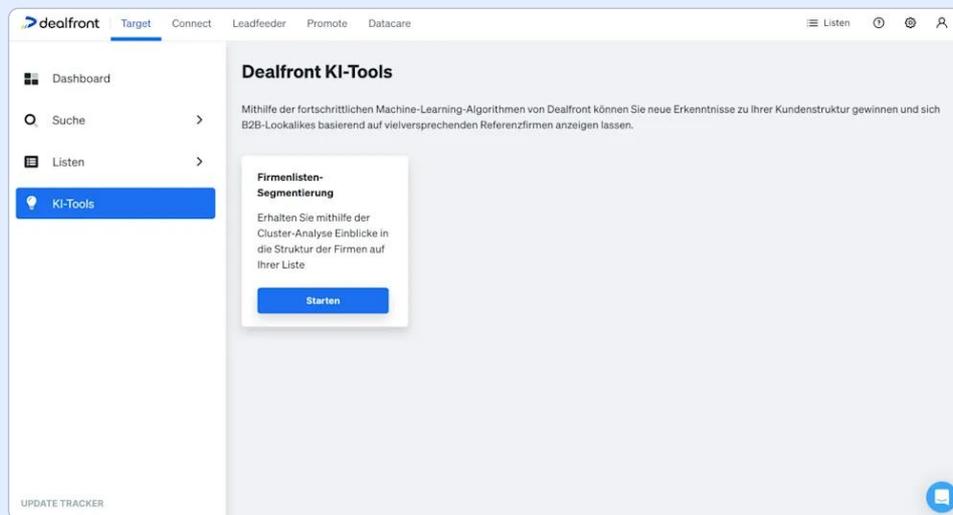
- Füge nun einen weiteren Filter hinzu. Wähle „Firmenfilter“ und dann „Webseiteninhalte“, um Unternehmen anhand von Keywords auf ihrer Website zu finden. In diesem Beispiel interessieren wir uns für Firmen, die fortschrittliche Fertigungstechnologien einsetzen. Du kannst also „CNC-Bearbeitung“ und „Additive Fertigung“ als Keywords hinzufügen. Klicke nun auf „Firmen anzeigen“.



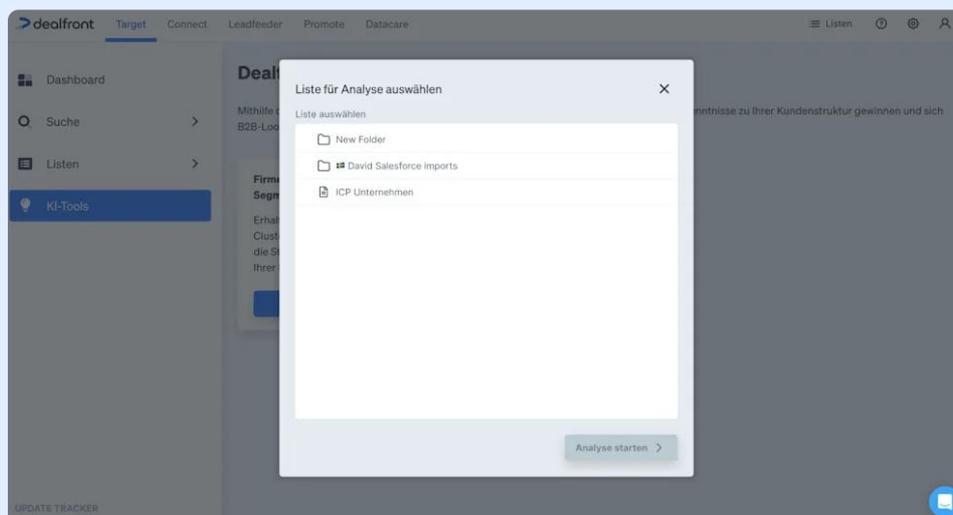
- Du siehst jetzt eine kuratierte Liste von Unternehmen, die diesen Kriterien entsprechen.
- Jetzt kannst Du die Firmen in Deinen Suchresultaten auswählen und sie entweder in Dein CRM exportieren, in einer Liste speichern oder die Resultate weiter durchsuchen, um mehr über die Unternehmen zu erfahren, die Dir angezeigt werden.

2. Erstelle mit Dealfront KI-Tools eine Liste von ICP-Unternehmen

- Nimm eine Liste Deiner besten Kunden, importiere sie in Target und speichere sie unter dem Namen „ICP-Kunden“
- Navigiere zu Target und dort zur seitlichen Registerkarte „KI-Tools“. Wähle „Firmenlisten-Segmentierung“ aus und klicke auf den blauen Button „Starten“.



- Wähle die als „ICP-Kunden“ gespeicherte Firmenliste zur Analyse aus.



- Wähle einen Cluster aus, definiere die Ähnlichkeit der Unternehmen in einem Cluster und klicke auf „Ähnliche Firmen anzeigen“.

dealfront Target Connect Leadfeeder Promote Datacare

Cluster-Analyse

996 Firmen analysiert, 9 Cluster gefunden Cluster 3: 140 Firmen im Cluster

Ähnlichkeit der Firmen im Cluster

sehr ähnlich auch weniger ähnlich

Firma	Webseite	Firmenbeschri:
HAINBUCH GMBH	hainbuch.com	anzeigen
LEWA Attendorn GmbH	lewa-attendorn.com	anzeigen
Dr. Kaiser Diamantwerkzeu	mk.kaiser.de	anzeigen
August Mink GmbH & Co. KG	mink-buersten.com	anzeigen
Neuenhauser Maschinenb	werde-neuenhauser.de	anzeigen
WEMHÖNER SURFACE TE	wemhoener.de	anzeigen
Werkstätten GmbH	werkstaetten-gmbh.de	anzeigen
Thielenhaus Technologies	thielenhaus.com	anzeigen
WAREMA Kunststofftechni	warema-kunststofftechnik.de	anzeigen
G.M. Stanztechnik Abwickl	gma.de	anzeigen
Klaus Kuhn Edelstahlgeiere	kuhn-edelstahl.de	anzeigen
Loll Feinmechanik GmbH	loll-feinmechanik.de	anzeigen

Auf Liste speichern Ähnliche Firmen anzeigen

UPDATE TRACKER

- Nun wird Dir eine Übersicht der Firmen innerhalb des Clusters angezeigt. Auf dieser Grundlage findet das KI-Tool ähnliche Unternehmen, die für Dich von Interesse sein könnten.

dealfront Target Connect Leadfeeder Promote Datacare

Cluster Lookalikes

Finden Sie Firmen, die diesen Firmen ähneln

Firma	Webseite	Firmenbeschreibung
HAINBUCH GMBH	hainbuch.com	HAINBUCH GmbH - Spannmittelhersteller und Erfinder von SPANNTOP.
LEWA Attendorn GmbH	lewa-attendorn.com	Wir sind ein international aufgestelltes, mittelständisches Unternehmen.
Dr. Kaiser Diamantwerkzeu	mk.kaiser.de	Präzision und Diamant bilden in der modernen Fertigungstechnik eine E
August Mink GmbH & Co. KG	mink-buersten.com	Mit über 330 Mitarbeitern gilt das Familienunternehmen als Weltmarktfü
Neuenhauser Maschinenbau	werde-neuenhauser.de	Mit individuellen Lösungen, termingerechter Fertigung und einer sorgfä
WEMHÖNER SURFACE TECH	wemhoener.de	WE CREATE YOUR SURFACE Wemhöner ist ein Familienunternehmen au
Werkstätten GmbH	werkstaetten-gmbh.de	DIN EN ISO 2008 AQSIQ SELO (China) RAL GKS 606 CE 1689 Kompeten
Thielenhaus Technologies G	thielenhaus.com	Welcome to the Thielenhaus Technologies GmbH LinkedIn page! We are
WAREMA Kunststofftechnik	warema-kunststofftechnik.de	WAREMA Kunststofftechnik. Die Spezialisten für Automotive, Medizinte
G.M. Stanztechnik Abwickl	gma.de	Ihr liefer- und leistungsfähiger Partner für Feinstanztechnik und Blechur
Klaus Kuhn Edelstahlgeiere	kuhn-edelstahl.de	Seit mehr als 50 Jahren sind wir spezialisiert auf die Herstellung von Ed
Loll Feinmechanik GmbH	loll-feinmechanik.de	Der Spezialist für die Herstellung anspruchsvoller Einzelkomponenten, E

FIRMEN ANZEIGEN

- Du siehst nun eine Übersicht aller Firmen, die ähnliche Merkmale wie Deine besten Bestandskunden aufweisen. Speichere diese Liste mit Deinen ICP-Unternehmen in Target, indem Du auf „Zur Liste hinzufügen“ klickst.

The screenshot shows a search interface with a search bar containing 'Cluster Lookalikes' and a 'Filter hinzufügen' button. Below the search bar, there are two tabs: 'Firmen' (9.856 Ergebnisse) and 'Kontakte' (70.218 Ergebnisse). The 'Firmen' tab is active, and a table of search results is displayed. The table has columns for 'Firma', 'Webseite', 'Firmenbeschreibung', and 'Ort der Firma'. The results list several companies, including Schiele Maschinenbau GmbH, Meissner AG Modell- und Werkzeugfabrik, Arnold Umformtechnik Verwaltung, Hardinge GmbH, Biersack Technologie GmbH & Co, WEFA Singen GmbH, INGENIA GmbH, Wezel GmbH Kaltumform-Technik, Geiger GmbH, and MoldTecs GmbH.

Firma	Webseite	Firmenbeschreibung	Ort der Firma
Schiele Maschinenbau GmbH	schiele.de	Im Jahr 1958 von Josef und Anneliese Schiele als Landmaschinenfabrik gegründet.	Niederrhein
Meissner AG Modell- und Werkzeugfabrik	meissner.eu	Auf allen Kontinenten vertrauen unsere Kunden auf Werkzeugmaschinen.	Biedenkopf
Arnold Umformtechnik Verwaltung	arnold-fastening.com	Verwaltung von Beteiligungen, insbesondere die Beteiligung als General Manager.	Künzelsau
Hardinge GmbH	hardinge.com	Ganz gleich, ob High Performance Anlage für die individuelle Fertigung.	Krefeld
Biersack Technologie GmbH & Co	biersack-technology.com	Biersack ist ein renommierter Industriezulieferer für High-Tech-Anlagen.	Beilngries
WEFA Singen GmbH	wefa.com	Die WEFA Gruppe fertigt langlebige und nahezu wartungsfreie Bauteile.	Singen
INGENIA GmbH	ingenia-gmbh.gmbh	Die Entwicklung, die Konstruktion, die Herstellung und der Vertrieb von Werkzeugmaschinen.	Altlay
Wezel GmbH Kaltumform-Technik	kaltumform-technik.de	Entwicklung, Herstellung und der Vertrieb von Werkzeugmaschinen und Werkzeugen.	Frickenhausen
Geiger GmbH	geiger-pretzfeld.de	Geiger GmbH is an automotive company located in Espachweg, Pretzfeld.	Pretzfeld
MoldTecs GmbH	moldtecs.com	Entwicklung, Herstellung und Vertrieb von technischen Präzisionsbauteilen.	Baunatal

Was passiert jetzt?

Sobald Du Dein ICP definiert und passende Firmen identifiziert hast, sind die folgenden Schritte unerlässlich, damit Du die gewonnenen Erkenntnisse auch in Unternehmenswachstum umsetzen kannst. Nachfolgend eine Übersicht darüber, was Du als Nächstes tun solltest:

1. Leads recherchieren und bewerten

- ✓ **Analysiere die Firmenprofile eingehend:** Beginne damit, detaillierte Informationen über die Unternehmen auf Deiner Liste zu sammeln. Mach Dich mit ihren Schwachstellen und geschäftlichen Herausforderungen vertraut, finde heraus, wer die Entscheider sind, und stelle anschließend sicher, dass Du verstehst, wie Deine Lösung ihre spezifischen Bedürfnisse erfüllen kann.
- ✓ **Priorisiere Leads:** Jetzt kannst Du die vielversprechendsten Leads für Dein Team priorisieren, indem Du Dich auf die Absicht eines Unternehmens konzentrierst. Sobald beispielsweise eine Firma aus Deinem ICP Deine Webseite besucht, kannst Du Kontakt mit ihr aufnehmen, da Du weißt, dass Deine Lösung relevant ist.

2. Entwicklung gezielter Outreach-Strategien

- ✓ **Personalisiere Deine Ansprache:** Stelle sicher, dass Dein Messaging direkt auf die Bedürfnisse und Herausforderungen jedes Unternehmens zugeschnitten ist. Nutze die Erkenntnisse Deiner Recherchen, um die Kontaktaufnahme relevant und überzeugend zu gestalten. So stellst Du sicher, dass Deine Botschaft beim potenziellen Kunden ankommt.
- ✓ **Multichannel-Engagement:** Nutze verschiedene Kanäle, wie E-Mail, LinkedIn, Telefon oder Direktwerbung, um potenzielle Kunden zu erreichen. Konsistente, gut koordinierte Aktivitäten erhöhen die Chancen, wahrgenommen zu werden und Verkaufsgespräche zu beginnen.

3. Beziehungen aufbauen und pflegen

- ✓ **Beziehungen aufbauen:** Nach dem Erstkontakt solltest Du Dich darauf fokussieren, bei jeder Interaktion einen Mehrwert zu schaffen. Teile Erkenntnisse, biete Lösungen an und etabliere Dich als vertrauenswürdigen Partner – und nicht nur als Verkäufer. Der Aufbau von Beziehungen ist der Schlüssel zu langfristigem und anhaltendem Erfolg.
- ✓ **Pflege Deine Leads:** Denk daran, dass nicht alle Leads sofort bereit sind, zu Kunden zu werden. Entwickle eine Strategie zur Kontaktpflege, die dafür sorgt, dass Deine Marke im Gedächtnis bleibt und gleichzeitig durch Content, Updates und Check-ins einen kontinuierlichen Mehrwert bietet.

4. Deine Vorgehensweise messen und verfeinern

- ✓ **Tracking von Engagement und Resultaten:** Beobachte genau, wie Firmen auf Deine Kontaktaufnahme reagieren. Diese Daten können von unschätzbarem Wert sein, wenn es darum geht, zu beurteilen, was funktioniert und wo Anpassungen erforderlich sind.
- ✓ **Verfeinere Dein ICP und Deine Zielgruppenansprache:** Wenn Du mehr Daten sammelst, ist es wichtig, auf diesen Punkt zurückzukommen und den Prozess zu wiederholen. Indem Du anschließend die zusätzlichen Erkenntnisse nutzt, kannst Du Dein ICP weiter verfeinern. Dadurch ist gewährleistet, dass Deine Zielgruppenansprache mit der Zeit immer genauer wird, was letztlich die Ergebnisse verbessert.

Wenn Du diese Schritte befolgst, wirst Du die Firmen, die Deinem ICP entsprechen, als treue Kunden gewinnen, Dein Wachstum fördern und die Rendite Deiner Marketing- und Vertriebsaktivitäten steigern.

Fazit

Die Definition Deines ICP und die Suche nach passenden Zielfirmen, kann Dir wertvolle Ergebnisse liefern und sich positiv auf Dein Unternehmen auswirken. In erster Linie kannst Du mit höheren Conversion Rates rechnen, da Du mit mehr qualifizierten Leads in Kontakt trittst, nachdem Du diejenigen identifiziert hast, die Dein Produkt oder Deine Dienstleistung wirklich benötigen und schätzen. Der Fokus auf potenzielle Kunden mit hohem Potenzial verkürzt auch den Verkaufsprozess, macht ihn effizienter und führt zu schnelleren Geschäftsabschlüssen.

Dadurch werden Deine Marketing- und Vertriebsaktivitäten zielgerichteter, was auch einen effektiveren Ressourcen-Einsatz nach sich zieht. Dieser gezielte Ansatz verbessert nicht nur Deine Rendite, sondern verschafft Deinem Vertriebsteam auch Zeit und Energie, um sich auf die vielversprechendsten Leads zu konzentrieren. Durch die Zusammenarbeit mit Firmen, die mit Deinem ICP übereinstimmen, baust Du außerdem stärkere Kundenbeziehungen auf. Diese Unternehmen profitieren eher von Deinen Angeboten, was ihre Zufriedenheit und Loyalität steigert.

Sind Deine Kunden zufriedener, kannst Du auch mit einer Steigerung des Customer Lifetime Value rechnen, da sie Dir eher treu bleiben, weitere Produkte kaufen und sogar für Deine Marke werben. Mit einem klar definierten ICP kannst Du Deinen Erfolg sogar auf verschiedene Märkte übertragen und so Dein Wachstum skalierbarer und vorhersehbarer machen. Dieser strategische Fokus ermöglicht es Dir, neue Märkte zu erschließen oder Produkte zu entwickeln, die auf die Bedürfnisse Deines Ideal Customer Profiles zugeschnitten ist.

Der Prozess der ICP-Definition und der Identifizierung passender Wunschfirmen verbessert die datengestützte Entscheidungsfindung in Deinem gesamten Unternehmen. Die gewonnenen Erkenntnisse lassen sich in allen Bereichen nutzen – von der Produktentwicklung bis zum Kundenservice. Sie führen zu einer kontinuierlichen Verbesserung der Zielgruppenansprache, des Messaging und der Gesamtstrategie.

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

**So definierst Du Dein ICP und
findest passende Firmen**

© 2024 Dealfront Group GmbH. Alle Rechte vorbehalten.