

# Der ultimative Pipeline-Guide für Marketingteams

Löse die 3 größten Pipeline-  
Herausforderungen – mit Dealfront.

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>Einführung</b>	<b>01</b>
<b>Diese Probleme halten B2B-Marketingteams auf</b>	<b>02</b>
<b>01. Für jede Pipeline gilt: Klasse statt Masse</b>	<b>03</b>
<b>02. Qualität statt Quantität – auch für Deine Pipeline</b>	<b>07</b>
<b>03. So beschleunigst Du Deine Pipeline – und hängst die Konkurrenz ab</b>	<b>12</b>
<b>Fazit</b>	<b>16</b>

---

# Einführung

B2B-Marketing hat sich innerhalb der letzten drei Jahre stärker verändert als in drei Jahrzehnten. Grund dafür sind vor allem ein verändertes Käuferverhalten, neue Technologien und gestiegene Erwartungen.

B2B-Käufer sind mittlerweile selbstbewusster, besser informiert und anspruchsvoller als je zuvor. Deshalb müssen Marketingteams ihre Zielgruppen auch komplett anders ansprechen, um sie zu überzeugen und zu konvertieren. Doch wie schafft man das? Ganz einfach: Marketingteams, die durch präzises Targeting, Echtzeit-Einblicke und datengestützte Priorisierung von Zielfirmen eine Pipeline mit hochrelevanten Leads füllen können.

Das ist nicht immer leicht, keine Frage – aber die Mühe lohnt sich. Du wirst feststellen, dass Du in kürzester Zeit mehr Umsatz generierst, Deine Teams entlastest und wertvolle Beziehungen zu Deinen Kunden aufbaust.

## Empfohlen für:

### Marketing Leader

Für strategische Entscheider\*innen, die Segmentierung, Targeting und Performance im gesamten Funnel verbessern wollen.

**Wichtige Rollen:** CMOs, Marketing-VPs/-Directors, Head of Growth/Revenue Marketing.

### Demand Generation Teams

Für Teams, die durch gezielte, hochkonvertierende Kampagnen ihre Pipeline beschleunigen und Umsatz steigern wollen.

**Wichtige Rollen:** Demand Generation Manager\*innen, Spezialist\*innen für Marketing Operations, ABM-Strateg\*innen.

### Digital Marketing Teams

Für Content-Profis, die ihre Inhalte strategisch und kanalübergreifend optimieren wollen, um die richtige Zielgruppe zu erreichen, zu konvertieren und langfristig zu binden.

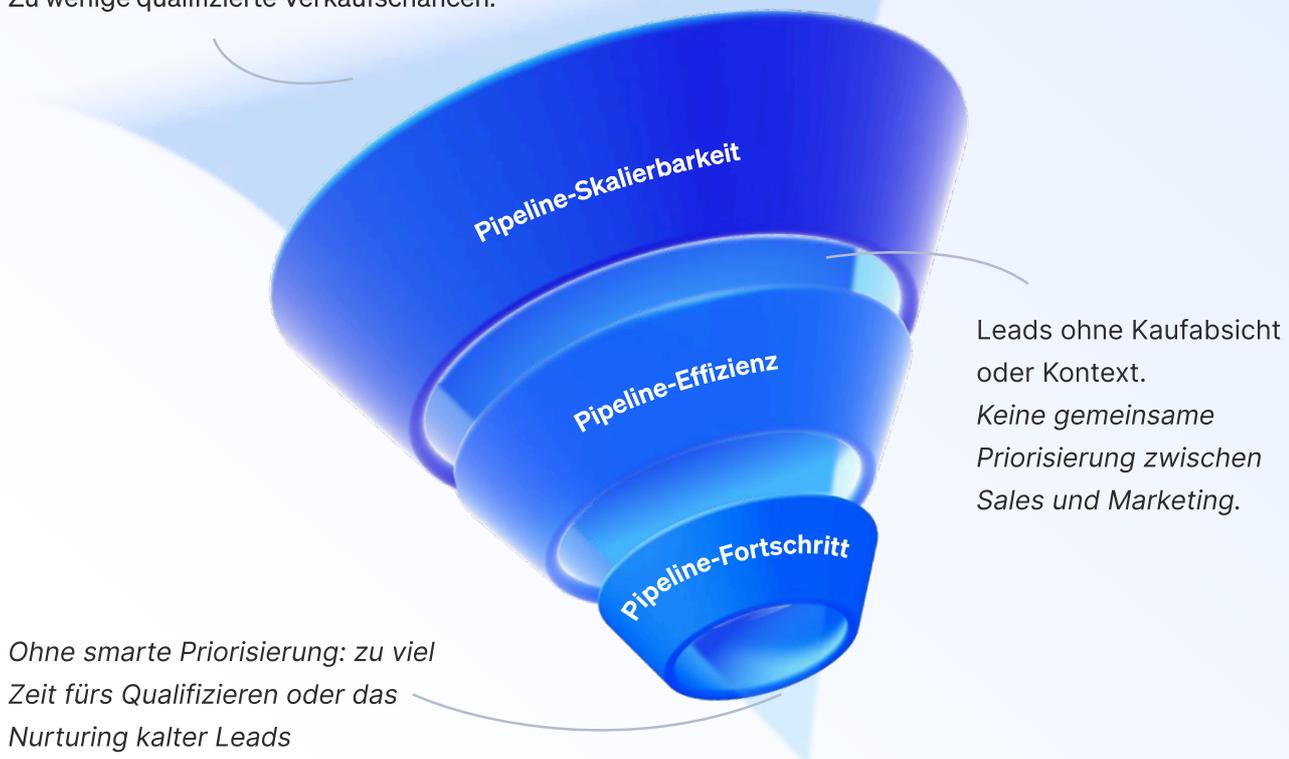
**Wichtige Rollen:** Digital Marketing Manager\*innen, SEO/SEM-Spezialist\*innen, Spezialist\*innen für Paid Media.

# Diese Probleme halten B2B-Marketingteams auf

Selbst die effizientesten Marketingteams stoßen beim Aufbau einer starken Pipeline an ihre Grenzen. Die größte Herausforderung ist allerdings nicht, so viele Leads wie möglich zu generieren. Es geht vielmehr darum, die richtigen Leads in den Funnel zu bekommen und sicherzustellen, dass alle Verkaufschancen genutzt werden.

Das sind die größten Hürden:

Zu viele Leads mit niedriger Qualität  
Zu wenige qualifizierte Verkaufschancen.



Marketingteams müssen ihre bisherige Strategie überdenken: Sie benötigen nicht nur mehr Leads, sondern müssen auch eine Pipeline aufbauen, die sich effizient skalieren lässt und hochwertige, kaufbereite Prospects liefert.

In diesem E-Book schauen wir gemeinsam auf die drei größten Herausforderungen der Pipelinegenerierung und verraten Dir, wie Du sie ganz einfach löst.

# 01. Für jede Pipeline gilt: Klasse statt Masse

## Deshalb funktioniert breitgefächertes Targeting heutzutage nicht mehr

Viele Marketingteams setzen weiterhin auf Volumen – in der Hoffnung, dass größere Zahlen bessere Ergebnisse bringen. Doch ohne klare Strategie kann eine Skalierung ineffiziente Prozesse weiter verstärken und langfristiges Wachstum verhindern.

An diesem Punkt stecken viele Teams fest und haben Schwierigkeiten, genügend qualifizierte Leads zu generieren. Ohne Kaufsignale in Echtzeit und skalierbares Targeting ist es kaum möglich, vielversprechende Zielfirmen zu erreichen und die Pipeline zu füllen. Dabei ist personalisiertes Engagement in Echtzeit längst kein Nice-to-have mehr:

**71 % der B2B-Käufer erwartet eine gezielte Ansprache zum richtigen Zeitpunkt, sobald die Kaufabsicht steigt.**

## Was sind die Folgen – und wie kommt es überhaupt dazu?

Eine schlecht gefüllte Vertriebspipeline ist oft die Folge von ungenauem Targeting und fehlenden Echtzeit-Insights. Das führt dazu, dass Deine Teams potenzielle Käufer entweder gar nicht oder zum falschen Zeitpunkt ansprechen.

Wenn Du keinen Einblick in die Kaufsignale Deiner Zielgruppe hast, laufen Deine Marketing- und Vertriebsmaßnahmen schnell ins Leere. Du solltest Dich daher auf keinen Fall auf manuelle Segmentierungen und generischen Outreach verlassen, sondern gezielt mit aktuellen Firmendaten arbeiten.

Ansonsten verschwenden Deine Teams wertvolle Ressourcen an ungeeignete Prospects, verpassen vielversprechende Kontaktchancen und können Leads nur schwer priorisieren.

### Das hat viele Folgen, wie zum Beispiel:

Verfehlt Umsatzziele

Höhere Customer Acquisition Cost (CAC)

Verschwendete Marketing- und Werbebudgets

Keine skalierbare Kundenakquise

Niedrige Vertriebsproduktivität

# Diese Lösungen bietet Dealfront

Marketer müssen nicht nur Firmen identifizieren, die ihrem ICP entsprechen, sondern sie auch korrekt priorisieren. Erst dann können sie zum richtigen Zeitpunkt auf Kaufabsichten reagieren und individuelle Kampagnen entwickeln.

Wieso das so wichtig ist? Ganz einfach: 76 % der Käufer findet generischen Outreach frustrierend.

**“Dealfront-Kunden berichten von 30 bis 40 % weniger Kosten pro qualifizierter Verkaufschance – und 75 % weniger Aufwand für die Suche.”**

## 1. Gezieltes Targeting statt Streuverluste

Generisches Targeting kostet Dich nicht nur viel Geld, sondern bringt auch unqualifizierte Leads in Deinen Funnel. Wenn Du echte Ergebnisse sehen willst, solltest Du Dich auf Unternehmen konzentrieren, die wirklich Deinem Ideal Customer Profile (ICP) entsprechen. Dealfronts feingranulares Targeting unterstützt Dich in vielen Bereichen:

- **Fokussiere Dich auf Dein ICP:** Nutze mehr als 100 firmografische, technografische und verhaltensbasierte Filter, um nur die wirklich wichtigen Firmen zu identifizieren und anzusprechen.
- **Vermeide unnötige Ausgaben:** Du musst keine Ressourcen mehr in Leads investieren, die ohnehin nicht konvertieren.
- **Fülle Deinen Funnel mit hochwertigen Leads:** Sorge dafür, dass jede Verkaufschance in Deinem Sales Funnel vielversprechend ist und mit großer Wahrscheinlichkeit kauft.
- **Nutze fortschrittliche Segmentierung:** Segmentiere Deine Prospects nach Branche, Region, Website-Inhalten und Echtzeit-Kaufsignalen.
- **Optimiere jede Kampagne bis ins kleinste Detail:** Richte Deine Marketingmaßnahmen auf die Zielfirmen aus, die am ehesten konvertieren. Schluss mit Rätselraten!

## 2. Konzentriere Dich auf das, was funktioniert

Verlass Dich nicht mehr auf oberflächliche Kennzahlen wie Klicks und Impressionen – echter Marketingerfolg zeigt sich daran, welche Kampagnen wirklich Engagement erzeugen und Deinen Funnel füllen. So optimierst Du Deine Kampagnen am besten:

### Verzichte auf oberflächliche KPIs

- Klicks führen nicht automatisch zu mehr Conversions. Konzentriere Dich auf Deine Pipeline und finde heraus, welche Kampagnen echtes Engagement und Verkaufschancen erzielen.

### Nutze Firmendaten und Einblicke von Dealfront:

- Analysiere mit Dealfronts Trackingfunktionen für Engagement und Websitebesuche, was nach dem Klick der wichtigsten Zielfirmen passiert.
- Identifiziere anonyme Besuche und finde hochqualifizierte Prospects in Echtzeit.

### Reagiere schneller und optimiere gezielter:

- Passe Deine Kampagnen sofort an, basierend auf Echtzeitdaten und automatisierten Benachrichtigungen. Kein Warten mehr auf Berichte zum Quartalsende.

## 3. Bringe Sales und Marketing auf einen Nenner

Stell Dir vor, Dein Sales-Team freut sich über die Leads aus der Marketingabteilung, anstatt sich darüber zu beschweren, dass sie „nicht heiß genug“ sind.

Wenn beide Teams dieselben kaufbereiten, zum ICP passenden Firmen ins Visier nehmen und mit Echtzeitdaten arbeiten, dann können sie sich optimal aufeinander abstimmen und gemeinsame Erfolge erzielen.

- **Echtzeitdaten für beide Teams:**

Vertrieb und Marketing greifen auf dieselben Intent Data und Informationen über hochrelevante Firmen zu.

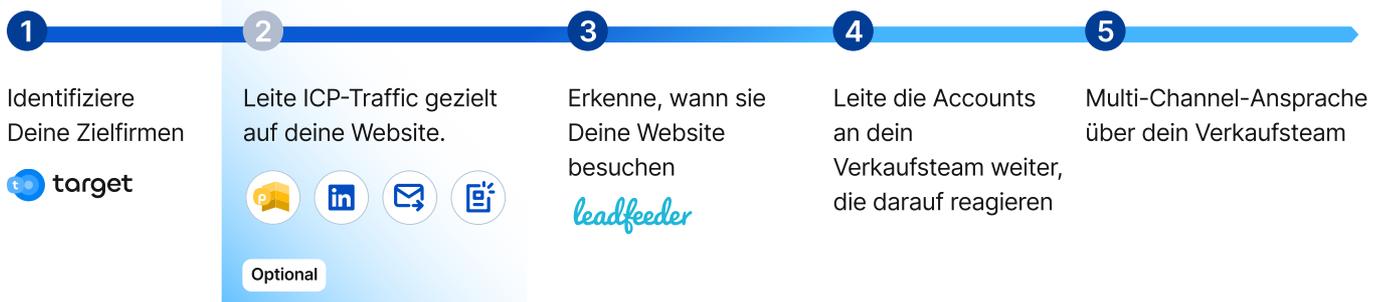
- **Nahtlose CRM-Integrationen:**

Dealfront synchronisiert alle Kaufsignale und Lead-Listen direkt mit CRM-Systemen wie HubSpot, Pipedrive und Salesforce, damit Dir keine Verkaufschance mehr entgeht.

- **Unkomplizierte Zusammenarbeit:**

Sales und Marketing ziehen an einem Strang – ohne Reibereien oder Missverständnisse.

### Empfohlener Workflow



## Noch mehr Performance: Diese Metriken verbessert Dealfront

**Pipeline-Volumen:** Identifiziere hochrelevante Zielfirmen und optimiere Deine Segmentierung, um noch mehr kaufbereite Leads in die Sales-Pipeline zu schleusen.

**Conversion Rate (MQL-to-SQL):** Nutze Kaufsignale in Echtzeit und Firmendaten, um Deine Traumkunden mit der richtigen Nachricht zum richtigen Zeitpunkt zu kontaktieren und kaufbereite Leads zu priorisieren. All das erhöht die Conversion Rate.

**Customer Acquisition Cost (CAC):** Nutze Dein Budget für Prospects mit hoher Kaufabsicht, um Kosten für die Kundenakquise zu reduzieren. Besser als Dein Geld für minderwertige Leads auszugeben.

**Marketing- und Werbebudget:** Mit IP-basiertem Targeting und brandaktuellen Kaufsignalen setzt Du Dein Budget gezielt für Zielfirmen ein, die Deine Lösung wirklich kaufen wollen.

## 02. Qualität statt Quantität – auch für Deine Pipeline

### Deine Pipeline ist voll, generiert aber keine Conversions

Gut gefüllte Pipelines sind wertlos, wenn Leads am Ende eine schlechte Qualität haben. In solchen Fällen verfolgt Dein Vertriebsteam Firmen, die zwar auf Deine Angebote geklickt, aber keinerlei Kaufabsicht haben.

Hier ist das Hauptproblem: Deine Marketingteams müssen viele hochwertige Leads generieren und mit jeder Kampagne optimale Ergebnisse erzielen. Kein leichtes Spiel! Tatsächlich gibt 61 % der B2B-Marketer an, dass genau das die größte Herausforderung sei. Trotzdem landen viel zu oft Leads in der Pipeline, die noch lange nicht kaufbereit sind. Das kostet Budget, Zeit und sorgt für Frust im Vertrieb.

Aber was wäre, wenn Du nur noch die Leads ansprichst, die wirklich Potenzial haben? Wenn Du Kaufsignale früh erkennst, Entscheider zum richtigen Zeitpunkt ansprichst und der Konkurrenz immer einen Schritt voraus bist? All das ist möglich – mit der richtigen Strategie.

### Was sind die Folgen – und wie kommt es überhaupt dazu?

Eine schlechte Sales-Pipeline bremst Dein Wachstum langsam aber unaufhaltsam. Der Grund: Dein Vertrieb wird mit unqualifizierten Leads geradezu überschwemmt. Ohne Echtzeit-Einblicke zu Kaufsignalen verpassen Deine Teams wertvolle Verkaufschancen oder sprechen Prospects zu spät an – das wirkt sich natürlich stark auf die Conversion Rate aus. Noch dazu können manuelle Segmentierungen und generischer Outreach kaum noch mit dem veränderten Käuferverhalten mithalten. Das Ergebnis? Schlechtes Timing und erfolglose Verkaufsversuche.

**Tatsächlich gibt 56 % der B2B-Vertriebsunternehmen Leads ungeprüft an das Vertriebsteam weiter – und nur 27 % dieser Leads ist wirklich qualifiziert und kaufbereit.**

Der Fehler: Vertriebsteams schicken oft wahllos Nachrichten an alle möglichen Unternehmen und verschwenden die meisten Ressourcen an kalte Kontakte, anstatt sich auf Interessenten mit hoher Kaufabsicht zu konzentrieren.

Noch problematischer wird es, wenn Sales und Marketing nicht zusammenarbeiten – denn die weitergegeben Leads entsprechen selten den Anforderungen des Vertriebsteams. Das führt zu Frust im Unternehmen und verpassten Verkaufschancen.

### **Die häufigsten Folgen sind:**

**Verpasste Umsatzziele und unvorhersehbare Pipeline-Entwicklung**

**Höhere Customer Acquisition Cost (CAC) durch verschwendetes Budget für Leads, die nicht konvertieren**

**Geringere Vertriebseffizienz**

**Schwierigkeiten bei der Prognose und Skalierung von Wachstum**

**Wenig Umsatz aus Marketing und schlechter Kampagnen-ROI**

# Diese Lösungen bietet Dealfront

Dealfront bringt Ordnung ins Chaos, indem es wirklich relevante Zielfirmen für Dich findet – basierend auf Engagement-Signalen in Echtzeit, Website-Verhalten und aktuellen Firmeninformationen. Es geht aber nicht darum, so viele Leads wie möglich zu generieren, sondern bessere Leads zu finden und sie strategisch zu verfolgen.

**Dealfront-Kunden erreichen Conversion Rates von bis zu 75% von MQL zu SQL – das ist fast sechsmal so hoch wie der Branchendurchschnitt von 13%.**

## 1. Erkenne echtes Kaufinteresse mit nur einem Blick

Warte nicht darauf, dass Zielfirmen Deine Formulare ausfüllen. Es ist viel effizienter, echtes Kaufinteresse zu identifizieren und Deine Traumkunden zum optimalen Zeitpunkt anzusprechen!

Die folgenden Daten und Funktionen helfen Dir dabei:

- **Verhaltens- & Intent-Daten:** Erkenne sofort wichtige Handlungen wie Besuche auf Deiner Preiseseite, Content-Downloads oder wiederholte Website-Aufrufe – dahinter steckt echtes Kaufinteresse!
- **Websitebesuche identifizieren:** Verwandle anonyme Website-Besuche in kaufbereite Leads mit echten Daten, die Du ansprechen kannst – bevor es die Konkurrenz tut.
- **Sofortige Alerts & Trigger:** Dein Sales-Team erhält Benachrichtigungen in Echtzeit, wenn Zielfirmen Interesse zeigen. Das ermöglicht einen schnellen und relevanten Outreach genau im richtigen Moment.

## 2. Konzentriere Dich auf Zielfirmen mit hohem Potenzial

Bewerte Leads nach Relevanz und Kaufbereitschaft, um sie zu priorisieren und Deine Ressourcen effizient einzusetzen.

- **Dynamisches Scoring:** Kombiniere firmografische und technografische Merkmale sowie aktuelles Verhalten, um die vielversprechendsten Verkaufschancen automatisch zu erkennen und zu priorisieren.
- **Gemeinsame Lead-Kriterien:** Sales- und Marketingteams bestimmen mithilfe von Echtzeitdaten, wann genau ein Lead „qualifiziert“ ist.

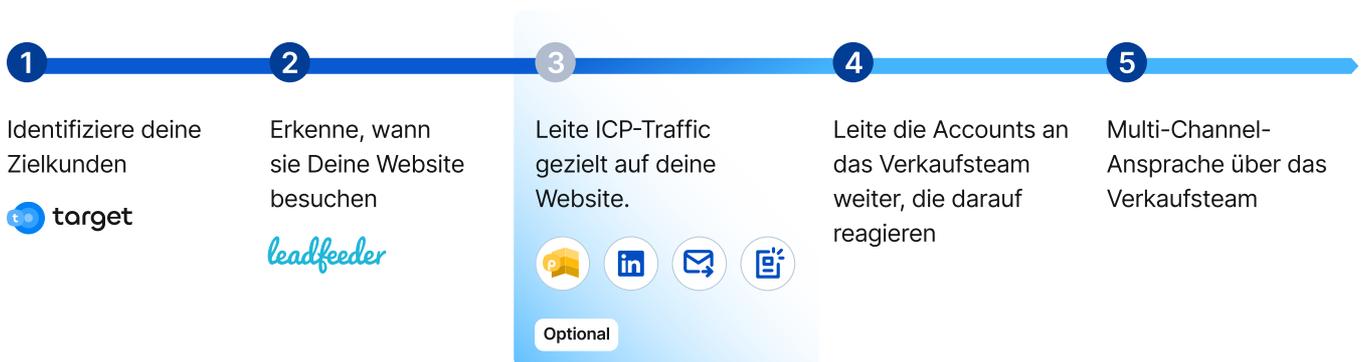
- **Automatische Segmentierung:** Passe Deine Segmente regelmäßig an das Verhalten potenzieller Käufer an und stelle sicher, dass Du immer die relevantesten Prospects im Blick hast.
- **Effizienter Einsatz von Ressourcen:** Nutze Deine Zeit und Dein Budget für warme Leads und erhöhe Deine Conversions, anstatt viel Energie in verlorene Chancen zu investieren.

### 3. Reagiere schneller – durch flexibles Nurturing

Führe passende Leads mit personalisierten und zeitlich abgestimmten Engagement-Strategien zügig durch den Funnel. Zum Beispiel damit:

- **Personalisierte Nurturing-Kampagnen:** Passe Deine Inhalte und Nachrichten auf konkreten Handlungen wie Webinar-Teilnahmen oder Whitepaper-Downloads an. Berücksichtige auch, an welchem Punkt in der Buyer Journey sich Leads befinden.
- **Engagement-Einblicke in Echtzeit:** Verfolge, wie Leads mit Deiner Marke interagieren, und passe Deine Nurturing-Strategie sowie Deine Botschaften sofort an.
- **Conversion-orientiertes Reporting:** Finde heraus, welche Kampagnen und Touchpoints eine effektive Pipeline aufbauen, um in bewährte Strategien zu investieren und die Ergebnisse regelmäßig zu optimieren.

### Empfohlener Workflow



## Noch mehr Performance: Diese Metriken verbessert Dealfront

**Pipeline-Qualität:** Nur die wichtigsten Kunden mit hoher Kaufbereitschaft durchlaufen den Funnel. Das erhöht nicht nur Deine Conversion Rates, sondern beschleunigt auch den Sales-Prozess.

**Conversion Rate (MQL zu SQL):** Kaufabsichtssignale in Echtzeit und präzise Firmeneinblicke ermöglichen eine relevante und zeitnahe Ansprache, die besser konvertiert.

**Customer Acquisition Costs (CAC):** Wenn Du Dein Budget gezielt in vielversprechende Leads investierst, vermeidest Du Streuverluste und reduzierst Deine Akquisekosten.

**Genauigkeit von Prognosen:** Eine hochwertige Pipeline führt zu planbaren Umsätzen und stärkt Deine Glaubwürdigkeit als Führungskraft.

**Vertriebsproduktivität:** Dein Team konzentriert sich auf echte Verkaufschancen. Das spart Zeit, steigert den Umsatz und hebt die Motivation.

## 03. So beschleunigst Du Deine Pipeline – und hängst die Konkurrenz ab

### Warum bremsen langsame Verkaufszyklen Deine Umsätze? Und wie kannst Du Zielfirmen vor Deinen Mitbewerbern erreichen?

Kaltakquise hat mittlerweile nur noch eine Erfolgsquote von 2,3 %. Deshalb benötigen Unternehmen 2025 klügere und vor allem datengestützte Strategien, um genügend Deals abzuschließen.

Eine träge Pipeline verursacht nicht nur langsamere Abschlüsse, sondern führt auch dazu, dass Deine Teams Umsatzmöglichkeiten verpassen, höhere Kosten entstehen und Wettbewerbsvorteile ungenutzt bleiben. Denn Käufer erwarten heutzutage vor allem eins: eine relevante und zeitnahe Kontaktaufnahme.

Wenn Dein Vertriebsteam nicht in Echtzeit auf Kaufsignale reagiert, geraten Deals ins Stocken, Verkaufszyklen verlängern sich und der Umsatz rückt in weite Ferne. Genau deshalb ist es mittlerweile so wichtig, über eine gut gefüllte Pipeline zu verfügen. Denn das klassische Sales-Modell hat ausgedient:

**84 % aller B2B-Deals wird noch vor dem ersten Gespräch mit dem Vertrieb abgeschlossen.**

Tatsächlich konsumieren Käufer im Durchschnitt mindestens 13 Inhalte, bevor sie Kontakt aufnehmen.

Um echte Erfolge zu erzielen, muss Dein Team die richtigen Firmen zur richtigen Zeit ansprechen – und zwar lange bevor die Konkurrenz überhaupt ahnt, dass es hier eine Verkaufschance schlummert.

### Was sind die Folgen – und wie kommt es überhaupt dazu?

Langsame Pipelines führen zu verpassten Umsatzzielen, längeren Verkaufszyklen und höheren Customer Acquisition Costs (CAC). Vertriebsteams verbringen zu viel Zeit damit, kalte Leads zu qualifizieren oder Deals zu pflegen, bei denen keine echte Kaufabsicht besteht – während vielversprechende Chancen untergehen.

## Die Hauptursachen dafür sind:

Manuelles Lead-Routing und fehlende Priorisierung

Keine Echtzeit-Einblicke in Kaufabsichten

Statische Segmentierung und unpersönliche Pitches

Zu viel Aufwand für kalte Leads

Kein Zugriff auf Echtzeit-Signale oder intelligente Leadpriorisierung

# Diese Lösungen bietet Dealfront

**Kunden von Dealfront konnten den Zeitaufwand für ihr Prospecting bereits um bis zu 75 % reduzieren. So können sich Vertriebsteams vor allem auf hochwertige Leads konzentrieren und Deals schneller abschließen.**

Dealfront beseitigt verschiedene Engpässe, indem es Echtzeit-Kaufsignale sichtbar macht, vielversprechende Leads priorisiert und eine personalisierte, zeitnahe Ansprache ermöglicht – damit Dein Team die Konkurrenz überholt.

## 1. Optimiere Deinen Outreach mit Kaufsignalen in Echtzeit

Schluss mit Kaltakquise – Online-Verhalten in Echtzeit verrät Dir, wer tatsächlich Interesse an Deiner Lösung hat. Diese Ansätze solltest Du kennen:

- **Engagement in Echtzeit:** Behalte im Blick, wann relevante Firmen Deine Preiseseite oder die Demo buchen-Seite besuchen und damit ein klares Kaufsignal zeigen.
- **Frühes Erkennen von Kaufabsichten:** Identifiziere Verhaltensmuster wie beispielsweise wiederholte Website-Besuche oder Content-Downloads, um Interessenten zu identifizieren – noch bevor sie aktiv auf Dich zukommen.
- **Sofortige Teambenachrichtigungen:** Dein Sales-Team wird automatisch per Slack oder E-Mail darüber informiert, sobald eine Zielfirma aktiv wird. So können Deine Mitarbeitenden schneller Kontakt aufnehmen als die Konkurrenz.

## 2. Konvertiere Leads mit hohem Kaufinteresse schneller

Verliere Deine besten Prospects nie mehr aus den Augen – jeder vielversprechende Lead wird sofort priorisiert und an die richtige Person weitergeleitet. Hier ein paar Tipps:

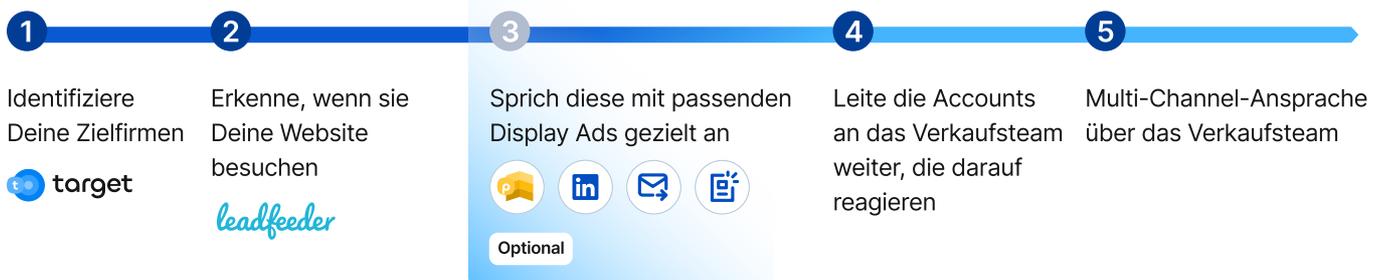
- **Lead Scoring:** Ordne und priorisiere Leads anhand von Intent Data, firmografischen Merkmalen und Daten zum Engagement, um Firmen mit der höchsten Abschlusswahrscheinlichkeit zuerst zu bearbeiten.
- **Dynamische Segmentierung:** Aktualisiere Deine Lead-Listen automatisch, sobald sich das Kaufverhalten ändert. So kann sich Dein Team immer auf die besten Verkaufschancen konzentrieren.
- **Smarter Einsatz von Ressourcen:** Entlaste Dein Team. Wenn es weniger Zeit mit kalten Leads verbringen muss, kann es sich auf echte Verkaufschancen konzentrieren

### 3. Bring Schnelligkeit rein – mit einer personalisierten Ansprache

Schließe regelmäßig Deals ab, indem Du Deine Akquise-Maßnahmen personalisierst und interessierte Firmen zum optimalen Zeitpunkt kontaktierst. Diese Punkte können Dir dabei helfen:

- **Spannende Firmeneinblicke:** Dein Sales-Team kann aktuelle Firmendaten zu Wachstumstrends, kürzlichen Finanzierungsrunden oder Neueinstellungen nutzen, um relevantere Gespräche anzustoßen.
- **Individuelles Follow-up:** Passe Dein Nurturing und Messaging gezielt an die Journey und das Verhalten Deiner Prospects an, damit sich jeder Touchpoint lohnt.
- **Ergebnisorientierte Analysen:** Finde heraus, welche Aktionen am schnellsten neue Deals generieren. Mit diesem Wissen kannst Du Deine Strategie optimieren, Deine Pipeline verbessern und die Conversion Rate maximieren.

#### Empfohlener Workflow



#### Noch mehr Performance: Diese Metriken verbessert Dealfront

**Pipeline-Geschwindigkeit:** Behalte im Blick, wie schnell sich qualifizierte Verkaufschancen durch den Funnel bewegen und beschleunige sie mit Echtzeitdaten und smarter Lead-Priorisierung.

**Länge des Verkaufszyklus:** Verkürze die durchschnittliche Abschlusszeit, indem Du Interessenten zum richtigen Zeitpunkt ansprichst und Engpässe im Prozess beseitigst.

**Gewinnrate:** Konzentriere Dich auf Zielfirmen mit hoher Kaufabsicht, um die Conversion Rate zu steigern und den Umsatz pro Verkaufschance zu maximieren.

**Produktivität im Vertrieb:** Sorge dafür, dass sich Dein Team auf die vielversprechendsten Deals konzentrieren kann. Das verbessert die Stimmung und erhöht die Effizienz.

# Fazit

Die heutige B2B-Welt verändert sich von Tag zu Tag. Marketingteams können es sich nicht mehr leisten, ausschließlich mit veralteten und generischen Ansätzen eine Pipeline füllen zu wollen.

Noch dazu gibt es einige Hürden für Vertriebs- und Marketingteams: Sie müssen die richtigen Zielfirmen erreichen, die Qualität der Pipeline erhöhen und Deals schneller abschließen – und dazu benötigen sie eine smartere und datengetriebene Lösung.

## Warum Dealfront?

Dealfront hilft Dir dabei, Deine Traumkunden zu finden – mit präzisen Kaufsignalen in Echtzeit und einer nahtlosen Abstimmung zwischen Marketing und Vertrieb. Dank hochwertiger, DSGVO-konformer Daten und intelligenter Segmentierung füllst Du Deine Pipeline mit kaufbereiten Leads, sparst bis zu 75 % der Prospecting-Zeit und senkst Deine Akquisekosten deutlich.



## 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 interface with a 'Leadfeeder' tab active. It shows a list of companies with details like 'Personalberatung Rochus Mummert' and 'MARMIND'. On the right, there are 'Filters' and 'Insights' sections. The 'Insights' section shows 'TOTAL COMPANIES' as 782 and 'AVERAGE COMPANIES PER DAY' as 25. Below the screenshot, there are three callout boxes: one with '33+ Trigger Events in Echtzeit' and a bell icon, one with '100+ Filteroptionen' and a list of filters (Branche, Standort, Umsatz, Firmen, Jobtitel), and a blue arrow pointing towards the bottom right.