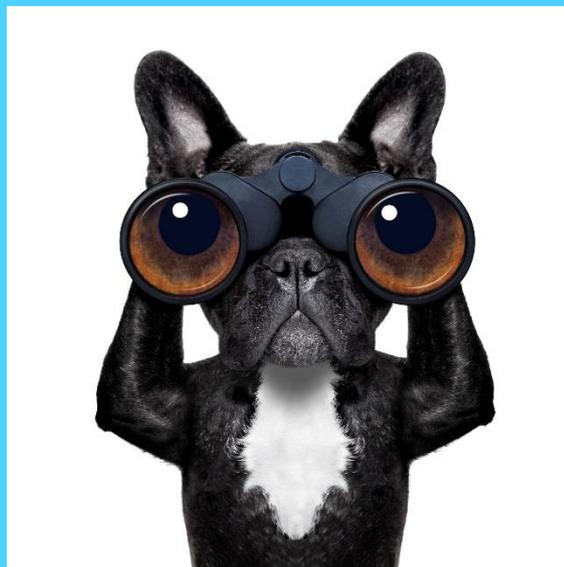


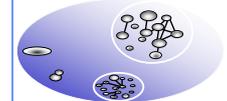
NEUKUNDENGEWINNUNG DIGITAL

3 X SCHLAUER

ALS DIE KONKURRENZ



Forschungsinstitut für
Regional- und
Wissensmanagement gGmbH



Ansprechpartner:
Professor Dr. Peter Vierегge
Geschäftsführer
Forschungsinstitut für Regional-
und Wissensmanagement gGmbH
Arnsbergerstrasse 80
58802 Balve
Tel: 0171-5039886
Mail: peter.vierегge@regio-wissen.de
Web: www.institut-clustermanagement.de

An-Institut der privaten Unternehmehochschule
Business and Information Technology School GmbH

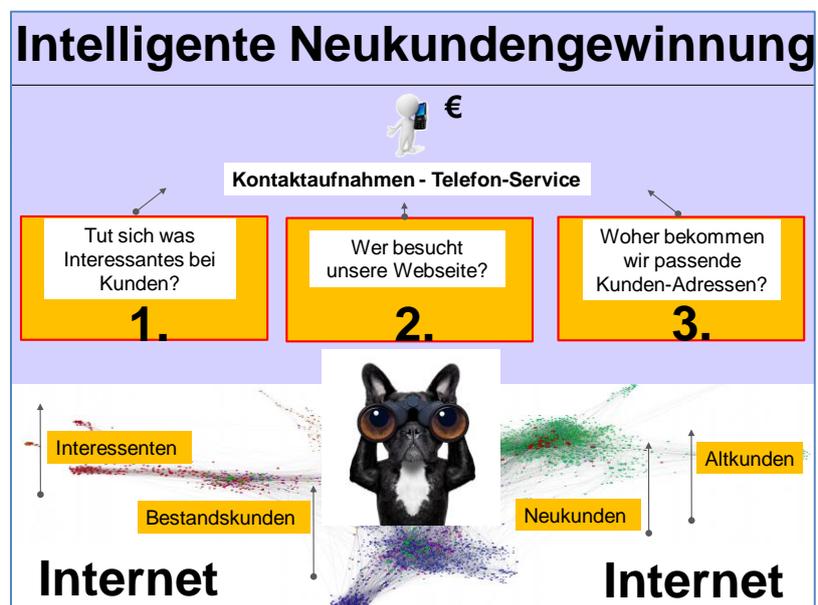
Juni 2015

Intelligente Kundenidentifizierung³

Rund 70% der b2b-Entscheider beim Kunden beginnen ihre Lieferantensuche im Web, bei über 50% geht es darum, Lieferanten zunächst zu identifizieren. Die Webseiten der Lieferanten sind der wichtigste Grund für eine Anfrage bzw. Kontaktaufnahme. Das Internet macht es aber auch möglich, den Spieß umzudrehen. Kundenpotentiale können gezielt in Ihren Aktivitäten beobachtet werden, auch bevor Sie die Webseite Ihres Unternehmens besuchen.

Daraus ergeben sich 3 Ansatzpunkte für die digitale Kundenidentifizierung?

1. **Tut sich was bei Kunden?**: Automatisierte Monitoring-Systeme durchkämmen laufend das Web und liefern Kundenbewegungen in Ihr geschütztes Web-Cockpit.



2. **Wer besucht die Webseite?**: Datenschutzkonform werden konkrete Unternehmen identifiziert, die auf Ihrer Webseite waren und es wird mitgeschnitten, wofür sie sich interessiert haben. Die Anzahl der Besuche kann durch eine Online-Marketing Kampagne verstärkt werden, wenn die Webseite noch nicht gut in Suchmaschinen abschneidet.

3. **Woher kommen passende Kundenadressen**: Ihre Stammdaten, die Webseitenbesucher oder die Daten aus dem Kunden-Monitoring werden durch den Abgleich mit 1,2 Millionen Business-Adressen zu einem Profil verdichtet – daraus lassen sich Neukundenadressen berechnen.

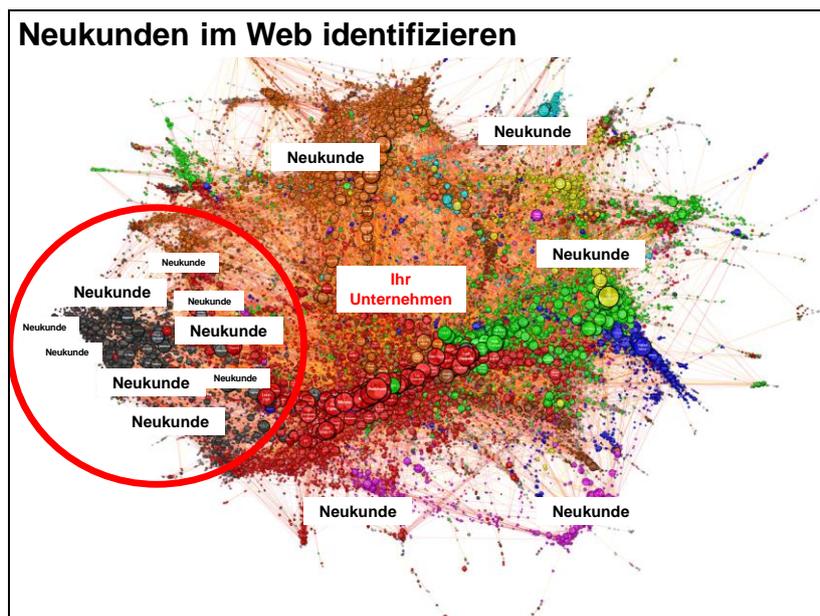
Die Ergebnisse sind direkter **Input für den Vertrieb** oder für unseren **Telefon-Service**, mit dem wir Sie bei der Kontaktaufnahme zum Kunden unterstützen können.

Sie müssen nicht weiterlesen!

- Die wesentlichen Dinge wissen Sie jetzt schon, auf den folgenden Seiten können Sie noch mehr Details erfahren.
- Was kostet das? Die Frage muss jetzt kommen und kann nicht so einfach beantwortet werden. In den meisten Fällen liegt das Risiko bei 200-300 Euro, danach können Sie uns wieder raus schmeißen. Wenn Sie unzufrieden sind, zahlen Sie nichts.
- **Versuch starten:**

Peter Vieregge Tel.: 0171 5039886

Peter.vieregge@regio-wissen.de

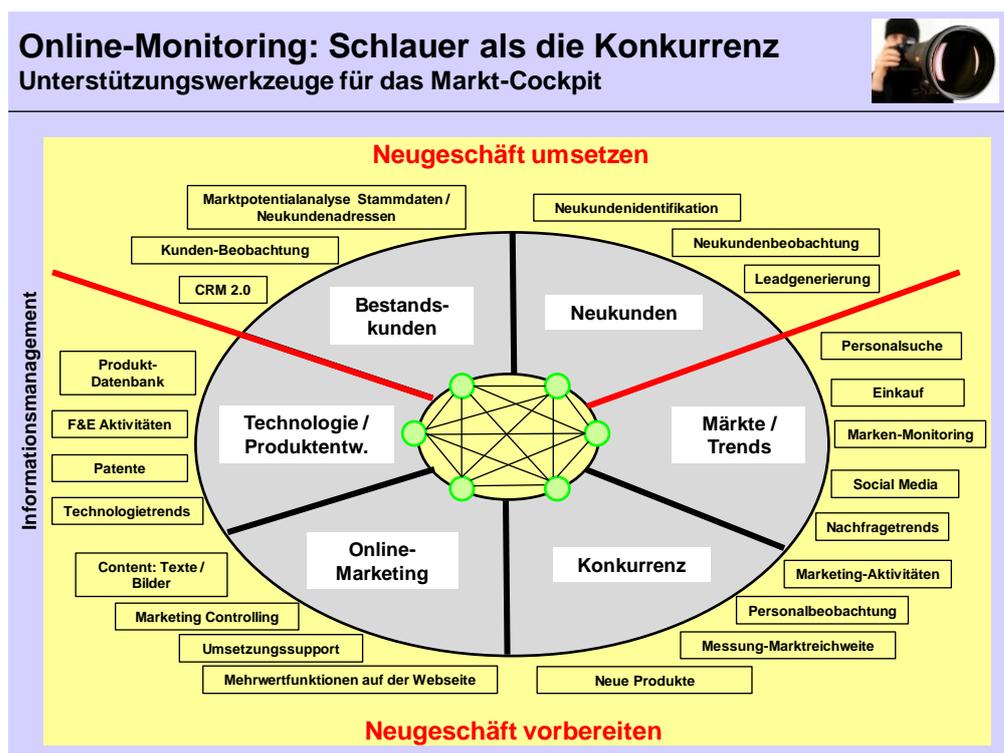


Details 1: Tut sich was bei Kunden?

Auf der Basis dieses Wissens ließen sich Vertriebs- und Richtungsentscheidungen treffen, die mit Sicherheit zu einem Umsatzwachstum führen würden. Im Internet kommen pro Tag 1,5 Milliarden Facebookmeldungen, 140 Millionen Tweets, 5 Millionen Bilder und 60.000 Webseiten hinzu – und diese Zahlen sind nur eine Auswahl.

Neukunden „verraten“ sich durch ihre Aktivitäten, sind aber in einem „Datenberg“ verborgen. Pressemeldungen über Neuaufträge, Jobanzeigen, Social-Media Kommentare, Messeteilnahmen, Veränderungen auf den Webseiten: jeder Hinweis kann Auslöser für eine punktgenaue Kontaktaufnahme bei Potentialkunden sein. Stellen Sie sich vor, Sie wüssten morgen doppelt so viel über Ihre Kunden wie heute. Das Wissen über Neukunden, ihre Aktivitäten und Pläne, das Wissen über Veränderungen bei der Konkurrenz oder in Ihrem Technologiefeld – alles wäre plötzlich da. Dafür ist unser Markt-Beobachtungssystem da und durchkämmt automatisch mit modernen Rasterfahndungsmethoden Millionen von Marktinformationen in Ihrem Marktumfeld.

Das folgende Schaubild gibt einen Überblick über die Lösungsbereiche und Lösungswerkzeuge, die wir einsetzen.



Details 2: Wer besucht die Webseite?

Neue Technologien bieten die Möglichkeit, Unternehmen (nicht Personen) zu identifizieren, die die eigene Webseite besuchen. Diese Technologien sind vom Datenschutz abgenommen und es sind dem Verfasser mehrere Unternehmen bekannt, die solche Werkzeuge erfolgreich einsetzen. Die Herausforderung liegt - wie bei allen neuen Vertriebsinformationen - in der Entwicklung einer Strategie, wie man mit den neuen Informationen umgeht und in der konsequenten Nachverfolgung der Potentialkunden.

Vorteile für den Vertrieb

- Die Auswertung: welche Unternehmen, welche Seiten, wie lange besucht haben und in welcher Reihenfolge.
- Effizientere Akquise ohne Streuverluste, da eine Art aktuelle Interessenbekundung des Potentialkunden vorliegt.
- Viele Besucher der B2B-Webseite sind neue, bislang verlorene Neukunden-Leads, die jetzt aktiviert werden können.
- Messbarkeit Ihrer (Online) Werbeaktivitäten, welche Keywords führen zu Neukunden.
- Keine Installation, einsatzbereit in 24 Stunden. Es wird ein Softwareschnipsel - wie bei Google Analytics - in die Seiten integriert, was in wenigen Minuten durch den eigenen Webdienstleister umsetzbar ist.

Fakten

70% aller b2b Geschäfte beginnen mit einer Recherche im Internet.

97% der Webseiten-Besucher bleiben unerkannt.

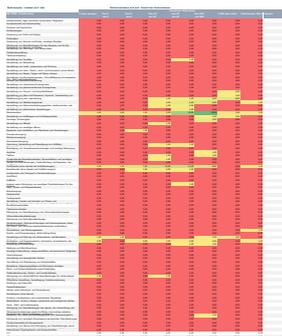


Details 3: Woher kommen passende Kundenadressen?

Die Kundenstruktur eines Unternehmens lässt sich mit Unternehmensprofil-Datenbanken und Daten aus dem Internet kombinieren, um Neukundenpotentiale zu berechnen.

Dazu werden folgende Schritte umgesetzt:

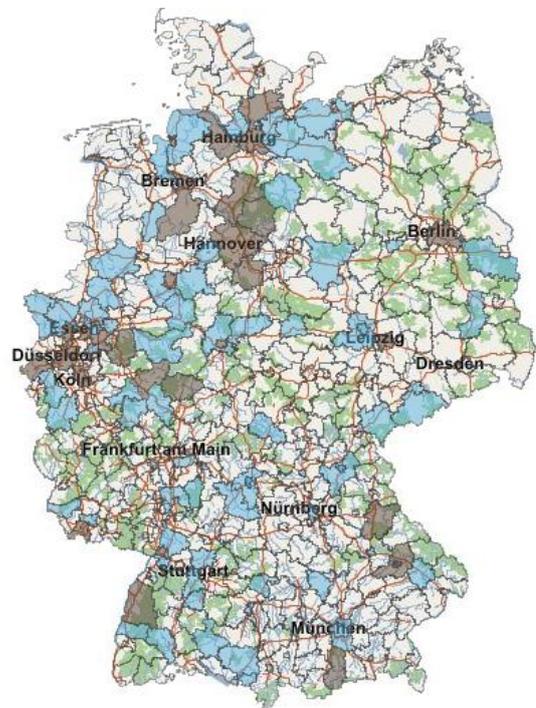
- Lieferung der Kundendaten in Excel (durch Geheimhaltungserklärung geschützt).
- Einlesung der Kundenstruktur in das Analysesystem unter Berücksichtigung von ABC-Kunden.
- Vergleich der Kundenstruktur mit 1,2 Millionen Unternehmensprofilen, um in



rund 1.000 Branchensegmenten Konzentrationen und typische Unternehmenskennzif-

fern wie Anzahl der Mitarbeiter oder geographische Lage zu analysieren.

- Berechnung typischer Kundenunternehmen, die aktuell nicht zu den Kunden gehören.
- Untersuchung der Webseiten und Firmennamen der aktuellen Kunden, um zentrale Schlüsselbegriffe zu analysieren.
- Für die Gesamtheit der Neukundenpotentiale kann ein sich selbst aktualisierendes Kunden-Informationssystem aufgebaut werden, das Millionen von Neukundenwebseiten durch eine individuelle Suchmaschine erfasst.



Die Daten werden im Excelformat geliefert. Wie in den anderen Modulen unterstützen wir durch unseren Telefonservice gerne die Kontaktaufnahme zum Kunden.

Profil Institutsleiter

Professor Dr. Peter Vieregge ist seit 2005 Geschäftsführender Gesellschafter des Forschungsinstituts für Regional- und Wissensmanagement gGmbH. Die gemeinnützige GmbH ist ein An-Institut der privaten BiTS, Business and Information Technology School gGmbH in Iserlohn.

Seit 1999 befasst sich Professor Vieregge mit strategischer Unternehmensentwicklung, digitalen Geschäftsmodellen und regionalen Innovations- und Unternehmensnetzwerken.

Aus diesen Tätigkeiten heraus entwickelten sich die Anforderungen an automatisierte Monitoringsysteme.



Zunächst wurden für Unternehmensnetzwerke ab 2009 spezialisierte Suchmaschinen gebaut, die die Kompetenzen von hunderten Unternehmen im Web abbilden sollten. Um die Suche nach Informationen zu vereinfachen, entstand die Anforderung, Veränderungen in Informationen – z.B. Veränderungen auf Webseiten, News, neue Patente, Bilder, Videos – transparent zu machen. Dies war der Startschuss für die Web-Monitoringsysteme.

Das Institut betreibt heute über 50 Anwendungen für mittelständische Unternehmen, Banken, Kammern und Unternehmensnetzwerke. Es werden rund 2,4 Millionen Ergebnisse pro Jahr ausgeliefert, 500 Millionen Webseiten in gesonderten System Kunden für die Recherche zur Verfügung gestellt. Im Institut stehen 1,2 Millionen detaillierte Unternehmensprofile zu Verfügung, die für Vertriebsanalysen genutzt werden können. Weitere Systeme erlauben die Messung von Online-Marketing Aktivitäten aller verfügbaren Webseiten.

Die ersten vergleichenden Studien zum Online-Marketing in der Industrie mit rund 5.000 Unternehmen wurden durch das Institut für den eBusiness-Lotsen Südwestfalen-Hagen im Rahmen eines Projektes für das Bundeswirtschaftsministerium umgesetzt.

Auswahl Referenzen

Unternehmen

 www.haertere.com	 jungkurth.de	 www.krugmann.com
 www.wocklum.de	 www.traviso.de	 www.hebmueller.com
 www.iqfy.de	 www.beutler-verpackungen.de	 www.huero.de
 www.schulte-wiese.com	 www.peikko.de	 www.gfos.com
 www.erdmann-gmbh.de	 www.paul-wolff.com	 www.handyklinik-iserlohn.de

 <p>PFLITSCH[®] Kompetenz im Kabelmanagement</p> <p>www.pflitsch.de</p>	 <p>SK[®] SYSTEM THE DISPLAY FACTORY</p> <p>www.skssystem.de</p>	 <p>cornelsen Umwelttechnologie GmbH</p> <p>www.cornelsen-umwelt.de</p>
 <p>siegerbrauckmann BÜRO FÜR WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION</p> <p>www.siegerbrauckmann.de</p>	 <p>TURCK duotec.</p> <p>www.turck-duotec.com</p>	 <p>ELSCHUKOM ELEKTROSCHUTZKOMPONENTENBAU GMBH</p> <p>www.elschukom.com</p>
 <p>ESM</p> <p>www.esm-ept.de</p>	 <p>jokey</p> <p>www.jokey.com</p>	 <p>WL BANK</p> <p>www.wlbank.de</p>
 <p>Busch-Jaeger Elektro GmbH</p> <p>www.busch-jaeger.de</p>	 <p>LMW LEICHTMETALL Guss</p> <p>www.lmw-leichtmetall.de</p>	 <p>DURABLE THE STYLE OF SUCCESS</p> <p>www.durable.de</p>
 <p>HIBY SANDGUSS ENTWICKLUNG · BEARBEITUNG · MONTAGE</p> <p>www.hiby.de</p>		 <p>SICATRON[®] elektronik & automation</p> <p>www.sicatron.de</p>

Städte, Einrichtungen und Netzwerke

 <p>Bundesministerium für Wirtschaft und Energie</p> <p>www.bmwi.de</p>	 <p>IHK Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken</p> <p>www.ihk-nuernberg.de</p>	 <p>IHK Niederrheinische Industrie- und Handelskammer Duisburg · Wesel · Kleve zu Duisburg</p> <p>www.ihk-niederrhein.de</p>
 <p>IHK Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld</p> <p>www.ostwestfalen.ihk.de</p>	 <p>OBERBERGISCHE AUFBAU-GESELLSCHAFT MBH</p> <p>www.obk.de</p>	 <p>Attendorn natürlich</p> <p>www.attendorn.de</p>
 <p>KREISSTADT DIETZENBACH</p> <p>www.dietzenbach.de</p>	 <p>Stadt Neuenrade</p> <p>www.neuenrade.de</p>	 <p>In Die RegionRuhr Industrie Dienstleistung</p> <p>www.regionruhr.de</p>
 <p>eBUSINESSLOTSE INFOBÜRO FÜR UNTERNEHMEN SÜDWESTFALEN-HAGEN</p> <p>www.ebusinesslotse-suedwestfalen-hagen.de</p>	 <p>MARKETING CLUB SÜDWESTFALEN</p> <p>www.mc-suedwestfalen.de</p>	 <p>networker NRW Der IT Verband</p> <p>www.networker-nrw.de</p>
 <p>MEMA Metall- und Maschinenbaunetzwerk</p> <p>www.mema-netzwerk.de</p>	 <p>netzwerk- surface.net Kompetenznetzwerk für Oberflächentechnik e.V.</p> <p>www.netzwerk-surface.net</p>	 <p>ESSEN</p> <p>www.ewg.de</p>
<p>Arbeitgeber Südwestfalen e.V.</p> <p>http://www.agsw.de</p>	 <p>KORBACH Goldrichtig</p> <p>www.wirtschaftsfoerderung-korbach.de</p>	 <p>GEBÄUDETECHNIK SÜDWESTFALEN VOM FORTSCHRITT PROFITIEREN</p> <p>www.besseres-bauen.de</p>