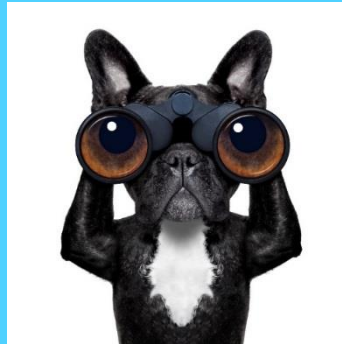


DIGITALE NEUKUNDENGEWINNUNG & STRATEGIE

SCHLAUER ALS DIE KONKURRENZ!



Inhalt

Schlauber als die Konkurrenz: intelligent Kunden identifizieren	1
Einfache Starter-Pakete.....	2
Checkliste: Wissensstand und Umsetzung	5
Profil Institut und Institutsleitung	6
Auswahl Referenzen	8



Forschungsinstitut für Regional- und Wissensmanagement gGmbH
Professor Dr. Peter Vieregge (Geschäftsführer)
Bahnhofstrasse 91 58840 Plettenberg
An-Institut der privaten Unternehmerhochschule
Business and Information Technology School GmbH

Tel: 01715039886

Mail: peter.vieregge@regio-wissen.de

Mai 2017

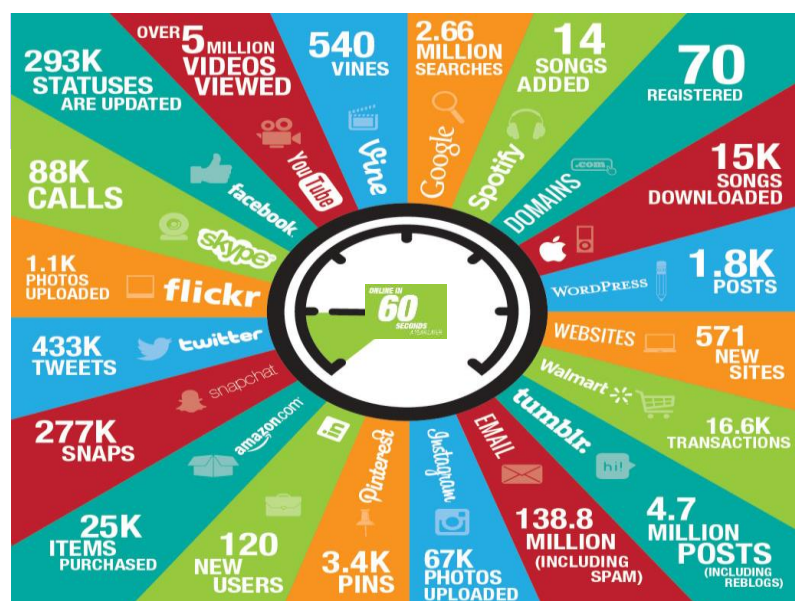
Schlauer als die Konkurrenz: intelligent Kunden identifizieren

Was machen Ihre Kunden eigentlich einen Monat oder ein halbes Jahr, bevor die auf die Idee kommen, nach Ihren Lösungen zu suchen? Stellen Sie sich vor, Sie wüssten ab heute früher und mehr darüber, wie sich Kunden, Märkte, Konkurrenten und Technologien bewegen. Auf der Basis dieses Wissens ließen sich Vertriebs- und Richtungsentscheidungen treffen, die mit Sicherheit zu einem Umsatzwachstum führen würden – oder zu einem ganz neuen Geschäftsmodell. „Schlauer als die Konkurrenz“ mit digitalen Daten umgehen, das ist die Herausforderung unserer Zeit.

Neukunden „verraten“ sich durch ihre Aktivitäten, sind aber in einem „Datenberg“ verborgen. Pressemeldungen über Neuaufräge, Patent- oder Markenmeldungen, Besuche auf Ihrer Webseite, Jobanzeigen, Social-Media Kommentare, Messeteilnahmen, Veränderungen auf den Webseiten: jeder Hinweis kann Auslöser für eine punktgenaue Kontaktaufnahme bei Potentialkunden sein.

Um solche Daten zu filtern sind unsere Markt-Beobachtungssysteme da und durchkämmen automatisch mit modernen Rasterfahndungsmethoden Millionen von Marktinformationen in Ihrem Marktumfeld und werten diese aus.

Die Grafik unten zeigt einen Ausschnitt von dem, was in 60 Sekunden im Internet passiert. Pro Tag gibt es 3,8 Milliarden Google Suchen, 422 Millionen Facebook-Statusmeldungen sowie 822.000 neue Webseiten. Pro Stunde werden 1,5 Millionen Amazon-Einkäufe getätigt und über 8 Milliarden Mails fliegen um den Erdball.



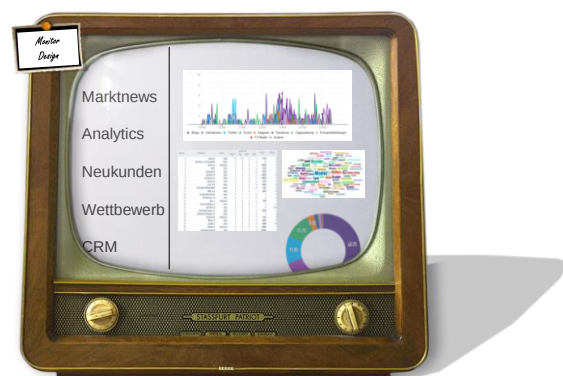
Viele der Datenspuren, die diese Aktivitäten erzeugen, kann man kostenlos für Analysen nutzen. Millionen von Daten stecken auch in Datenbanken bis hin zum Umsatz eines Unternehmens und dem Geburtsdatum des Geschäftsführers. Und noch mehr Zahlen: Rund 70% der b2b-Einkaufsentscheider beim Kunden beginnen ihre Lieferantensuche im Web, bei über 50% geht es darum, Lieferanten zunächst zu identifizieren. Die Webseiten der Lieferanten sind für die Einkäufer der wichtigste Grund für eine Anfrage bzw. Kontaktaufnahme.

In diese Daten stecken jetzt schon Ihre Marktpotentiale von morgen

Technisch ist es heute kein Problem mehr, das Markt-Beobachtungsmaschinen automatisiert Millionen von Marktinformationen in Ihrem Marktumfeld, in Unternehmensdatenbanken oder auf Ihrer Webseite scannen. Die Herausforderung besteht eher darin, die Daten durch die richtige Brille zu analysieren. Verbunden mit der Frage, wo das eigene Unternehmen in 5 Jahren stehen soll, geht es darum, die richtigen Fragen an die gigantischen Datenmengen zu stellen. Für fast alle Bereiche gibt es einfache Daten- und Wissenstechnologien, die auf die einzelnen Herausforderungen eines Unternehmens individuell ausgerichtet und automatisiert werden können. Man kann sich damit relativ einfach ein eigenes Daten-Cockpit, eine eigene Fachzeitschrift aufbauen, um schlauer entscheiden zu können.

Einfache Starter-Pakte

Die Markt-Cockpits sind wie ein Baukasten nach und nach erweiterbar. Sie erhalten ein Online-Monitor auf einer eigenen Webseite, der für Ihr gesamtes Team als „Markt TV“ mit verschiedenen Kanälen zugänglich ist. Besser einfach starten, als gar nicht. In der Tabelle unten werden einige einfache Möglichkeiten beschrieben, wie man ohne viel Aufwand starten kann, Märkte zu beobachten.



Welche Lösung für welchen Nutzen?	Wie geht das und was kostet das?
1. „3-Wort 360° Radar“ ➤ Einfach 3 Markt-Reizworte definieren und nichts mehr verpassen – Ihre persönlicher Kundenkanal.	• Aus allen verfügbaren Internet-Quellen wird gemeldet, wenn Ihre Reizworte vorkommen. • Zusätzliche Querauswertung, wo, wer und wie darüber „spricht“. • Daten sammeln sich automatisch in Ihr passwortgeschütztes Daten-Cockpit. • Sie und / oder Ihre Mitarbeiter werden täglich / wöchentlich per Mail über Neuigkeiten informiert. • Preis ab 45,00 Euro im Monat (zzgl. MwSt), Laufzeit ab 3 Monate. Einrichtung des Systems: 100,00-150,00 Euro (zzgl. MwSt).
2. Marktreichweite der eigenen Webseite messen, Konkurrenzvergleich ➤ Wo stehen wir, wo steht die Konkurrenz in der Google-Hit-Liste?	• Detail-Analysereport Ihr Unternehmen und Konkurrenz. • Report umfasst 10-30 Seiten mit Marktreichweite, platzierte Marketingbegriffe, Auf- und Absteiger, Social-Media und mehr. • Lieferung monatlich und wöchentlich möglich. • Preis einmalige Lieferung Ihr Unternehmen + 2 Konkurrenten: ab 70,00 € • Preis ab 45,00 Euro im Monat (zzgl. MwSt), Laufzeit ab 3 Monate.
3. Firmennamen von Besuchern der Homepage erkennen ➤ Welche konkreten Unternehmen besuchen unsere Webseiten, an welchen Lösungen haben Sie Interesse?	• Ein Potentialkunde aus der richtigen Branche besucht dreimal in 5 Tagen die Beschreibung bestimmter Lösungen auf Ihrer Homepage und verbringt insgesamt 7,5 Minuten damit, sich mit den Informationen auseinanderzusetzen. • Solche Informationen blieben bisher im Verborgenen und können jetzt direkt für die Aufstellung von Vertriebslisten und die Feinjustierung der eigenen Seite genutzt werden. • In Zukunft wird das auch mit Bannern möglich sein, die man auf Plattformen setzt, die Potentialkunden häufig besuchen. • 14-Tage kostenloser Test • Preis ab 120,00 Euro im Monat (zzgl. MwSt)

4. Online-Werbekampagne starten ➤ Wenn die Webseite noch nicht genügend Neukunden erzeugt, helfen Werbekampagnen um die Zugriffe zu erhöhen.	• Für die Vermarktung eines neuen Produktes oder die Steigerung des Bekanntheitsgrades kann man mit Online-Werbeanzeigen den Potentialkunden dann abholen, wenn er gerade im Web nach einer Lösung sucht. • Die Anzeigen lassen es zu, mit verschiedenen Szenarien zu experimentieren. So findet man heraus, worauf Kunden reagieren. • Die Erkenntnisse aus dem Monitoring können hier genutzt werden, um Kunden in der Frühphase der Problemlösung zu erwischen. • Preis für eine Testkampagne: ab 500,00 Euro (zzgl. MwSt)
5. Kundenzwillinge berechnen ➤ Auf Basis der Kunden-Stammdaten ähnliche Potentialkunden identifizieren und bessere Vertriebslisten erzeugen.	• Eine Excel-Datei mit den Kunden-Stammdaten wird verglichen mit rund 2 Mio. Firmenprofilen, um den typischen Kunden zu berechnen. • Die Analyse wird dazu genutzt, um z.B. 150 neue Potentialkunden zu berechnen, die den bisherigen Kunden ähnlich sind. • Auf der Basis einer Vertriebsstory wird Kontakt zu den Potentialkunden aufgenommen und / oder die Unternehmen werden digital beobachtet (siehe oben), um Chancenfenster für die Ansprache zu erkennen. • Oder noch einfacher: Branche und gewünschte Größe und Region von Potentialkunden nennen. Wir berechnen zunächst die Mengengerüste und Sie rufen die Daten nach Bedarf ab.

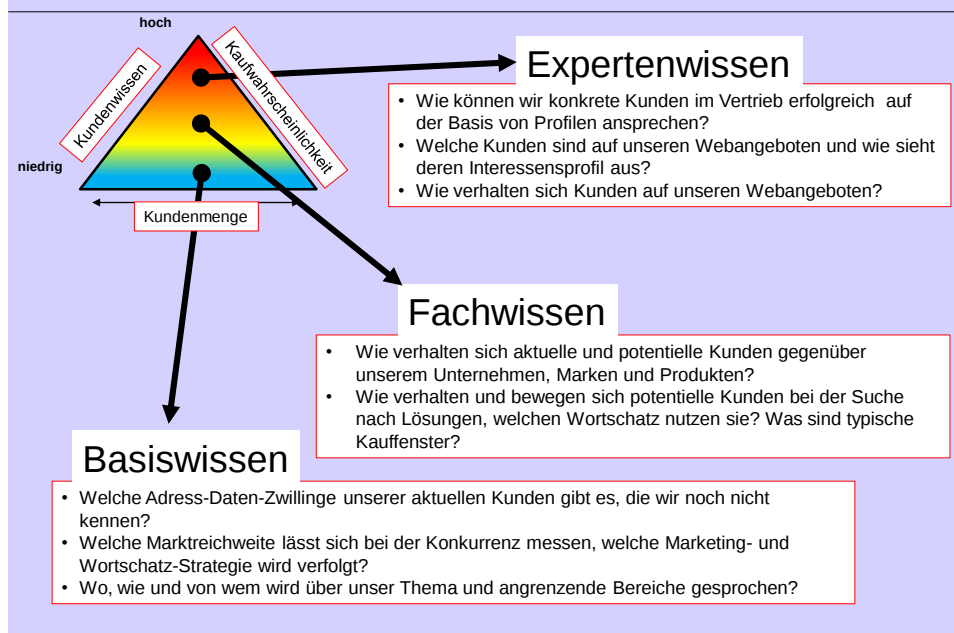
Weitere Möglichkeiten: Unterstützung beim Aufbau der neuen Vertriebsprozesse, Konkurrenzbeobachtung, Technologie- und Trend-Monitoring, Social Media Monitoring, Personalsuche im Web, Patent-Monitoring, Entwicklung digitaler Strategien, Adresseinkauf, Schulungen, Telefonservice, Content-Rohstoffe – Textvorlagen für die eigene Webseite, ...

Checkliste: Wissensstand und Umsetzung

Sind Sie ein Malerbetrieb, oder schaffen Sie schöne Wände für Kunden? Bauen Sie Küchengeräte oder sorgen Sie für leckeres Essen? Sind Sie Hersteller von Bohrmaschinen, oder Experte für Löcher in den Wänden? Stellen Sie Gebäudetechnik her, oder helfen Sie bei intelligenter Stromeinsparung und Komfortwohnen. Stellen Sie Schrauben her, oder helfen Sie, sichere Verbindungen zu schaffen?

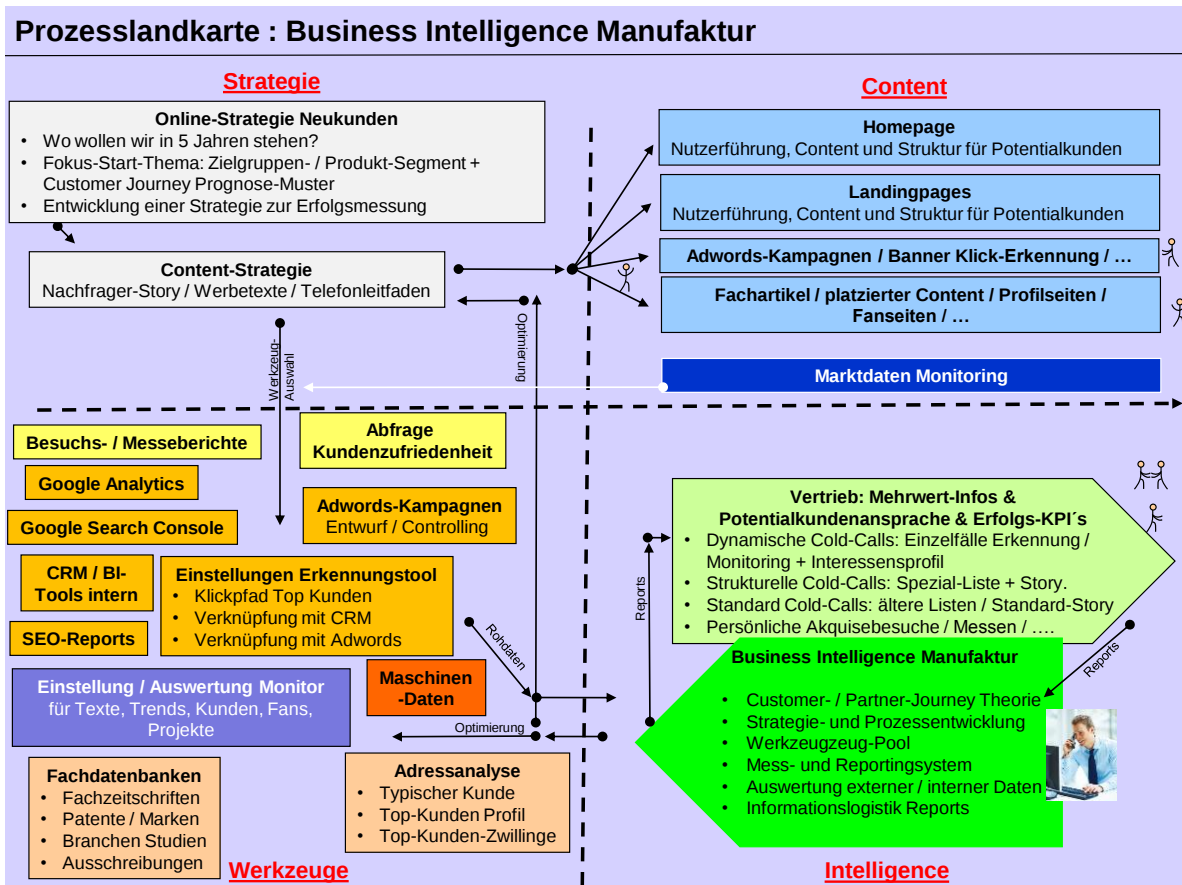
Wie Sie auf solche Fragen zu Ihrem Geschäft antworten, entscheidet darüber, wie Sie das Neugeschäft angehen sollten und welche Komponenten davon digital sind.

Digitale Strategien & Geschäftsmodelle



Das Schaubild oben zeigt verschiedene Stufen der Entwicklung, die aufeinander aufbauen.

Das Wissen über die Reise des Kunden zu Ihrer Lösung – der sogenannte Customer Journey – ist für Vertrieb, Marketing und Produktentwicklung eine wichtige Grundlage, das Wissen allein bringt das Unternehmen aber nicht voran. Es reicht aus, wenn sich ein Mitarbeiter eine halbe Stunde in der Woche mit den Daten auseinandersetzt. Nach und nach kann man Prozesse entwickeln, die die Unternehmensstrategie, die Inhalte auf der Webseite bzw. die Inhalte der Marktrecherche (Content), die Messwerkzeuge und die Umsetzung (Business Intelligence Manufaktur) in einen Zusammenhang bringt. Das folgende Schaubild zeigt die Übersicht zu so einer Prozesslandkarte.



Profil Institut und Institutsleitung

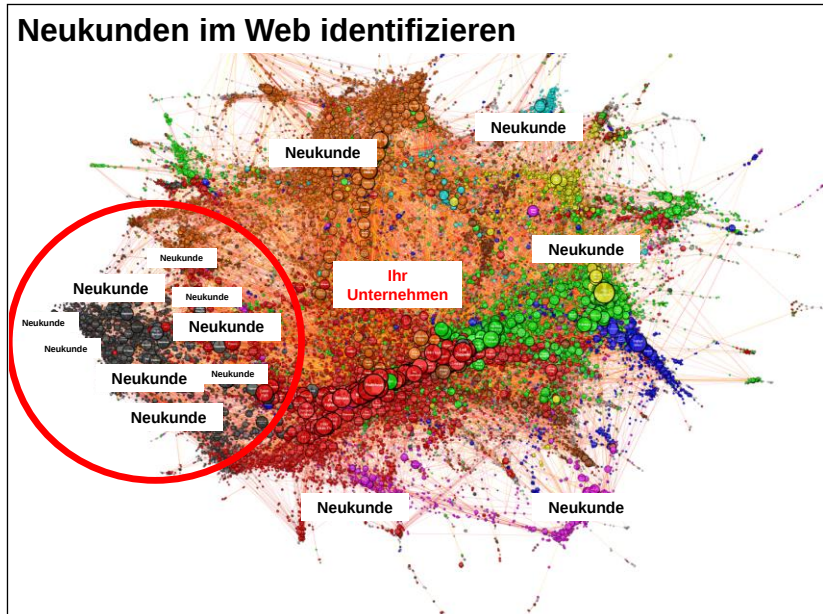
Professor Dr. Peter Vieregge ist seit 2005 Geschäftsführender Gesellschafter des Forschungsinstituts für Regional- und Wissensmanagement gGmbH. Die gemeinnützige GmbH ist ein An-Institut der privaten BiTS, Business and Information Technology School gGmbH, in Iserlohn.

Seit 1999 befasst sich Professor Vieregge im Rahmen seiner Selbstständigkeit mit strategischer Unternehmensentwicklung, digitalen Geschäftsmodellen und regionalen Innovations- und Unternehmensnetzwerken. Aus diesen Tätigkeiten heraus entwickelten sich die Anforderungen an automatisierte, digitale 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. Rund 2.000 Unternehmen haben an Veranstaltungen und Seminaren des Instituts teilgenommen.



Es werden rund 1,4 Millionen Ergebnisse pro Jahr ausgeliefert, 500 Millionen Webseiten in gesonderten System Kunden für die Recherche zur Verfügung gestellt. Im Institut stehen 2,5 Millionen detaillierte Unternehmensprofile zu Verfügung, die für Neukunden- und Vertriebsanalysen genutzt werden. Weitere Systeme erlauben die Messung von Online-Marketing Aktivitäten aller verfügbaren Webseiten. Viele Fachinformationen sind nicht direkt im Internet findbar, da die Verlage diese schützen. Im Bereich der datenbank-basierten Wirtschaftsinformationen verfügen wir über 1.300 Datenbanken, 800 Fachzeitschriften mit 15 Mio. Artikeln, 340 Tages- und Wochenzeitungen, über 200 Mio. Firmeninformationen und über 6 Mio. Marktdaten, die z.B. Ausschreibungen, Produktinformationen, Statistiken oder Marktstudien umfassen. Ergänzt wird dies durch 3 Millionen Personeninformationen, wie Biographien und Handelsregistereinträge und über 300.000 Gerichtsurteile.

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.kostal-solar-electric.com	 hans-prinzhorn-klinik.de	 www.busch-jaeger.de
 www.haerterei.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
 www.pflitsch.de	 www.skssystem.de	 www.cornelsen-umwelt.de
 www.siegerbrauckmann.de	 www.turck-duotec.com	 www.elschukom.com
 www.esm-ept.de	 www.jokey.com	 www.wlbank.de
 www.plastiform.de	 www.lmw-leichtmetall.de	 www.durable.de
 www.hiby.de	 www.deilmann-bc.de/	 www.sicatron.de
 www.luco-agencies.com	 www.henneke.com	 www.sky-music.de

Städte, Einrichtungen und Netzwerke

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

 www.wisnet.de	 www.winterberg.de	 TRANSFERZENTRUM ELBE-WESER www.tzew.de
--	--	--