

# Digitaler Vertriebsassistent

## FAQs

# FAQs – Frequently Asked Questions

- **Warum den Digitalen Vertriebsassistenten nutzen?**

Gleichgültig über welche Kontakte Sie Ihren Umsatz und Gewinn im B2B-Geschäftsbereich bisher generiert haben, wird das Internet immer mehr zum Aushängeschild für Ihr Unternehmen. Mit Ihrer Website präsentieren Sie Ihr Unternehmen sowie Ihre Produkte und Dienstleistungen. Tatsächlich ist es so, dass 7 von 10 B2B-Deals mit einer Recherche im Internet beginnen.

**Wäre es nun nicht schön, Sie könnten über Ihre Website ganz einfach Umsatz generieren?  
Sie könnten genau die Kunden, die sich im Internet über Sie informiert haben, erkennen?**

Stellen Sie sich vor, Sie erhalten – täglich oder wöchentlich, automatisiert und nach Ihren Vorgaben selektiert – die dazu nötigen Informationen und können so genau diese Interessenten gezielt ansprechen, um Ihre Produkte und Dienstleistungen anzubieten.

Ein Wunschtraum?

Nein – genau dies kann für Sie schon heute mit dem Digitalen Vertriebsassistenten zur Realität werden. Nutzen Sie unser einzigartiges Vertriebstool und versorgen Sie Marketing & Vertrieb mit gefilterten heißen Vertriebskontakten!

Der Digitale Vertriebsassistent – **Ihr bester Mitarbeiter in der Neukundengewinnung!**

# FAQs – Frequently Asked Questions

- **Modul 1: Neukundengewinnung**

Gleichgültig über welche Kontakte Sie Ihren Umsatz und Gewinn im B2B-Geschäftsbereich bisher generiert haben, wird das Internet immer mehr zum Aushängeschild für Ihr Unternehmen. Mit Ihrer Website präsentieren Sie Ihr Unternehmen sowie Ihre Produkte und Dienstleistungen. Tatsächlich ist es so, dass 7 von 10 B2B-Deals mit einer Recherche im Internet beginnen.

Nutzen Sie dieses Potential um mit dem Digitalen Vertriebsassistenten die Interessenten auf Ihrer Website zu erkennen und diese zielgerichtet ansprechen zu können.

- **Modul 2: Bestandskundenpflege**

Nutzen Sie das Wissen, um die Besuche Ihrer Bestandskunden um diese im richtigen Moment zu erkennen und zu kontaktieren.

Ermitteln Sie anhand der besuchten Seiten auf Ihrer Homepage die Cross- und Upselling Potentiale.

# FAQs – Frequently Asked Questions

## ● Modul 3: Kampagnenmanagement

Nutzen Sie die umfangreichen Möglichkeiten des Kampagnenmanagements, um Ihre Online-Kampagnen messbar zu machen.

- verfolgen Sie wer über Ihre Newsletter auf die Homepage gelangt und wie sich die Besucher danach informieren
- tracken Sie zuverlässig Ihre SEM-Kampagnen, um diese bei Bedarf zu optimieren
- messen Sie wie viele Besuche Sie über Ihre Bannerkampagnen erhalten und wie relevant diese sind

## ● Modul 4: Homepage-Optimierung

Der Digitale Vertriebsassistent zeigt Ihnen auf einzigartige Weise wie sich die Besucher auf Ihre Homepage bewegen.

Nutzen Sie zur Analyse folgende Tools, um Ihre Homepage den nutzerspezifischen Bedürfnissen anzupassen:

- Overlayanalyse
- Heatmapanalyse
- Klickpfadanalyse
- Herkunftsanalyse
- Analyse der internen und externen Suchphrasen

# FAQs – Frequently Asked Questions

- **Wie funktioniert die Lösung?**

Durch den Besuch der Website werden folgende Information übergeben: IP-Adresse, Einwahlknoten und Geodaten. Diese werden in verschiedenen Datenbanken abgefragt und die dabei generierten Informationen werden von unserer Technologie entsprechend verknüpft. Dadurch generieren wir Firmennamen, PLZ und Ort. Mit Verlinkungen zu Xing, LinkedIn und Google werden Sie dann direkt zu den entsprechenden Entscheiderinformationen weitergeleitet.

- **Was unterscheidet den „Digitaler Vertriebsassistent“ von anderen Webtrackingsystemen?**

Mit dem Digitalen Vertriebsassistenten sehen Sie den Namen des Unternehmens und den Klickpfad und können so zielgerecht Ihren potenziellen Neukunden ansprechen. Bei anderen Webtrackingtools sehen Sie lediglich Kennziffern Ihrer Webperformance. **Wir verfolgen mit dem Digitalen Vertriebsassistenten weit aus umfangreichere Ziele, denn unser Tool ist darauf ausgelegt, Ihnen neue Vertriebskontakte zu liefern.** Einige andere Tools liefern zwar ebenfalls eine Liste mit Firmen, allerdings ist diese nicht einfach einzusehen und liefert auch meist nur Provider großer Firmen. Ein mittelständisches Unternehmen wird von anderen Tools nur mit dem Namen des Providers (Telekom etc.) angezeigt, nicht mit dem tatsächlichen Firmennamen. Eine gezielte Steuerung und Selektion nach Besucherverhalten und Reports ist dort nicht möglich. Mit unserem Tool können Sie alle Firmendetails genau herausfiltern und Einstellungen, nach Ihren individuellen Bedürfnissen, vornehmen. Dies ist wiederum ein Vorteil für Ihren Vertrieb, da der zuständige Vertriebsmitarbeiter automatisiert und selektiert per E-Mail- über die aktuellen Besucher informiert werden kann.

# FAQs – Frequently Asked Questions

- **Was passiert mit den erhobenen Daten?**

**Bei unserer Lösung werden alle erhobenen Daten, nach deutschem Recht, datenkonform und vom TÜV geprüft in Deutschland abgespeichert.**

Die von anderen Tools getrackten Daten werden im Ausland gespeichert. Dies ist für niemanden einsehbar, also ist nicht bekannt, wo genau und wie mit diesen Daten verfahren wird.

- **Was bringt es mir zu wissen, welches Unternehmen auf meiner Website war?**

Aufgrund des Klickpfades der einzelnen Firmen ist sofort ersichtlich welches Produkt sich im Mittelpunkt des Interesses befindet. Dies reicht in vielen Fällen aus, um z.B. die Abteilung zu identifizieren, welche für den Besuch verantwortlich war. Eine Kontaktaufnahme zu der entsprechenden Abteilung ist nun der nächste Schritt. Dies ist der USP (Unique Selling Proposition = das herausragende Leistungsmerkmal / Alleinstellungsmerkmal) des Produktes.

Sie wissen mit dem Digitalen Vertriebsassistenten: wer, wann, wie lange, auf Ihrer Seite war und was er sich angeschaut hat.

So etwas liefert kein anders Produkt!

# FAQs – Frequently Asked Questions

- **Was mache ich mit der Information welche Firma auf meiner Seite war?**

Dies ist zunächst als Hinweis auf einen potentiellen Interessenten zu betrachten. Je nach Art und Umfang des Besuchs kann man die Informationen an verschiedene Abteilungen weiterleiten, z.B. an das Marketing zum weiteren Leadaufbau oder direkt an den Vertrieb zur Akquise, auf Wunsch sogar mit direkter CRM-Integration und Einbindung in die Unternehmensprozesse.

- **Darf ich bei den identifizierten Firmen einfach anrufen?**

Das Telemediengesetz (TMG) besagt, dass im B2B Umfeld eine Direktansprache per Telefon (Kaltakquise) nur erfolgen darf, wenn Sie davon ausgehen können, dass ein „berechtigtes Interesse“ des Gegenüber an Ihren Leistungen vorliegt. Da der Digitale Vertriebsassistent Ihnen mitteilt, dass die entsprechende Firma auf Ihrer Website war und sich entsprechend lange auf Ihren Produktseiten bewegt hat, kann man von einem berechtigten Interesse ausgehen.

# FAQs – Frequently Asked Questions

- **Wie gestalte ich die Ansprache?**

Um einen „Big Brother“-Effekt zu vermeiden, empfehlen wir, den Websitebesuch nicht zum Gegenstand der Ansprache zu machen. Wir empfehlen Ihnen einen ganz normalen Akquiseanruf zu tätigen und sich als Anbieter einer Lösung bzw. eines Produkts vorzustellen, für welche sich das Unternehmen im Vorfeld interessiert hat. Nach den Erfahrungen unserer Kunden wird im Großteil der Fälle der Websitebesuch nicht thematisiert. Sollte der Interessent sich an den Websitebesuch erinnern, wird dieser in einem Großteil der Fälle als ein Zufall wahrgenommen und kann somit wie ein „Eisbrecher“ wirken („Das ist lustig, welch ein Zufall!“).

- **Ist die Lösung legal?**

Ja, wir arbeiten seit 2007 mit dem TÜV zusammen, um für unsere Kunden für datenschutzrechtliche Konformität zu sorgen. Unsere Lösung ist zu 100% vom TÜV zertifiziert. Der Datenschutz greift für personenbezogene Daten. Wir generieren firmenbezogenen Daten, die wir mit Entscheiderdaten anreichern. Somit können wir die Firmenbesucher identifizieren, nicht jedoch die besuchende Person dahinter. Die Vertriebsassistent-Lösung ermöglicht ein Angebot in voller **Übereinstimmung mit deutschem Recht** und der Richtlinie 2002/58/EG des europäischen Parlaments und des Rates vom 12.07.2002 über die Verarbeitung personenbezogener Daten und den Schutz der Privatsphäre in der elektronischen Kommunikation. Kunden können sich außerdem jederzeit vom Tracking ausschließen lassen.



# FAQs – Frequently Asked Questions

- **Wie viel % der Websitebesucher kann die Lösung identifizieren?**

Zu diesem Punkt ist keine klare Aussage möglich, da diese Zahl von einem Großteil von Faktoren abhängt. Unsere Lösung kann nur Firmenbesucher identifizieren, keine Privatpersonen (das wäre datenschutzrechtlich nicht erlaubt). Somit kommt es darauf an, wie sich die Besucherstruktur Ihrer Website zusammensetzt.

- **Was kostet die Software?**

Die Angebotsplanung ist für jedes Unternehmen individuell, da unternehmensbezogene Faktoren wie Unternehmensgröße und Websiteaufrufe für die Angebotserstellung wichtig sind. Wir bieten Ihnen einen 4-wöchigen kostenlosen Test an, in dem die genauen Zahlen erhoben werden.

- **Können ausländische Unternehmen auch getrackt werden?**

Ja, die Software ist weltweit einsetzbar.

- **In welchen Sprachen ist die Software erhältlich?**

Deutsch, Englisch und Französisch.

# FAQs – Frequently Asked Questions

- **Wie funktioniert der Test?**

Nach dem Absenden des Formulars erhalten Sie einen Tracking-Code und Ihre persönlichen Login-Daten per E-Mail. Der Test startet, sobald der Tracking-Code auf Ihrer Webseite implementiert ist. Während der gesamten Testphase entsteht kein zusätzlicher Aufwand für Sie – alles läuft automatisch.

- **Wie implementieren Sie den Tracking-Code auf Ihrer Website?**

## **Einbau des Tracking Codes in CMS-Systeme**

1. Der Tracking-Code sollte in das Master-Template eingebaut werden
2. Kopieren Sie den kompletten Text aus der Datei zaehlpixel.txt und fügen Sie diesen direkt über dem schließenden Body-Tag ein
3. Nach dem Speichern startet das Tracking

Mit der DiVa-Extension für Typo3, können Sie den Code noch einfacher in alle Unterseiten einbinden: [Typo3](#)

# FAQs – Frequently Asked Questions

## Einbau des Tracking Codes in HTML-Seiten

1. Öffnen Sie die HTML-Seiten mit dem Text-Editor
2. Kopieren Sie den kompletten Text aus der Datei zaehlpixel.txt und fügen Sie diesen direkt über dem schließenden Body-Tag ein
3. Wiederholen Sie diesen Vorgang für alle einzelnen HTML-Seiten

## Datenschutzhinweis

Für ein datenschutzkonformes Tracking fügen Sie bitte zusätzlich den Text und den Link aus der Datei „datenschutz.txt“ in Ihr Impressum, oder in den Bereich Datenschutz auf Ihrer Website ein.

## Hilfestellung beim Einbau

Gerne leistet Ihnen unser IT-Support Unterstützung bei der Integration des Pixels. Rufen Sie hierzu einfach unter +49 (0) 711 585 331 16 an.

# FAQs – Frequently Asked Questions

- **Was passiert nach dem Test?**

Der Testaccount wird automatisch deaktiviert und geht nicht in einen Vertrag über.

Nach der Testphase präsentieren wir Ihnen Ihre individuellen Ergebnisse – direkt vor Ort oder per Webinar.

- **Weitere Fragen?**

Wir beraten Sie gerne persönlich und betreuen Sie bei all Ihren Fragen. Gemeinsam mit Ihnen erarbeiten wir Vertriebs- und Marketingziele und passen die Software Ihren individuellen Anforderungen an.

Unser Experten-Team steht Ihnen auch bei der Lösung technischer Fragestellungen zur Seite. Wir unterstützen Sie jederzeit gerne bei der Implementierung und dem Einsatz unserer Software-Lösungen.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf!

Servicezeiten: Montag - Freitag 09.00 Uhr - 17.00 Uhr

DiVa-Support: 0781 846970

Mail: [Vertriebsassistent@burda.com](mailto:Vertriebsassistent@burda.com)