

# Lead Generation Eine neue Ära

Nachhaltiges  
Marketing  
in einer Zeit  
des Wandels



**Wo Komplexität zunimmt,  
ist eine Spezialisierung  
unausweichlich.**

# Nachhaltiges Marketing in einer Zeit des Wandels!

**2020 ist ein Jahr der Herausforderungen. Auch für das Marketing. Trotz knapper Budgets muss der Umsatz steigen. Das ist aber alles andere als einfach.**

**Die langjährige Kooperation zwischen Bisnode und Interactive Performance Deutschland ermöglicht es Unternehmen, diese Hürde leichter zu nehmen.**

Wenn man sich mit Marketing-Managern unterhält, erfährt man sehr schnell, wie groß der aktuelle Druck ist, der auf den Schultern der Marketeers lastet. Die Herausforderungen sind enorm. In vielen Branchen ist der Absatz stark zurückgegangen und es gilt, das Jahr und manchmal sogar das Unternehmen zu retten. Dieser Druck wird zudem noch von häufig gekürzten Marketingbudgets verstärkt.

Das Motto lautet:




**Mit weniger soll  
mehr umgesetzt  
werden.**

Keine leichte Aufgabe.

## Die Frage ist: Wie und wo erreicht man potenzielle Kunden am besten?

Obwohl es regional zu Aufhebungen des Lockdowns kommt, kämpft der stationäre Handel weiter mit den Konsequenzen der Pandemie und mit ausbleibendem Traffic. Das hat viele Gründe. Zum einen die Beschränkungen, die den täglichen Kundenzufluss drastisch schmälern. Zum anderen vielleicht auch die Kurzarbeit, die bei vielen Bürgern eine Welle der Sparsamkeit erzwingt. Aus diesem Grund fokussieren sich immer mehr Unternehmen auf Online-Aktivitäten, denn das Online-Geschäft boomt und dort sind zahlungswillige Kunden eher zu finden. Eine große Chance also.

Doch die potenziellen Kunden muss man erst einmal erreichen. Dafür kann es verschiedene Strategien geben. Zum Beispiel Content-Marketing-Aktivitäten. Die brauchen aber oft viel Zeit, bis sie wirken und müssen auch kontinuierlich weiterverfolgt werden. Aber nicht jedes Unternehmen kann einen spannenden Blog betreiben.



**Oftmals sind  
rund 80 Prozent  
des Internet-Traffics  
nur unzureichend nutzbar.**

## Klassisches Online-Advertising lässt sich hier leichter in den Alltag einbauen.

Die letzten Jahre haben allerdings gezeigt, dass die Walled Gardens von Google, Apple, Facebook und Co. ihre ganz eigenen Tücken haben. Die Anzeigen zu schalten, ist leicht, allerdings ist es deutlich schwieriger, dass sie „richtig“ geschaltet werden. Gerade bei knappen Budgets kann man sich nur bedingt Fehler leisten.

### Gründe für eine suboptimale Aussteuerung:

**23,3%**

der User haben einen AD-Blocker installiert, Tendenz steigend

**60%**

der Online-Werbeanzeigen laufen im Nicht-sichtbaren Bereich

**20-30%**

des Internet-Traffics ist Non-Human, also Spybots, Robots oder andere Hacking-Tools

Durchschnittlich sind also nur ungefähr 20% des Internet-Traffics sinnvoll nutzbar. Mit diesem engen Fokus lässt sich keine sinnvolle Aussteuerung umsetzen, zahlen müssen Kunden aber trotzdem 100%. Das ist in keinem Sinne ein gutes Investment.

Schafft man keine erfolgreiche Conversion, zum Beispiel weil der User nicht kauft oder sich registriert, verliert man ihn wieder und muss auf ein Neues bezahlen und hoffen, dass es beim nächsten Mal klappt. Ein kostspieliger Teufelskreis.

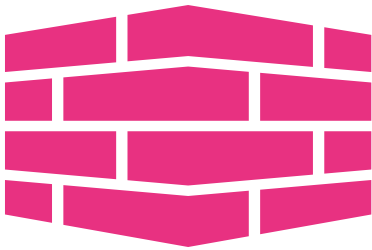


## BGH Urteil bedeutet zusätzliche Hürden

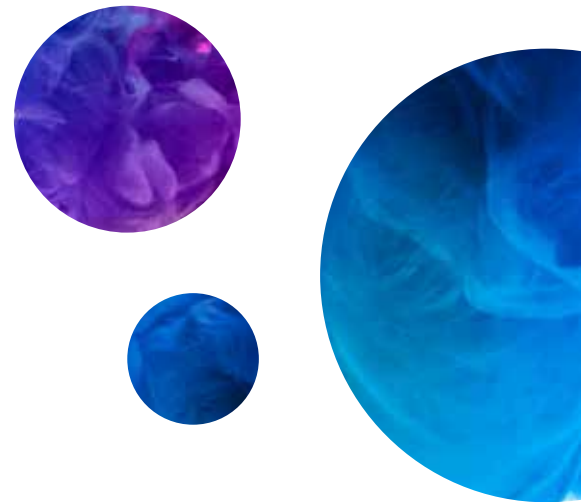
Noch schwieriger wird es mit den letzten, rechtlichen Veränderungen durch das Urteil des Bundesgerichtshofes. Vorbei sind die Zeiten, in denen ein einfacher Hinweis auf ein Cookie ausgereicht hat, um Websitebesucher zu tracken und mit Werbung zu bespielen. Hier werden ein explizites Opt-in für alle Werbekanäle und somit Consent Layer und Check-Boxen zur Pflicht.

Aufgrund dieser misslichen Lage gilt es eine neue Lösung für das Online-Advertising und die Leadgenerierung zu finden.

**In weite Ferne schauen  
muss man dafür nicht,  
denn die Lösung existiert und  
wird bereits erfolgreich  
in der Praxis getestet.**



## Bauen Sie Ihre unternehmenseigenen proprietären Datenpools mit User Consent auf.



## Leadgenerierung mit Qualitätsergebnissen

Die Lösung ist der umgehende und umfangreiche Aufbau unternehmens-eigener proprietärer Datenpools mit User Consent und spezifischen User-Abfragen (qualifizierte Leadgenerierung). Ermöglicht wird dies durch die von Bisnode und Interactive Performance entwickelten Full Service Kampagnen.

Die über diese Kampagnen gewonnenen Datensätze werden durch den Abgleich über die Bisnode Haushaltsdatenbank nicht nur in Echtzeit verifiziert und bei Bedarf korrigiert, sondern auch um weitere externe Informationen (auf Basis einer Mikrozelle) angereichert. Die bestehenden Herausforderungen werden dadurch weitgehend eliminiert, und der Werbetreibende erhält einen echten und messbaren Gegenwert.

Es ist dadurch u.a. möglich, Werbeleistung im GAFA-Universum einzukau-  
fen und direkt für eigene Zwecke und eine gezielte Folgeverwertung bspw.  
über eigene CRM-Systeme und nachgelagertes E-Mail-Marketing nutzbar  
zu machen. Ein und derselbe Werbekontakt muss nicht immer wieder neu,  
im Zweifel teuer, in den Walled Gardens oder an anderer Stelle eingekauft  
werden.

## Wie setzt man das konkret um?

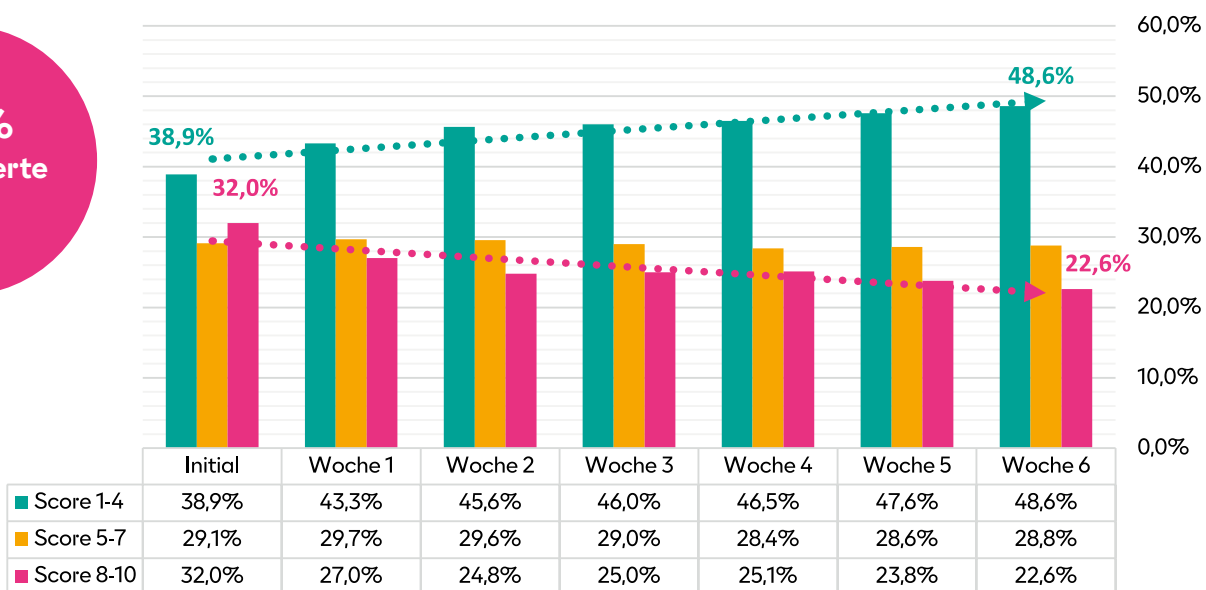
Am Markt sind die Möglichkeiten, die aus der vertrauensvollen und langjährigen Zusammenarbeit zwischen Bisnode Deutschland GmbH und Interactive Performance Deutschland GmbH entstehen, einzigartig. So kann der Werbetreibende beispielsweise seine bestehenden Kunden an Bisnode liefern und eine sog. Scorekarte erstellen lassen. Hierbei wird mit Hilfe von mehr als 100 mikrogeografischen Variablen und dem Einsatz mathematisch-statistischer Verfahren ein valides Zielgruppenprofil modelliert, welches über die Bisnode-Konsumentendatenbank auf nahezu die gesamte deutsche Bevölkerung (über 18 Jahre) übertragen werden kann. Durch Realtime-Übergabe verschiedener Scorewerte über die Bisnode Consumer Intelligence Schnittstelle ist Interactive Performance in der Lage, im gesamten Internet ausschließlich die richtigen User anzusprechen. Auf diese Weise basiert eine Kampagne, neben der Auswertung des Userverhaltens, auf deutlich mehr Informationen, als üblich und performt so präziser und nachhaltiger.

### Best Practise: Data Driven Leadgenerierung - mehr relevante Kunden

Produktproben, Produkttester, Coupon's, Promotion's, Umfragen und Gewinnspiele zur Generierung von Leads mit hohem Interesse durch Anwendung einer Affinitäts-Scorekarte

Die Realtime-Qualifizierung aller Leads mittels einer Kunden-Scorekarte ermöglichte eine unmittelbare Optimierung der Werbeumfelder. Wöchentlich wurden 25k-30k Leads generiert mit zunehmend steigendem Anteil an Usern in Topscore-Segmenten (Score 1-4).

+25%  
interessierte  
User



#### Erläuterung:

Affinitäts-Scorekarte mit 10 Scoreklassen (1 = höchste Affinität; 10 = niedrigste Affinität)

Initial = Kampagnenzeitraum ohne Optimierung auf Affinität

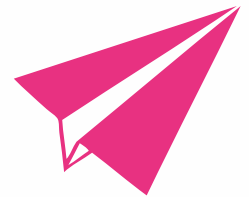
Woche 1-6 = Kampagnenzeitraum mit Optimierung

Anzahl Leads: 25-30K je Woche



# Und das hat sich in der Praxis schon länger bewährt:

## Kundenbeispiel: Ein großer Konsumgüterhersteller



Der Kunde möchte mehr seiner schnellrotierenden Verbrauchsprodukten im LEH verkaufen und eine große Anzahl neuer Kunden für sich aktivieren. Die Kommunikationsziele werden über verschiedene Kanäle ausgespielt und die Erwartungshaltung ist, dass u.a. seine Newsletter-Empfänger E-Mails nicht nur zugestellt bekommen, sondern auch gezielt lesen und auf die Inhalte reagieren und Produkte testen und kaufen.

Dies ist im Kundenbestand noch ganz unterschiedlich ausgeprägt und bietet somit gleichzeitig einen guten Ansatz zur Optimierung. Mit Hilfe der Bisnode-Daten wurde ein Profil der Abonnenten erstellt, die ein hohes Interesse an den Informationen und Produkten des Kunden aufweisen.

Bisnode und Interactive Performance haben die Scorewerte dieses Profils im Rahmen der digitalen Bewerbung von Online-Promotions angewendet und so bereits in diesem Schritt sichergestellt, dass mehr relevante Zielgruppen-User angesprochen werden.

**Ergebnis ist  
eine tiefgreifende Optimierung  
der einzelnen Medien  
und eine dadurch vorqualifizierte  
Gewinnung neuer interessierter Kontakte.**



## Nachhaltigkeit gewollt und garantiert

Durch den Aufbau der proprietären Reichweite bzw. Werbeeinwilligungen können die generierten Daten/Leads langfristig für die eigenen Werbeaktivitäten genutzt werden. Durch die zielgruppenspezifische Generierung wird darüber hinaus der Streuverlust deutlich reduziert. Eine einzigartige Lösung.

Die Umsetzung geschieht schnell und in einer nie dagewesenen Qualität. Das ist gerade bei knappen Marketingbudgets und dem enormen Druck sehr hilfreich. Wichtig ist hierbei aber auch, dass die Leads Sinn machen. Deswegen ist der Qualitätsaspekt in Kombination mit der enormen Geschwindigkeit besonders hervorzuheben. Sofern ein Datenaustausch mit dem Auftraggeber erforderlich ist, werden alle notwendigen Datenschutzvereinbarungen gem. DSGVO geschlossen. Die Verarbeitung der Kundendaten erfolgt - ebenso wie der Betrieb der Bisnode Consumer Intelligence Schnittstelle - in einem ISO 27001 zertifizierten Rechenzentrum der Bisnode Deutschland GmbH.

## Sicherheit steht damit an oberster Stelle.



The background is an abstract composition of vibrant pink and blue splatters and streaks. In the lower right, a hand is visible holding a globe, which is partially obscured by the blue splatters. The overall effect is dynamic and futuristic.

**Smart Data and  
Analytics  
to drive you forward.**



## Interactive PERFORMANCE

Interactive Performance Deutschland GmbH ist ein, Performance Marketing Unternehmen, das Produkte und Konzepte auf Ergebnisbasis anbietet. Das Unternehmen entwickelt- und erstellt kundenindividuelle Konzepte zur ein- und mehrstufigen Gewinnung von Cookie Opt-Ins, Log-Ins, Interessenten- und Neukundendaten über verschiedene Distributionskanäle.

Unsere firmeneigenen Produkte nutzen dabei u.a. Daten von Usern aus Online Shops, Werbemittel in Online Shops und programmatische Mittel, um zielgerichtete und messbare Werbung zu liefern, mit der Markenunternehmen sich abheben und mit der die Wahrnehmung der Marke durch die Konsumenten erhöht wird. Unsere Performance Marketing Produkte- und Konzepte entwickeln wir immer aktuell und am Plus der Zeit.



Bisnode ist ein führender europäischer Anbieter für Data & Analytics. Wir unterstützen Unternehmen dabei, Kunden zu finden und diese über den gesamten Kundenlebenszyklus zu managen. Mit unserem Smart Data Ansatz können Unternehmen ihren Umsatz steigern und Verluste minimieren. Bisnode ist der größte strategische Partner von Dun & Bradstreet, dem globalen Anbieter von Wirtschaftsinformationen. Die Bisnode Gruppe mit Hauptsitz in Stockholm beschäftigt rund 2.300 Mitarbeiter in 19 Ländern.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte [www.bisnode.de/at/ch](http://www.bisnode.de/at/ch).