

Lead Generierung mit System

Profondia Webinar

26. März 2026



PROFONDIA



Unternehmen

- Inhabergeführt
- 25 Mitarbeitende
 - Schlieren (Hauptsitz)
 - Basel (Research Center)



Kundenbasis

- IT- & Telco-Anbieter in der Schweiz
- B2B- Unternehmen ausserhalb der ICT



Unsere Stärken

- Aktuelle, individuelle Recherchedaten
- Crossmediales Marketing
- Intuitive, nutzerfreundliche Tools
- ICT-Vermarktungs-Know-how
- Persönlicher Kundenservice
- Starkes Team, tiefe Fluktuation

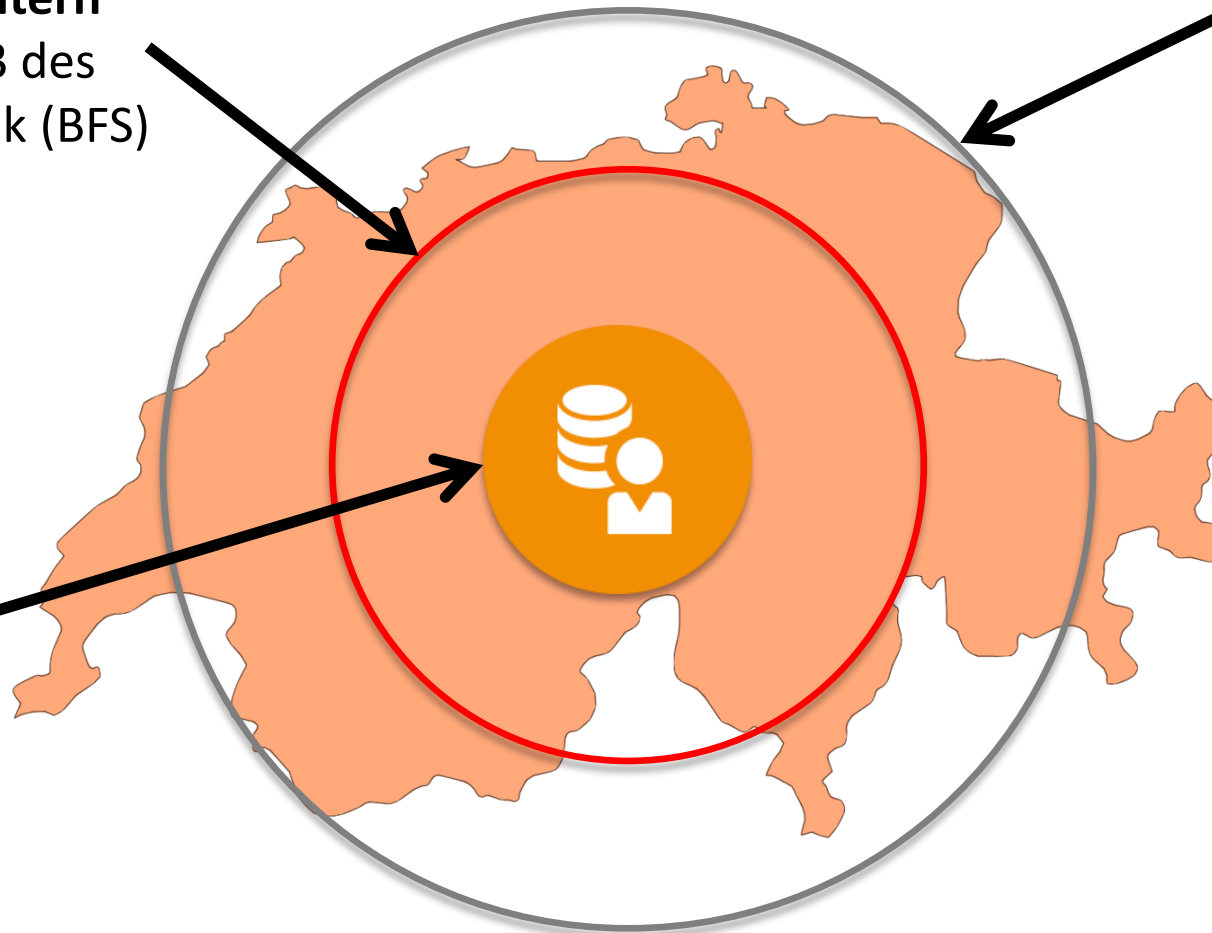


Landschaft der Schweizer Firmen

**64'081 Unternehmen mit
10 und mehr Mitarbeitern**
gemäss STATENT 2023 des
Bundesamtes für Statistik (BFS)

561'952 Unternehmen
gemäss STATENT 2023
des Bundesamtes
für Statistik (BFS)

**13'500 Unternehmen
mit ICT-Relevanz**
Mindestens
10 PC Arbeitsplätze und
30 Mitarbeiter





13'500 Firmen und Organisationen mit mehr als 30 Mitarbeiter und mehr als 10 PCs in der Schweiz



78'000 Entscheider in mehr als 46 Funktionen in ICT und General Management



Detaillierte Informationen über das installierte IT Equipment (Hardware / Software / Services)



IT Betrieb und IT Service Provider (Eigenregie, Managed Service, Cloud) systematisch erhoben für jede Equipment-Kategorie



10'000 Investitionsvorhaben bei 4'000 Firmen



Kontinuierliches Update der Daten

- 6 Monate = Generelle Firmeninformationen und Kontakte
- 12 Monate = Installierte IT-Basis und Investitionsvorhaben



Know-How

- Team, welches Daten erhebt und tagtäglich mit IT-Entscheidern spricht, telefoniert für euch



Sprachkompetenz

- Deutsch: Schweizerdeutsch
- Französisch & Italienisch: Muttersprache



Ein Thema – ein Ziel

- Fokussiert & Zielgerichtet



Relevanter Erstkontakt

- 30 Sekunden, um zu überzeugen
- Echtes Kundenbedürfnis



Im Namen des Kunden

- Anruf mit der Kundenrufnummer
- Email & Signatur des Kunden

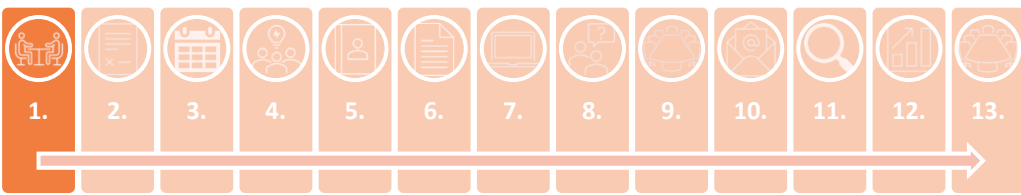
Telemarketing Ablauf



Meeting zur Analyse der Kundenbedürfnisse

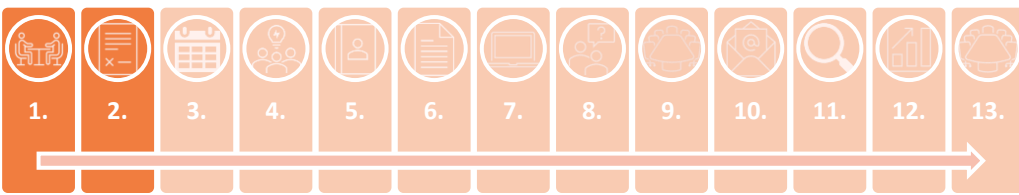
Beim ersten Meeting werden zusammen mit dem Kunden folgende Bedürfnisse erfragt oder abgeklärt:

- **Ziel** der Kampagne
- **Zielgruppe** die kontaktiert werden soll
- **Entscheidungsträger** der angesprochen werden soll
- **Sprache** der Kampagne
- **Dauer** der Kampagne
- **Budget**



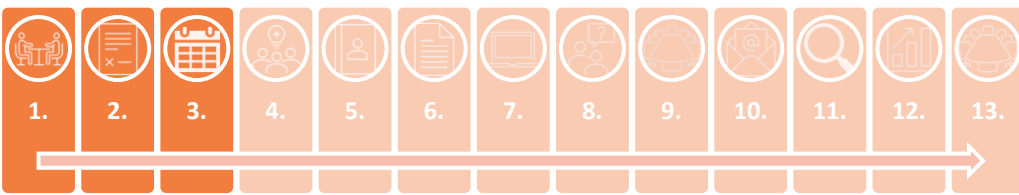
Erstellung der Offerte

In der Offerte werden die besprochenen Eckdaten und Parameter abgebildet.



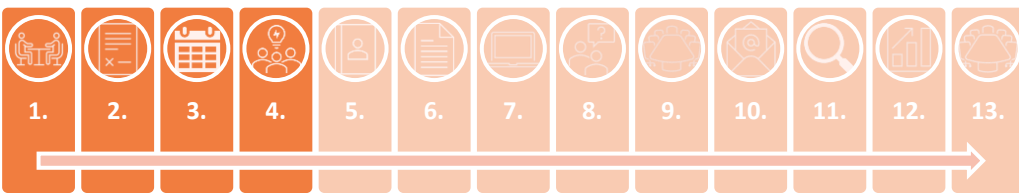
Vertrag und Reservation der Aktion

Zusammen mit dem Kunden wird die Offerte besprochen, die Laufzeit der Aktion definiert und die entsprechenden Kapazitäten reserviert.



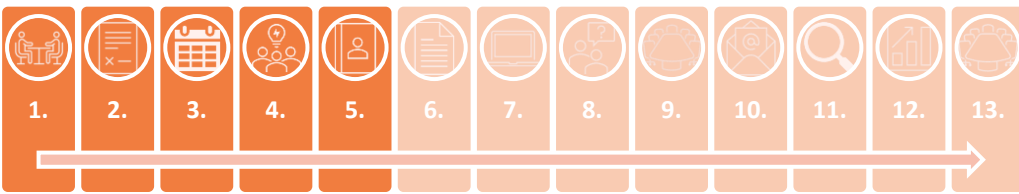
Beim Workshop werden folgende Punkte besprochen und erarbeitet:

- Detaillierte Definition der Zielgruppe
- Skriptinhalte und Argumentarium
- Start und Ende der Kampagne
- Kampagnenverantwortlicher
- Wer erhält die Lead Factory Mails
- Sollen Unterlagen versandt werden



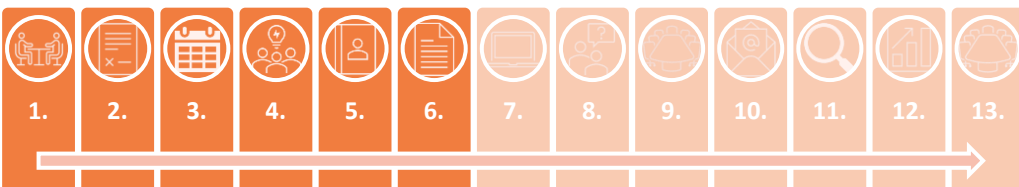
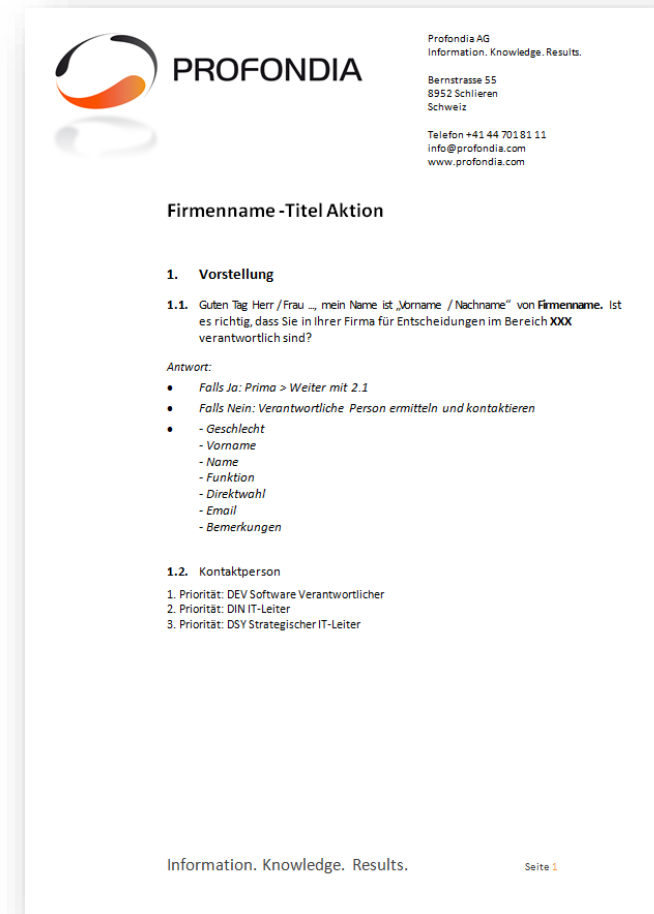
Der Kunde erhält die Adressen zur Überprüfung:

- Markierung der Firmen, welche nicht kontaktiert werden sollen, z.B. bestehende Kunden oder Firmen, die nicht von Interesse sind
- Zuteilung der Firmen auf die Account Manager für die Follow-up-Aktionen



Script-Vorschlag durch Profondia zur gemeinsamen Bearbeitung mit dem Kunden

Nach Eingang des unterzeichneten Vertrages und der 30%-igen Anzahlung beginnt die Arbeit am Skript, welches dem Kunden zur Ergänzung und Anpassung zugestellt wird.



Um die Kampagne programmieren zu können, benötigt Profondia folgende Unterlagen. Der Kundenbetreuer von Profondia unterstützt Sie gerne bei der Bereitstellung:

- Skript
- Namen der involvierten Personen beim Kunden
- Emailvorlage als Text mit Anhang (PDF)
- Adressen (mit allfälligen Ergänzungen des Kunden)
- Kalender der Account Manager / Betreuer für die Terminplanung
- Telefonnummer des Kunden, welche als CLIP angezeigt werden soll



Internes Briefing der Agenten

Die Agenten werden über das Skript und die Abläufe gebrieft.

Anschliessend werden die ersten Testanrufe gemacht und das Feedback der Agenten eingeholt.

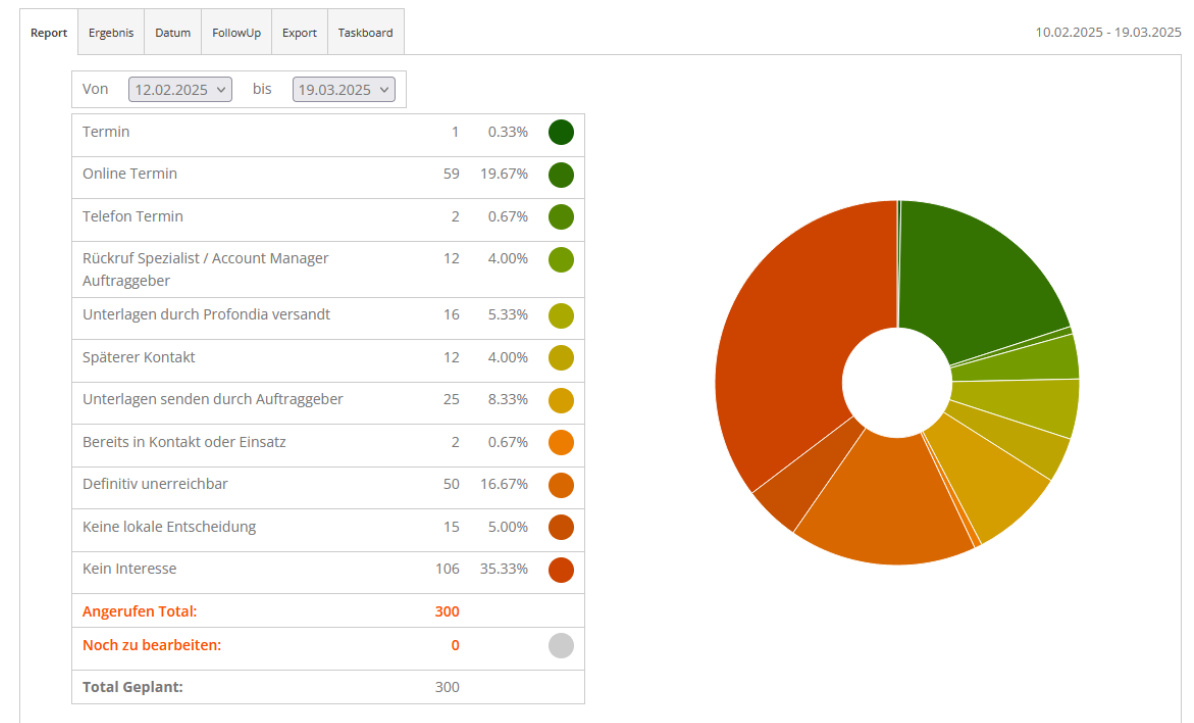


Bestehend: Kick-off Meeting in Basel

Der Kunde und das Profondia-Team treffen sich im Research Center in Basel für das Briefing:

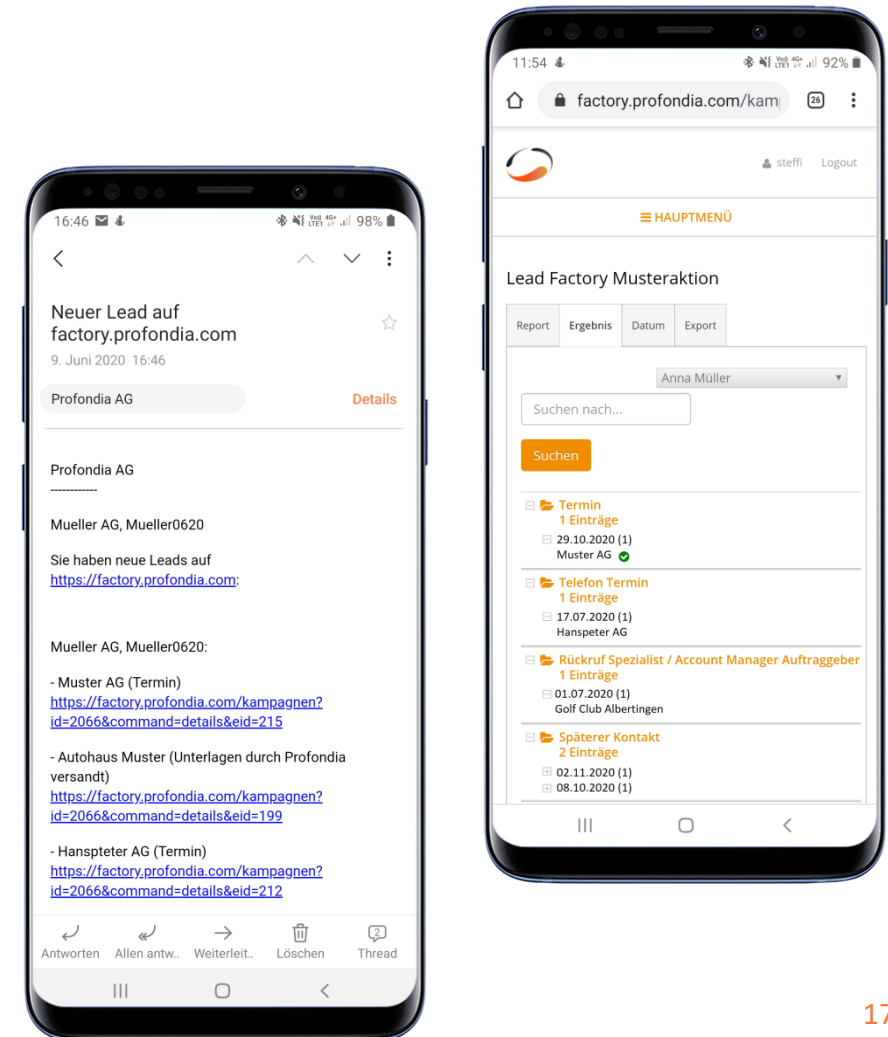
Die Kampagnen-Ziele, das Skript, die wichtigsten Argumente sowie die Resultate der Testanrufe werden nochmals gemeinsam besprochen.

Nun startet die Kampagne!



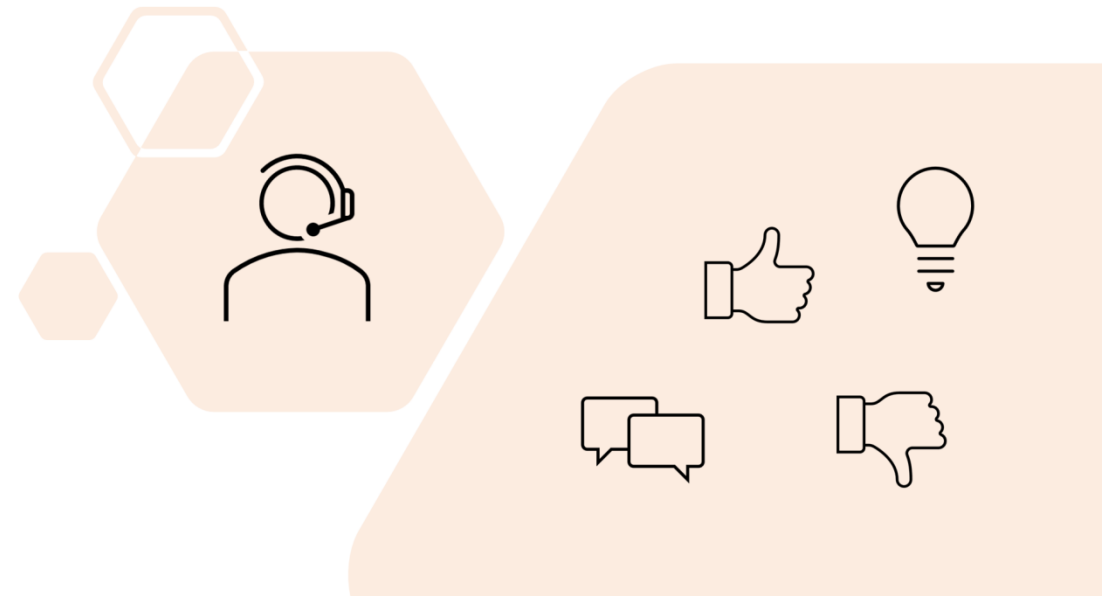
Freischaltung der Lead Factory und Zustellung der Leads in Echtzeit

Der Kampagnen Manager des Kunden erhält den Gesamtzugriff auf die Kampagnen-Resultate und die Account Manager werden jeweils in Echtzeit per E-Mails über die wichtigen Leads informiert.



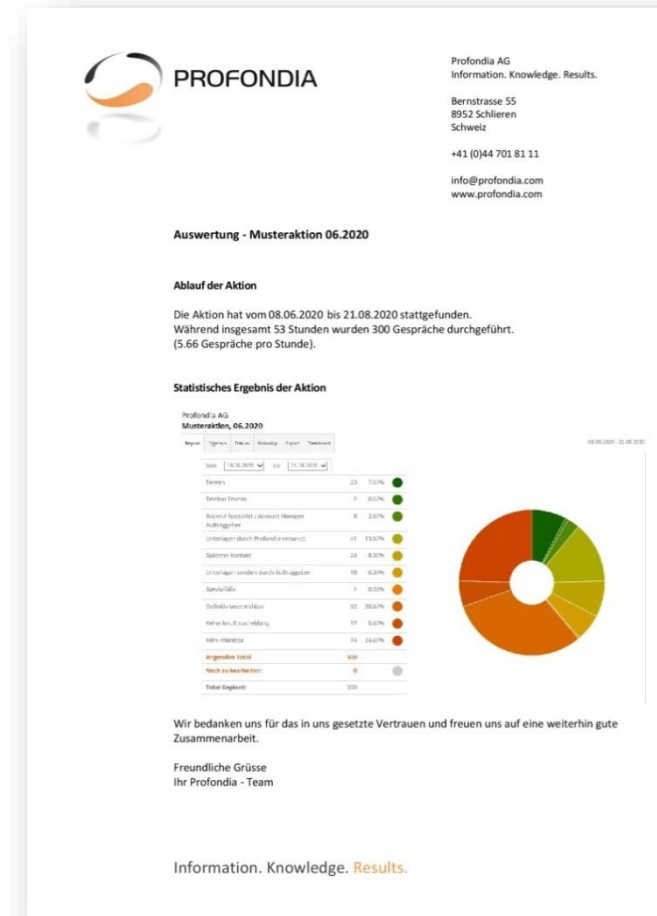
Bestehend: Überwachung und gegebenenfalls Optimierung der Kampagne

Der Kundenbetreuer von Profondia überwacht den Kampagnenverlauf und spricht sich bei Bedarf mit dem Kunden und der Research Center-Leitung ab.



Bei Abschluss wird ein Reporting mit sämtlichen Ergebnissen in Excel und PDF gezogen und vom Betreuer dem Kunden zugestellt.

Die Resultate der Kampagne sind zwei Monate nach deren Abschluss in der Lead Factory online ersichtlich.



Kampagnen-Abschluss und Debriefing

Am Ende der Kampagne findet ein gemeinsames Debriefing mit dem Kunden statt, bei welchem auch die allgemeinen Beobachtungen unserer Mitarbeiterinnen und die Schlussfolgerungen für zukünftige Projekte besprochen werden. Danach wird die Schlussrechnung erstellt.





Interactive Paper



Alle Inhalte zum Webinar:

https://www.profondia.com/de/webinar/tm_mit_system/

Aufzeichnung folgt in kürze

→ Jetzt QR-Code scannen und
Beratungstermin buchen



Danke für Ihre Aufmerksamkeit – Haben Sie Fragen?

Profondia AG
Bernstrasse 55
CH-8952 Schlieren

+41 (0) 44 701 81 11
www.profondia.com



PROFONDIA