

INDUSTRY
FORUM

22. Industry Forum 2024

19. & 20. März 2024 | Augsburg, Germany

Potenzial eines Sales Leads nutzen

Anna Winter & Felix Schulte







WAS UNTERSCHIEDET EIN CADENAS LEAD
VON EINEM KLASSISCHEN LEAD?

CADENAS LEAD VS. KLASSISCHER LEAD

CADENAS Lead

Klassischer Lead, z. B. Download Produktkatalog

CADENAS LEAD VS. KLASSISCHER LEAD

CADENAS Lead	Klassischer Lead, z. B. Download Produktkatalog
<ul style="list-style-type: none">• Impliziert konkreten Bedarf an Produkt	<ul style="list-style-type: none">• Impliziert Interesse

CADENAS LEAD VS. KLASSISCHER LEAD

CADENAS Lead	Klassischer Lead, z. B. Download Produktkatalog
<ul style="list-style-type: none">• Impliziert konkreten Bedarf an Produkt	<ul style="list-style-type: none">• Impliziert Interesse
<ul style="list-style-type: none">• Maximale Informationstiefe (Name, Vorname, Unternehmen, E-Mail, Tel.-Nr., Adresse, Produkt, Branche, Größe, Position...)	<ul style="list-style-type: none">• Durch Ansetzen niedriger Hürde meist wenig Daten (z. B. Name, Vorname, Unternehmen, E-Mail)

CADENAS LEAD VS. KLASSISCHER LEAD

CADENAS Lead	Klassischer Lead, z. B. Download Produktkatalog
<ul style="list-style-type: none">• Impliziert konkreten Bedarf an Produkt	<ul style="list-style-type: none">• Impliziert Interesse
<ul style="list-style-type: none">• Maximale Informationstiefe (Name, Vorname, Unternehmen, E-Mail, Tel.-Nr., Adresse, Produkt, Branche, Größe, Position...)	<ul style="list-style-type: none">• Durch Ansetzen niedriger Hürde meist wenig Daten (z. B. Name, Vorname, Unternehmen, E-Mail)
<ul style="list-style-type: none">• Full Consent möglich, 1. Step in DOI-Setup bereits gegeben → Newsletter Verteiler vergrößern	<ul style="list-style-type: none">• Nur Transactional Consent → Durchlaufen mühsamer Qualifizierungsstrategie

CADENAS LEAD VS. KLASSISCHER LEAD

CADENAS Lead	Klassischer Lead, z. B. Download Produktkatalog
<ul style="list-style-type: none">• Impliziert konkreten Bedarf an Produkt	<ul style="list-style-type: none">• Impliziert Interesse
<ul style="list-style-type: none">• Maximale Informationstiefe (Name, Vorname, Unternehmen, E-Mail, Tel.-Nr., Adresse, Produkt, Branche, Größe, Position...)	<ul style="list-style-type: none">• Durch Ansetzen niedriger Hürde meist wenig Daten (z. B. Name, Vorname, Unternehmen, E-Mail)
<ul style="list-style-type: none">• Full Consent möglich, 1. Step in DOI-Setup bereits gegeben → Newsletter Verteiler vergrößern	<ul style="list-style-type: none">• Nur Transactional Consent → Durchlaufen mühsamer Qualifizierungsstrategie
<ul style="list-style-type: none">• Nachfassen & Pitch sehr einfach, da leichte Vorqualifizierung und konkrete Story	<ul style="list-style-type: none">• Diverse Gründe für Download, meist muss Qualifizierungsmechanismus vorgeschaltet werden

CADENAS LEAD VS. KLASSISCHER LEAD

CADENAS Lead	Klassischer Lead, z. B. Download Produktkatalog
<ul style="list-style-type: none"> • Impliziert konkreten Bedarf an Produkt 	<ul style="list-style-type: none"> • Impliziert Interesse
<ul style="list-style-type: none"> • Maximale Informationstiefe (Name, Vorname, Unternehmen, E-Mail, Tel.-Nr., Adresse, Produkt, Branche, Größe, Position...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Durch Ansetzen niedriger Hürde meist wenig Daten (z. B. Name, Vorname, Unternehmen, E-Mail)
<ul style="list-style-type: none"> • Full Consent möglich, 1. Step in DOI-Setup bereits gegeben → Newsletter Verteiler vergrößern 	<ul style="list-style-type: none"> • Nur Transactional Consent → Durchlaufen mühsamer Qualifizierungsstrategie
<ul style="list-style-type: none"> • Nachfassen & Pitch sehr einfach, da leichte Vorqualifizierung und konkrete Story 	<ul style="list-style-type: none"> • Diverse Gründe für Download, meist muss Qualifizierungsmechanismus vorgeschaltet werden
<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Conversion Rate von Download zu Kauf 	<ul style="list-style-type: none"> • Schwer messbare und meist geringe Conversion Rate

INDUSTRY
FORUM

CADENAS CRM Connector

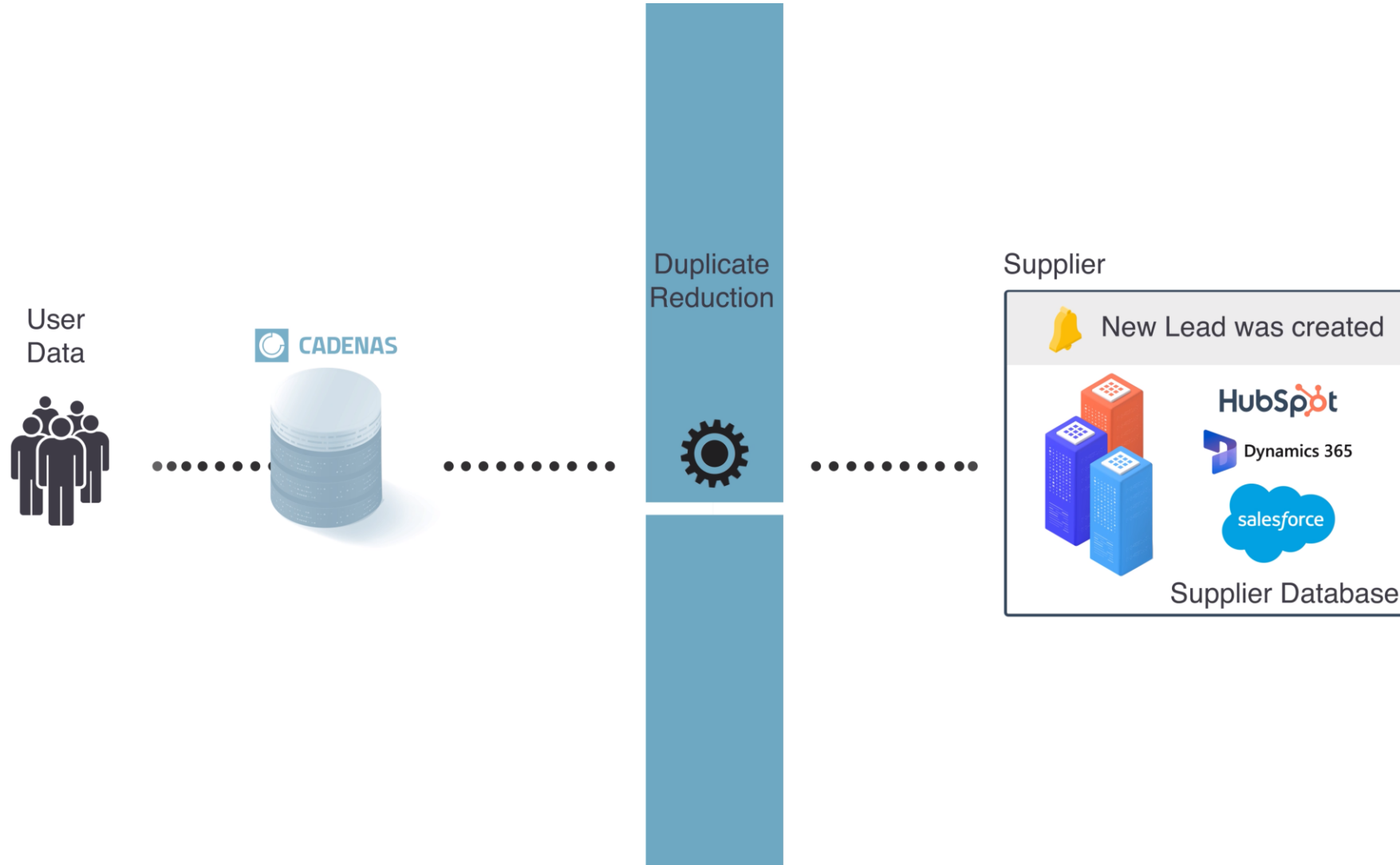
Felix Schulte

FÜR WEN IST DER "CRM-CONNECTOR"
INTERESSANT?

FÜR WEN IST DER "CRM-CONNECTOR" INTERESSANT?

- Firmen, die auf SSOT setzen
- Flows und automatische Follow-Ups
- Stringentes Lead-Management haben oder gerade einführen
- Statistik, Controlling und Forecasts

WIE FUNKTIONIERT DER "CRM-CONNECTOR" ?



WELCHE VORTEILE UND EIGENSCHAFTEN BIETET
DER "CRM-CONNECTOR"?

VORTEILE

- ✓ Alle Ihre Daten in HubSpot, Salesforce MS Dynamics 365, wo Sie diese haben möchten
- ✓ Gewinnen Sie einen besseren Einblick in die Art und Weise, wie Interessenten und Kunden mit Ihren CAD-Inhalten arbeiten
- ✓ Machen Sie sich nie wieder Gedanken über Dateneingabe, Export/Import oder verpasste Leads
- ✓ Steigern Sie die Effizienz und sparen Sie Zeit

EIGENSCHAFTEN

- 100 % DSGVO-konform
- Sehen Sie Ihre Kataloge und Download-Aktivitäten direkt in Ihrem CRM
- Kontakte und Aktivitäten werden stündlich aktualisiert
- Neue Kontakte werden automatisch in HubSpot als Konversion und in Salesforce als neuer Lead importiert
- Das System erkennt Duplikate und ordnet neue Aktivitäten bestehenden Kontakten zu (kein Austausch von persönlichen Daten)
- Möglichkeit zum Filtern ("blacklist") von E-Mail-Adressen und Domains
- Unterstützt benutzerdefinierte Kontakteigenschaften
- Erstellung von Berichten und Dashboards

INDUSTRY
FORUM

Industrial Business Intelligence Tool

Anna Winter

WAS IST EIN BI-TOOL?

WAS IST EIN BI-TOOL?

- Softwareanwendung zur Datensammlung, -analyse und –visualisierung
- Extraktion, Aufbereitung und Darstellung dieser Daten
 - Umfassender Einblick, Identifizierung von Trends, Mustern und Problemen
 - Unterstützung bei fundierten Geschäftsentscheidungen

WIE KÖNNEN WIR DIE HERAUSFORDERUNGEN
DER INDUSTRIE ÜBERWINDEN UM AM
MARKT ERFOLGREICH ZU SEIN?

WIE KÖNNEN WIR DIE HERAUSFORDERUNGEN DER INDUSTRIE ÜBERWINDEN UM AM MARKT ERFOLGREICH ZU SEIN?

- Überwindung der Hindernisse durch **Datenanalyse und Mustererkennung**
- Entwicklung maßgeschneiderter Strategien für Vertrieb und Marketing
- Einsatz von BI-Tools zur Gewinnung **tiefgehender Einblicke in Zielgruppen**
- Identifizierung von Cross- und Upselling-Gelegenheiten zur Steigerung der Kundenzufriedenheit
- **Visualisierung von Marktveränderungen** über die Zeit zur Anpassung der Unternehmensstrategie
- Effizienteres Arbeit durch gezieltes Management der Marktsegmente

WELCHE DATEN WERDEN AUSGEWERTET?



3 TB
BIG DATA



4.5+ MRD
DOWNLOADS



970.000+
FIRMEN-DOMAINS



INTEGRIERT IN 35+
CAD/CAE/BIM/EDA
SYSTEME



8.600.000 +
NUTZER

UNTERNEHMEN
DIE 3Dfindit
NUTZEN

 Nasdaq	77 %
 DAX	85 %
 NIKKEI	61 %



6.000+
KATALOGE



1.000+
MÄRKTE



AUTOMOBIL

UNTERNEHMEN: 800+
NUTZER: 200.000+



LUFTFAHRT

UNTERNEHMEN: 650+
NUTZER: 95.000+



LANDWIRTSCHAFT

UNTERNEHMEN: 350+
NUTZER: 20.000+



SCHIFFFAHRT

UNTERNEHMEN: 700+
NUTZER: 25.000+



**MASCHINEN &
AUTOMATISIERUNG**

UNTERNEHMEN: 2.000+
NUTZER: 205.000+



**ELEKTRONIK &
HALBLEITER**

UNTERNEHMEN: 900+
NUTZER: 102.000+



VERBRAUCHER

UNTERNEHMEN: 2.000+
NUTZER: 50.000+




ELEKTROMOBILITÄT

UNTERNEHMEN: 300+
NUTZER: 50.000+

WARUM SIND DIESE DATEN INTERESSANT?

WARUM SIND DIESE DATEN INTERESSANT?

- Spiegelung der aktuellen **Wirtschaftslage von Märkten**
- Nutzung von Barchart-Races zur Visualisierung von Marktveränderungen über die Zeit
- Ansprache potenzieller Kunden anhand globaler Downloadstatistiken
- Ziel des BI-Tools: **Umfassendes und fundiertes Verständnis über die interessantesten Märkte und Zielgruppen des Unternehmens**











3Dfindit
powered by CADENAS

TOP AND BOTTOM MARKETS











Selected catalog(s)

exemplary catalog

Top markets

Machinery / Automation / Mechanical INDUSTRY 	336.502	■
Electric Vehicles INDUSTRY  	110.759	■
Battery / Rechargables  INDUSTRY	88.141	■
Aluminium INDUSTRY	54.770	■
Plastics + Elastomers INDUSTRY	54.492	■
Medical Tech INDUSTRY  	53.116	■
Telecommunication & Satellite INDUSTRY  	53.051	■

Bottom markets

Roll Forming INDUSTRY	1	■
Arena & Sport Dome INDUSTRY	5	■
Music INDUSTRY     	11	■
IIoT / Predictive Maintenance INDUSTRY	12	■
Landscape (AEC) INDUSTRY    	14	■
Rubber INDUSTRY	20	■
Nuclear Fusion Fission Energy & Technology INDUSTRY 	36.514	■

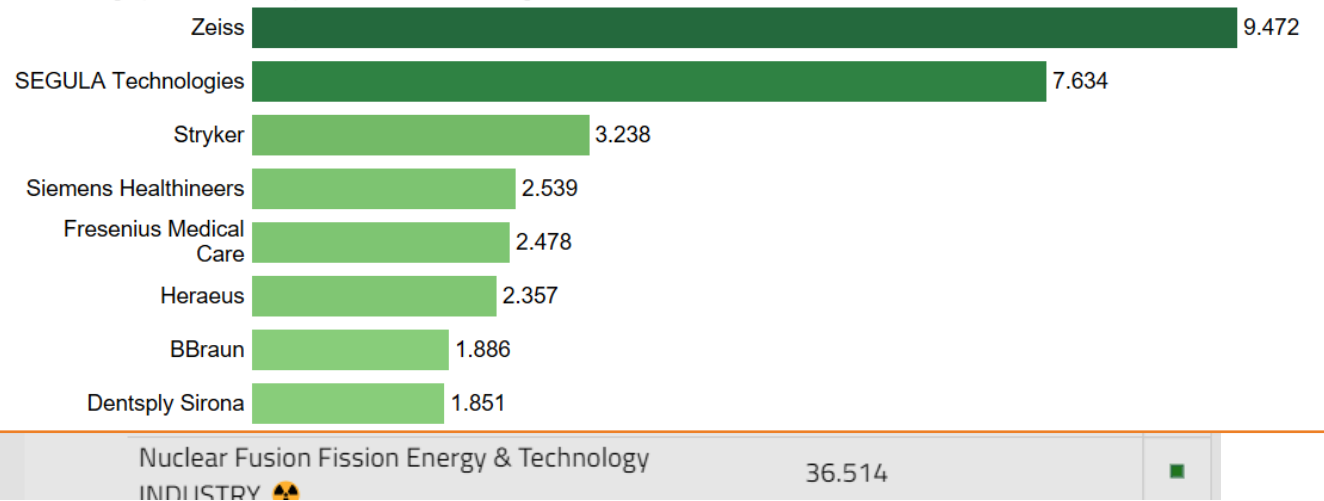
Selected catalog(s)
exemplary catalog

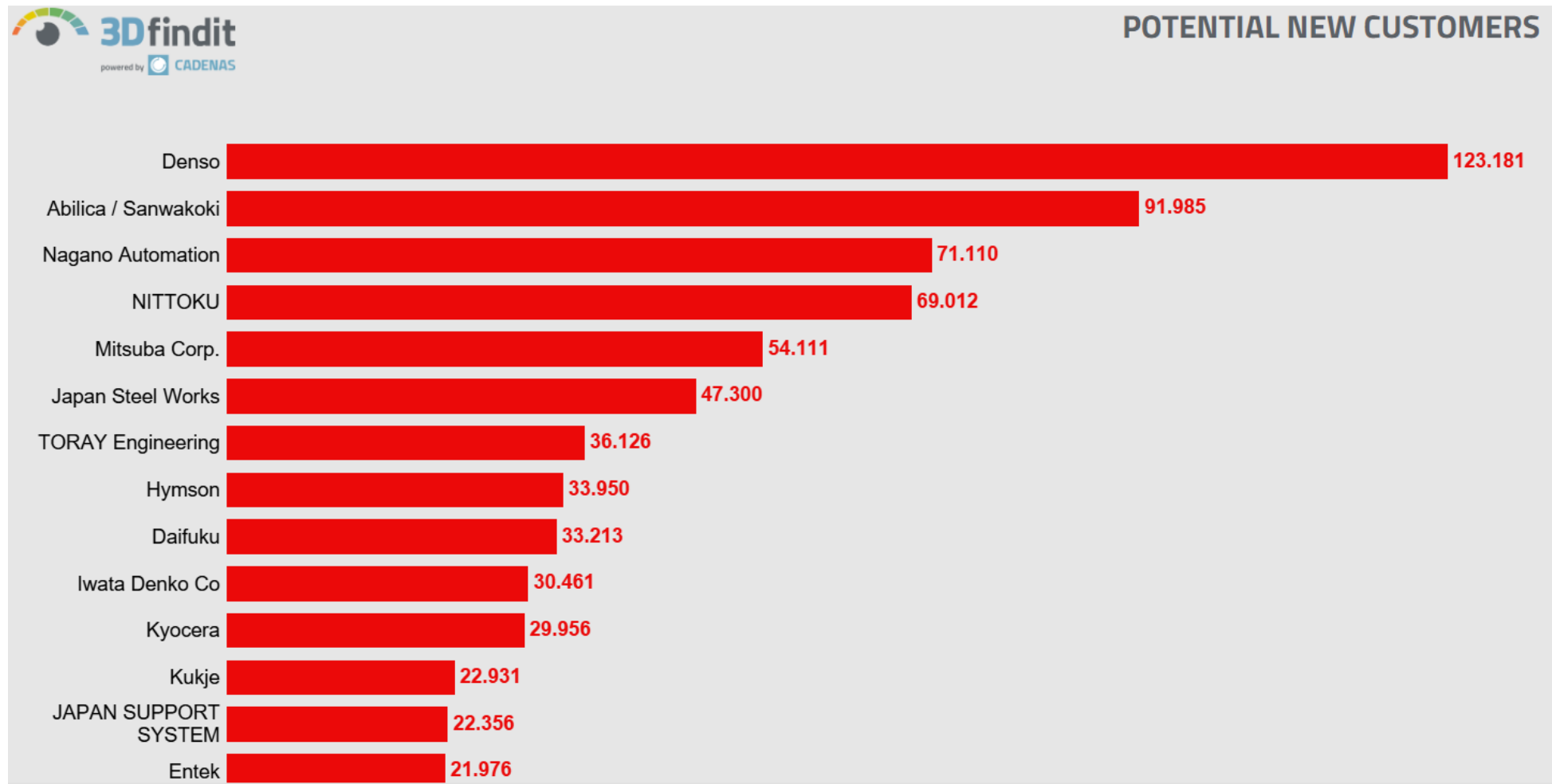
Top markets

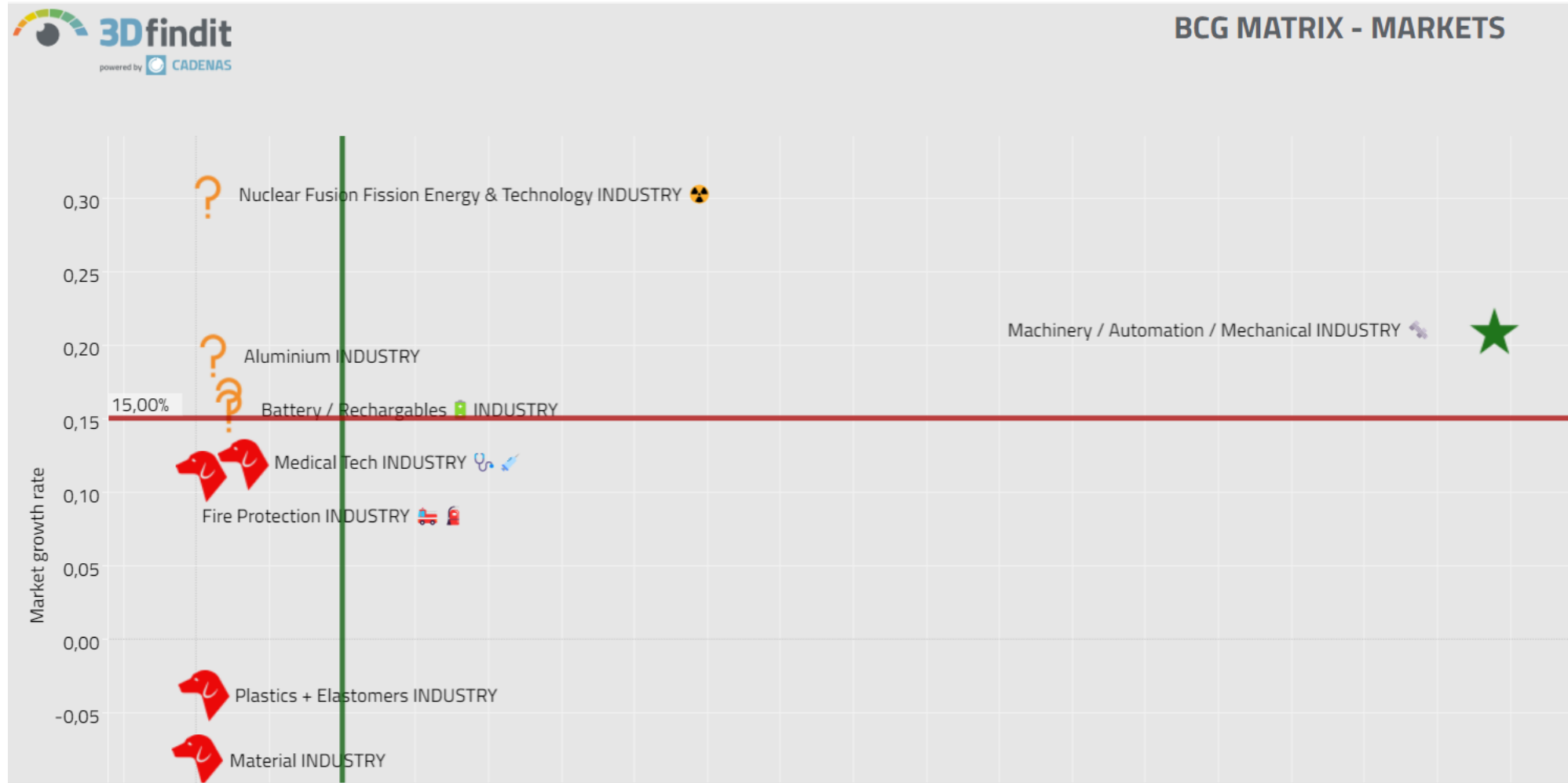
Machinery / Automation / Mechanical INDUSTRY	336.502	■
Electric Vehicles INDUSTRY ⚡ 🚗	110.759	■
Battery / Rechargeables 🟢 INDUSTRY	88.141	■
Aluminium INDUSTRY	54.770	■
Plastics + Elastomers INDUSTRY	54.492	■
Medical Tech INDUSTRY 🏥 ✍️	53.116	■
Telecommunication & Satellite INDUSTRY 📡 📶	53.051	■

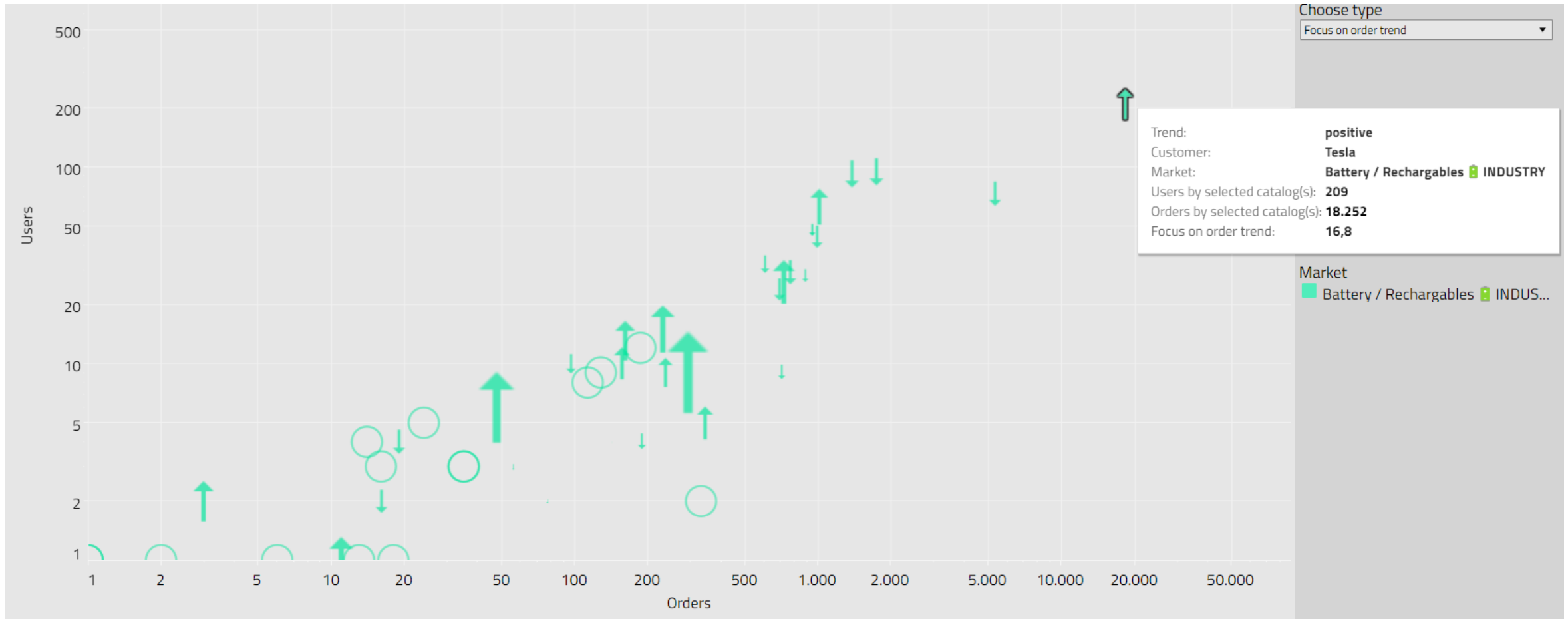
Market share MANUFACTURER / selected catalogs in Medical Tech INDUSTRY ✍️
 (only MANUFACTURER / selected catalogs customers were considered): **5,58% (53.116)**
 Market share MANUFACTURER / selected catalogs in Medical Tech INDUSTRY ✍️
 (all companies were considered): **85,92% (817.613)**
 Wasted market potential by not supplying potential customers: **80,33% (764.497)**
 Total orders for the Medical Tech INDUSTRY ✍️ regardless of selected catalog(s): **951.645**

the below graph shows the top customer to the catalog(s) and Medical Tech INDUSTRY 🏥 ✍️ :











Felix Schulte

Director Marketing & Business Development



Connect with me on



Anna Winter

Marketing & Business Development



Connect with me on

