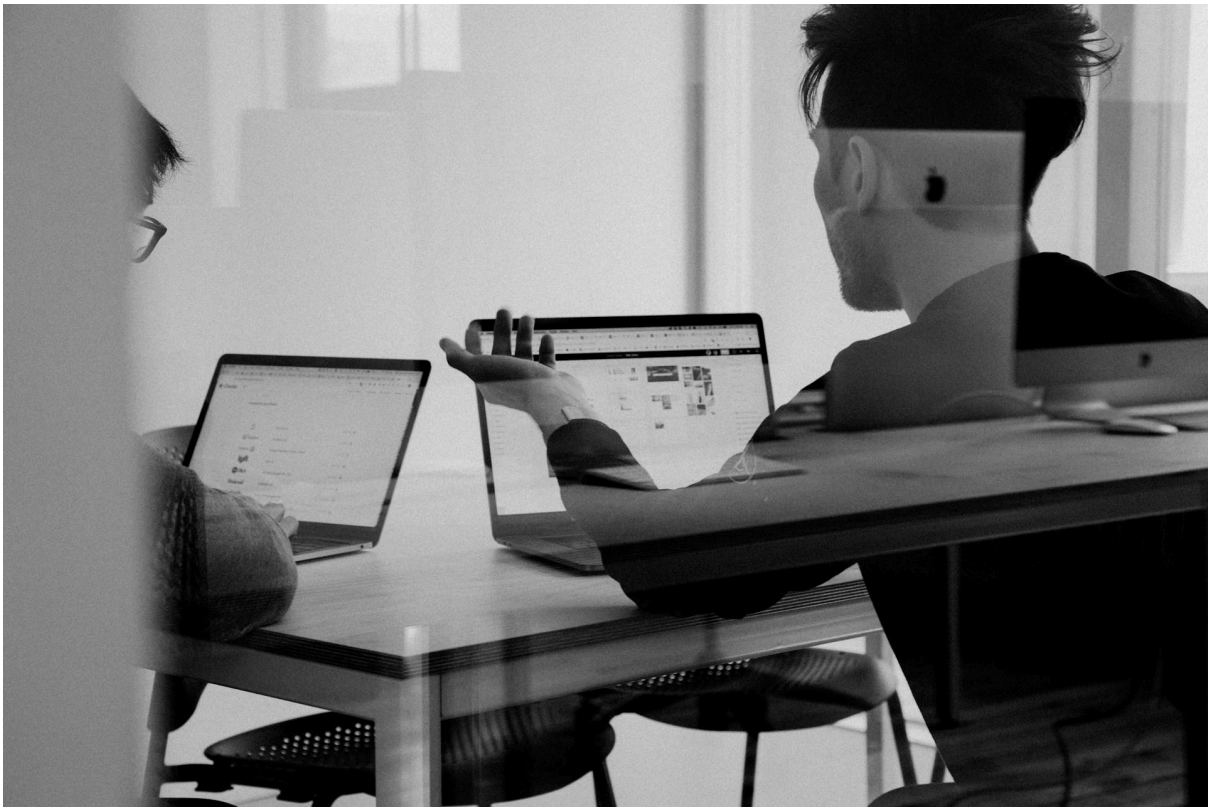
plicatecX
multiply your business

Maximaler Umsatz in kürzester Zeit durch erfolgreiche B2B-Neukundengewinnung

>LINK ZUM ERKLÄRVIDEO< >LINK ZUM POTENZIALCHECK<



Exklusiver Report! Effektive Methoden, um neue Wunschkunden zu gewinnen!

Das erfahren Sie in diesem Report

In der heutigen Geschäftswelt ist die zielgerichtete Erschließung neuer Märkte und Kunden im B2B-Bereich entscheidend für den langfristigen Unternehmenserfolg. Seit unserer Gründung 2007 hat sich plicatec als einer der führenden Vertriebsexperten etabliert und unterstützt Unternehmen dabei, diese Herausforderungen zu meistern.

Dieser Report widmet sich den bewährten Strategien und Methoden für eine erfolgreiche B2B-Neukundengewinnung. Es zeigt auf, wie Sie durch gezielte Maßnahmen Ihre Sales-Zyklen verkürzen und wertvolle Neukunden gewinnen können.

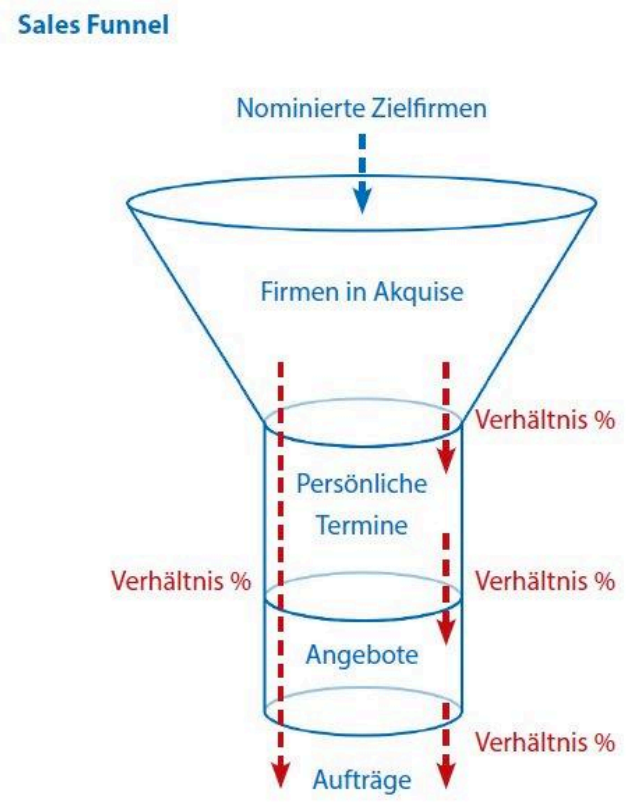
Der persönliche Kontakt und direkte Dialog mit Budgetverantwortlichen und Entscheidern bilden das Herzstück unserer Arbeit. Unsere Experten vereinbaren qualifizierte Termine, die Sie direkt mit relevanten Entscheidungsträgern in den Zielunternehmen zusammenbringen. Diese Termine sind zur richtigen Zeit angesetzt und oft durch konkrete Projektanfragen motiviert, was Ihre Chancen auf einen erfolgreichen Abschluss erhöht.

plicatec bietet Ihnen ein erfahrenes Team von Marktexperten und Vertriebsprofis, das Sie durch den gesamten Angebotsprozess bis hin zum Deal-Closing unterstützt. Unser Ziel ist es, mit unserem Leistungsportfolio Ihren Erfolg zu sichern und den Wert Ihrer Kundenbeziehungen nachhaltig zu steigern. Ihr Sales Funnel wird kontinuierlich befüllt und entstehende Fälle werden bis zum Abschluss geführt.

Erfahren Sie in diesem Report, wie Sie die richtigen Zielpersonen zum richtigen Zeitpunkt erreichen und Ihre Vertriebsziele schneller und effizienter realisieren können. Lassen Sie sich von erfolgreichen Praxisbeispielen inspirieren und

© 2026 plicatec business development GmbH

gewinnen Sie wertvolle Insights, um Ihre B2B-Neukundengewinnung auf das nächste Level zu heben.



Grafik: Der Sales Funnel ist der Dreh- und Angelpunkt in der B2B-Neukundengewinnung

© 2026 plicatec business development GmbH

Bedeutung der B2B-Neukundengewinnung

Marktumfeld und Herausforderungen

Die Neukundengewinnung im B2B-Bereich ist von entscheidender Bedeutung für das Wachstum und den langfristigen Erfolg eines Unternehmens. Für Unternehmen im B2B-Bereich ist es essenziell, kontinuierlich neue Kunden zu gewinnen, um Wachstum und langfristigen Erfolg zu sichern. Die Neukundengewinnung ermöglicht es, Marktanteile zu vergrößern, ihren Umsatz zu steigern und sich gegenüber der Konkurrenz zu behaupten.

Das Marktumfeld im B2B-Bereich ist oft stark umkämpft und durch komplexe Entscheidungsprozesse gekennzeichnet. Unternehmen müssen sich auf gut informierte und anspruchsvolle Kunden einstellen, die detaillierte Kenntnisse über Produkte und Dienstleistungen haben. Der Verkaufszyklus ist in der Regel länger als im B2C-Bereich, da mehrere Entscheidungsträger involviert sind und größere Investitionen getätigt werden.

Die Herausforderungen bei der B2B-Neukundengewinnung sind vielfältig. Zum einen ist es wichtig, die richtigen Zielgruppen und Entscheider zu identifizieren. Ohne eine präzise Zielgruppenanalyse und eine klare Vorstellung von den Bedürfnissen der potenziellen Kunden kann es schwierig sein, relevante Kontakte zu knüpfen. Zum anderen erfordert die Kontaktaufnahme und Pflege von Leads einen hohen Grad an persönlichem Engagement und Fachwissen. Der direkte Dialog mit Budgetverantwortlichen und Entscheidern ist entscheidend, um Vertrauen aufzubauen und die Chancen auf einen erfolgreichen Abschluss zu erhöhen.

Darüber hinaus müssen Unternehmen ständig ihre Vertriebsstrategien und -prozesse optimieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Dies beinhaltet den

© 2026 plicatec business development GmbH

Einsatz moderner Technologien und Tools zur Lead-Generierung und -Verwaltung sowie die kontinuierliche Schulung und Weiterbildung des Vertriebsteams.

Chancen und Potenziale

Insgesamt ist die erfolgreiche B2B-Neukundengewinnung ein komplexer, aber lohnender Prozess, der maßgeblich zum Wachstum und Erfolg eines Unternehmens beiträgt. Indem Unternehmen ihre Strategien und Prozesse ständig anpassen und verbessern, können sie die Herausforderungen des Marktes meistern und sich langfristig erfolgreich positionieren.

Im B2B-Umfeld ist die Gewinnung neuer Kunden besonders wichtig, da Geschäftsbeziehungen oft langfristig und wertvoll sind. Ein einziger neuer Kunde kann zu großen, wiederkehrenden Aufträgen führen, die das Unternehmen stabilisieren und weiterentwickeln.

Zudem ermöglicht die Neukundengewinnung, in neue Märkte vorzudringen und das Unternehmensportfolio zu erweitern. Dies schafft nicht nur zahlreiche Wettbewerbsvorteile, sondern stärkt auch die Marktposition.

Insgesamt ist die B2B-Neukundengewinnung ein zentraler Bestandteil jeder erfolgreichen Wachstumsstrategie.

© 2026 plicatec business development GmbH

Strategien für B2B-Neukundengewinnung mit Erfolgsgarantie

Zielgruppenanalyse und -definition

Bei der Zielgruppenanalyse identifizieren Unternehmen potenzielle Kunden anhand von Kriterien wie Branche, Unternehmensgröße und spezifischen Bedürfnissen. Anschließend erfolgt die Zielgruppendefinition, bei der festgelegt wird, welche Unternehmen und Ansprechpartner besonders relevant sind. Dabei werden Entscheidungsträger und Budgetverantwortliche identifiziert. Eine präzise Zielgruppendefinition ermöglicht es, Marketing- und Vertriebsressourcen effizient einzusetzen und gezielte Botschaften zu entwickeln, die die Bedürfnisse der potenziellen Kunden ansprechen.

Marktforschung und Analyse

Marktforschung umfasst das Sammeln und Auswerten von Daten über den Zielmarkt. Dies kann durch Umfragen, Interviews, Branchenberichte und Datenbanken erfolgen. Die Analyse dieser Daten hilft, Marktchancen zu identifizieren, Risiken zu bewerten und fundierte Entscheidungen zu treffen.

Durch eine gründliche Marktanalyse können Unternehmen besser verstehen, welche Produkte und Dienstleistungen gefragt sind, welche Preisstrategien sinnvoll sind und wie sie sich von Wettbewerbern abheben können. Dies ermöglicht eine gezielte Ansprache potenzieller Kunden und erhöht die Chancen auf eine erfolgreiche Neukundengewinnung.

© 2026 plicatec business development GmbH

Vom Interessenten zum Verkauf

Identifikation und Ansprache von Interessenten

Die Identifikation und Ansprache von Interessenten sind zentrale Schritte bei der B2B-Neukundengewinnung. Dieser Prozess beginnt mit der Recherche und Datensammlung, um potenzielle Kunden zu finden. Unternehmen nutzen verschiedene Quellen wie Branchenberichte, Unternehmensdatenbanken und soziale Netzwerke, um relevante Kontakte zu identifizieren. Wichtige Kriterien sind dabei Unternehmensgröße, Branche und spezifische Bedürfnisse, die das eigene Produkt oder die Dienstleistung adressieren kann.

Sobald die potenziellen Interessenten identifiziert sind, folgt die gezielte Ansprache. Dies erfolgt z. B. durch personalisierte E-Mails, Telefonanrufe oder LinkedIn-Nachrichten. Der Schlüssel liegt darin, die Kommunikation auf die spezifischen Bedürfnisse und Herausforderungen des potenziellen Kunden zuzuschneiden. Eine gut vorbereitete Ansprache zeigt dem Interessenten, dass das Unternehmen seine Bedürfnisse versteht und eine maßgeschneiderte Lösung anbieten kann.

Qualifizierung und Pflege von Leads

Sind potenzielle Interessenten gefunden, gilt es diejenigen zu identifizieren, die echtes Interesse an den Produkten oder Dienstleistungen eines Unternehmens haben. Dieser Prozess beinhaltet die Bewertung der Leads anhand bestimmter Kriterien, wie Kaufbereitschaft, Entscheidungsbefugnis und Budget. Ziel ist es, die vielversprechendsten Kontakte herauszufiltern, um Ressourcen effizient zu nutzen.

Die Pflege von Leads, auch Lead Nurturing genannt, umfasst die kontinuierliche Kommunikation und den Aufbau von Beziehungen zu diesen potenziellen Kunden.

© 2026 plicatec business development GmbH

Dies geschieht durch personalisierte Inhalte, regelmäßige Follow-ups und gezielte Marketingmaßnahmen. Ziel ist es, das Interesse der Leads aufrechtzuerhalten und sie durch den Verkaufsprozess zu begleiten, bis sie kaufbereit sind.

Terminvereinbarung mit Entscheidern

Die Terminvereinbarung mit Entscheidern ist der nächste zentrale Schritt. Sie stellt sicher, dass Vertriebsteams direkten Kontakt zu den relevanten Personen innerhalb eines Zielunternehmens haben, die für Kaufentscheidungen verantwortlich sind.

Nicht zu unterschätzen ist dabei der sogenannte **Agenda-Prozess.** Er ist ein maßgebliches Instrument im Vertriebsprozess. Der Agenda-Prozess ist eine strukturierte Methode, um Meetings und Gespräche effizient zu planen und durchzuführen. Er umfasst folgende Schritte:

1. **Zielsetzung:** Definieren Sie klare Ziele und Erwartungen für das Meeting.
2. **Abstimmung mit dem Kunden:** Identifizieren Sie die wichtigsten Themen, die besprochen werden sollen, sowie die Reihenfolge, in der die Themen besprochen werden (der Kunde beginnt immer).
3. **Versand der Agenda als "Vorschlag":** Legen Sie einen Zeitrahmen für jedes Thema fest, um den Ablauf zu steuern.
4. **Verifikation:** Ist die Anzahl der Teilnehmer korrekt? Sind weitere Themen und/oder Teilnehmer erwünscht? Gibt es Änderungen? Gibt es Zusatzwünsche?
5. **Dokumentation:** Bereiten Sie eine schriftliche Agenda vor, die die Ziele, Themen, Teilnehmer und Zeitplanung enthält.
6. **Versand der endgültigen Agenda:** Senden Sie die Agenda rechtzeitig vor dem Meeting an alle Teilnehmer.

© 2026 plicatec business development GmbH

7. **Anruf 1 - 2 Tage vor dem Termin:** Hat sich etwas geändert? Sind die Anforderungen und Themen noch korrekt?

Durch diesen strukturierten Prozess wird sichergestellt, dass Meetings zielgerichtet und effizient ablaufen, wodurch Zeit gespart und Ergebnisse optimiert werden.

Präsentation und Angebotsunterbreitung

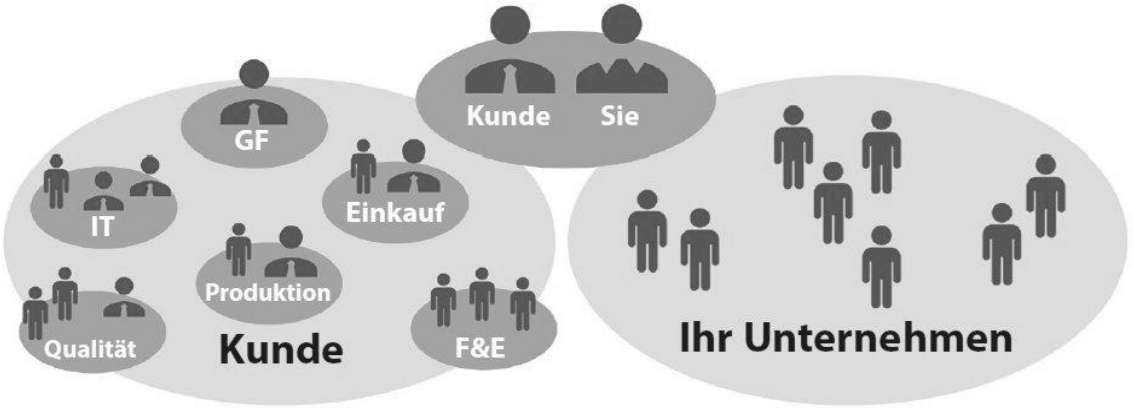
Der Prozess der Präsentation und Angebotsunterbreitung ist entscheidend für die B2B-Neukundengewinnung. Nach Ermittlung der spezifischen Bedürfnisse und Anforderungen des potenziellen Kunden werden die Produkte oder Dienstleistungen in einer klaren, überzeugenden und lösungsorientierten Präsentation vorgestellt. Dabei sollte betont werden, wie das Angebot die Bedürfnisse des Kunden erfüllt. Anschließend wird ein detailliertes, transparentes und maßgeschneidertes Angebot vorgelegt, das Umfang und Nutzen klar darstellt.

Verhandlungsstrategien und Deal-Closing

Indem Sie in Kontakt bleiben, Fragen beantworten und eventuelle Unklarheiten klären, unterstützen Sie den Entscheidungsprozess. So gewinnen Sie das Vertrauen des potenziellen Kunden und schaffen die Grundlage für eine erfolgreiche Geschäftsbeziehung.

Fassen Sie die wichtigsten Punkte und Vorteile Ihres Angebots zusammen. Bereiten Sie anschließend alle Unterlagen vor und sorgen Sie für eine zügige Unterzeichnung. Stellen Sie außerdem sicher, dass alle vereinbarten Bedingungen erfüllt sind und pflegen Sie die Kundenbeziehung auch weiterhin.

© 2026 plicatec business development GmbH

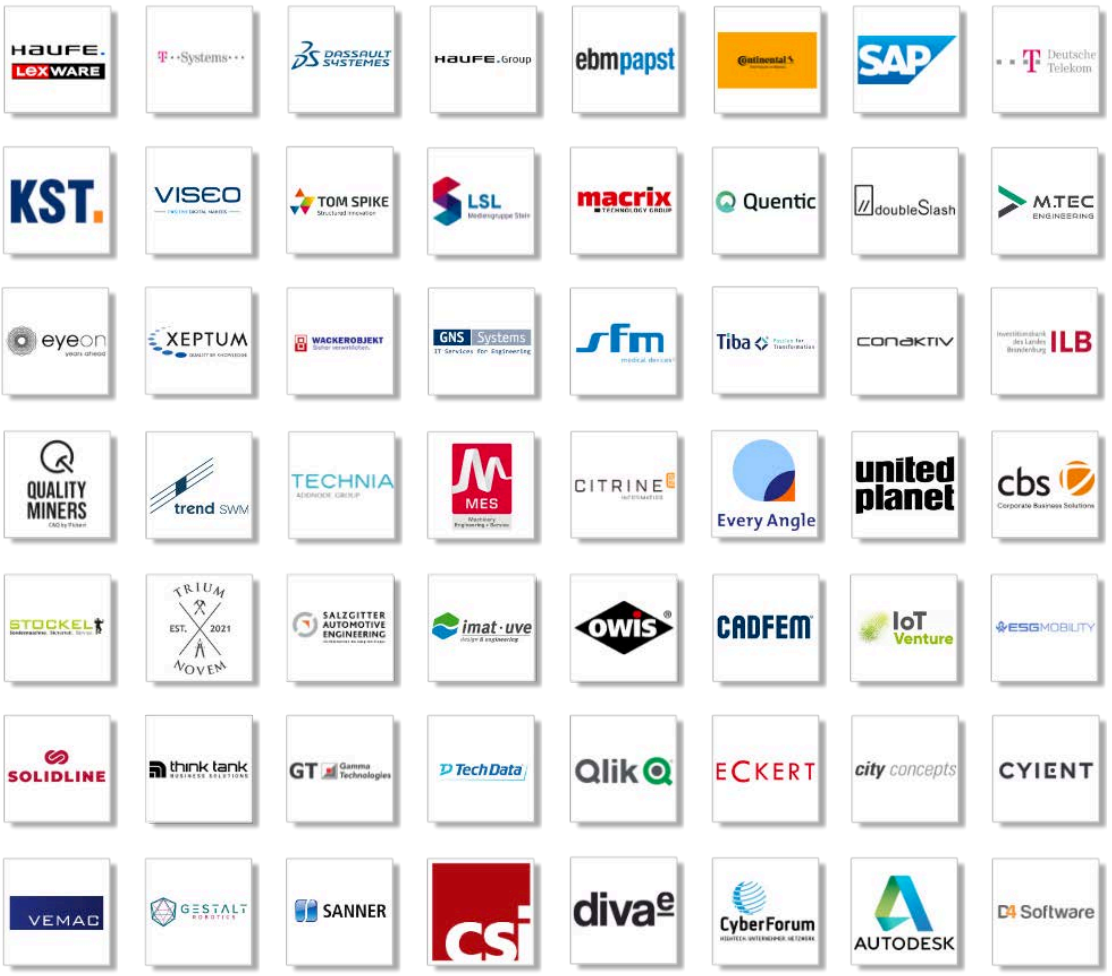


Grafik: Interessengemeinschaft - gemeinsam den Entscheidungsprozess beschleunigen

© 2026 plicatec business development GmbH

Viele Erfolgsbeispiele für B2B-Neukundengewinnung

Zahlreiche Kunden profitieren schon von den Best Practices in der B2B-Neukundengewinnung mit plicatec. Wollen Sie mehr erfahren? Sprechen Sie mit uns!



© 2026 plicatec business development GmbH



Tools und Technologien zur Unterstützung der Neukundengewinnung

CRM-Systeme und Marketing-Automatisierung

CRM-Systeme - im Fall der plicatec sogar mithilfe der hauseigenen Lösung xmiCRM - unterstützen Unternehmen, ihre Kundenbeziehungen systematisch zu verwalten und zu optimieren. Sie ermöglichen eine zentrale Speicherung aller

© 2026 plicatec business development GmbH

relevanten Kundendaten, was eine bessere Analyse und Segmentierung der Zielgruppen ermöglicht.

Mit CRM-Systemen können Vertriebsmitarbeiter den gesamten Verkaufsprozess verfolgen, von der Leadgenerierung über die Kontaktpflege bis hin zum Abschluss. Automatisierungsfunktionen erleichtern das Nachverfolgen von Interaktionen und das Versenden von personalisierten Nachrichten. Dadurch wird die Effizienz gesteigert und die Wahrscheinlichkeit eines erfolgreichen Abschlusses erhöht.

Zudem bieten CRM-Systeme wertvolle Einblicke durch Analysen und Berichte, die helfen, Verkaufsstrategien zu verfeinern und bessere Entscheidungen zu treffen. Insgesamt verbessern CRM-Systeme die Produktivität des Vertriebsteams und tragen wesentlich zum Erfolg der Neukundengewinnung bei.

Analytik und Reporting

Durch die systematische Auswertung von Daten können Unternehmen fundierte Entscheidungen treffen und ihre Vertriebsstrategien optimieren. Analytik-Kennzahlen helfen dabei, Trends und Muster in den Verkaufsdaten zu erkennen, die Effektivität von Kampagnen zu bewerten und den ROI zu messen.

Das Reporting sorgt für Transparenz und ermöglicht es, den Fortschritt zu überwachen und Probleme frühzeitig zu erkennen. Regelmäßige Berichte liefern wertvolle Einblicke in die Leistung des Vertriebsteams, die Qualität der Leads und den gesamten Verkaufsprozess. Mit präzisen und aktuellen Informationen können Unternehmen schnell reagieren und ihre Maßnahmen gezielt anpassen, um ihre Vertriebsziele zu erreichen.

© 2026 plicatec business development GmbH

Konsequente Integration der Neukundengewinnung in die Vertriebsstrategie

Die Integration der Neukundengewinnung in die Vertriebsstrategie ist von besonderer Bedeutung, um Synergien zwischen Marketing und Vertrieb zu schaffen. Durch eine koordinierte Herangehensweise können Unternehmen effizienter arbeiten, Ressourcen optimal nutzen und langfristig nachhaltiges Wachstum sicherstellen.

Synergien zwischen Marketing und Vertrieb

Die Synergien zwischen Marketing und Vertrieb sind entscheidend für eine erfolgreiche Integration der Neukundengewinnung in die Vertriebsstrategie. Durch eine enge Zusammenarbeit können beide Abteilungen ihre Stärken bündeln und den gesamten Prozess effizienter gestalten.

Das Marketing generiert qualifizierte Leads durch gezielte Kampagnen und Content-Strategien, die auf die Bedürfnisse potenzieller Kunden abgestimmt sind. Diese Leads werden dann an den Vertrieb weitergegeben, der sie in persönliche Gespräche und Geschäftsabschlüsse umwandelt.

Kontinuierliche Verbesserung und Anpassung

Durch regelmäßigen Austausch und gemeinsame Ziele können Marketing und Vertrieb ihre Aktivitäten besser aufeinander abstimmen. Gemeinsame Analysen und Feedbackschleifen ermöglichen es, die Qualität der Leads kontinuierlich zu verbessern und die Vertriebsprozesse zu optimieren. Diese Zusammenarbeit führt zu einer höheren Conversion-Rate, verkürzten Verkaufszyklen und letztlich zu einem gesteigerten Unternehmenserfolg. Indem Marketing und Vertrieb als

© 2026 plicatec business development GmbH

einheitliches Team agieren, wird die Neukundengewinnung effizienter und effektiver.

Messen und Optimieren des Erfolgs

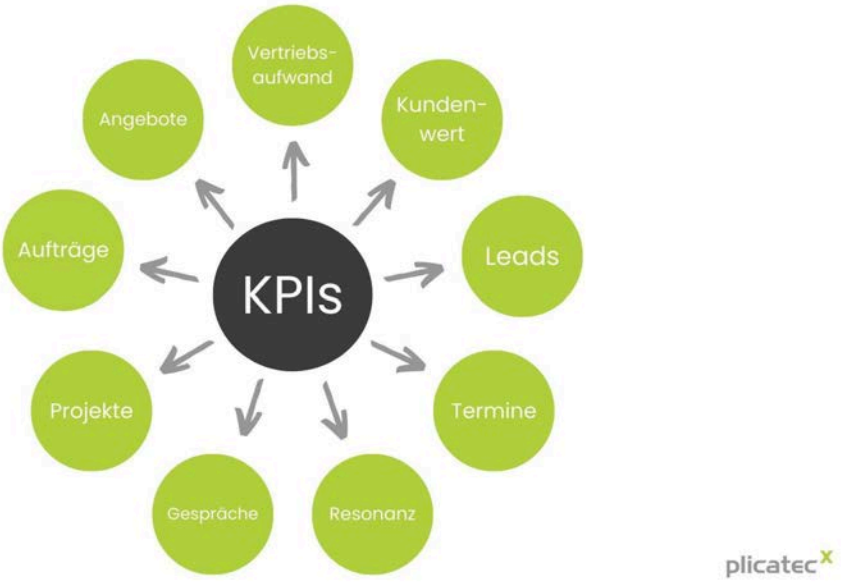
Kennzahlen und KPIs

KPIs (Key Performance Indicators) und Kennzahlen bieten klare, quantifizierbare Einblicke in die Leistung und Effektivität der Vertriebsaktivitäten. Zu den wichtigsten KPIs in der B2B-Neukundengewinnung zählen die Anzahl der generierten Termine und Leads sowie der Vertriebsaufwand und die Auftragsquote.

Durch regelmäßige Überwachung dieser Kennzahlen können Unternehmen Trends und Muster erkennen, Stärken und Schwächen identifizieren und fundierte Entscheidungen treffen. KPIs helfen dabei, den Fortschritt gegenüber den gesetzten Zielen zu verfolgen und sicherzustellen, dass die Vertriebsstrategie optimal umgesetzt wird. Zudem ermöglichen sie es, schnell auf Veränderungen im Markt zu reagieren und die Vertriebsprozesse kontinuierlich zu verbessern.

Indem Unternehmen ihre KPIs im Blick behalten, können sie ihren Vertrieb effizienter gestalten und den Erfolg nachhaltig steigern.

© 2026 plicatec business development GmbH



Grafik: Einige KPIs für den operativen Vertrieb

Feedbackschleifen und Optimierungspotenziale

Feedbackschleifen ermöglichen es, regelmäßig Rückmeldungen von Kunden und dem Vertriebsteam zu sammeln und zu analysieren. Diese Rückmeldungen liefern wertvolle Einblicke in die Stärken und Schwächen der aktuellen Vertriebsstrategien und -prozesse.

Durch die Auswertung dieser Daten können Unternehmen gezielt Optimierungspotentiale identifizieren. Dies kann beispielsweise die Anpassung von Verkaufsargumenten, die Verbesserung von Produktpräsentationen oder die Verfeinerung von Lead-Qualifizierungs-Prozessen umfassen. Regelmäßige Feedbackschleifen helfen auch dabei, Trends und Veränderungen im Markt frühzeitig zu erkennen und darauf zu reagieren.

© 2026 plicatec business development GmbH

Herausforderungen und Lösungen

Häufige Hürden und wie man sie überwindet

Häufige Hürden in der B2B-Neukundengewinnung umfassen die Identifikation der richtigen Zielgruppen, den Zugang zu Entscheidungsträgern, lange Verkaufszyklen und die Pflege qualifizierter Leads. Um diese Herausforderungen zu überwinden, sind gezielte Strategien und kontinuierliche Anpassungen notwendig.

Eine präzise Zielgruppenanalyse hilft, die richtigen potenziellen Kunden zu identifizieren und personalisierte Ansprache zu ermöglichen. Um Zugang zu Entscheidungsträgern zu erhalten, sind der Aufbau und die Pflege eines starken Netzwerks von entscheidender Bedeutung. Der Einsatz von Social Media und professionellen Netzwerken wie LinkedIn kann hierbei unterstützen.

Lange Verkaufszyklen können durch eine klare und überzeugende Kommunikation des Mehrwerts und durch den Einsatz von CRM-Systemen verkürzt werden, die eine effiziente Lead-Verwaltung ermöglichen. Regelmäßige Schulungen und Weiterbildungen des Vertriebsteams stellen sicher, dass alle Beteiligten über die neuesten Techniken und Best Practices informiert sind.

Die Pflege qualifizierter Leads erfordert kontinuierliches Engagement und Nachverfolgung. Automatisierungstools können hier helfen, den Kontakt zu halten und relevante Inhalte zur richtigen Zeit bereitzustellen.

Durch diese Maßnahmen lassen sich häufige Hürden effektiv überwinden und die Erfolgschancen in der Neukundengewinnung erhöhen.

© 2026 plicatec business development GmbH

Trends und zukünftige Entwicklungen

Digitalisierung und Automatisierung

Mittlerweile haben Digitalisierung und Automatisierung auch im B2B-Vertrieb Einzug gehalten und revolutionieren diesen nachhaltig. Dabei zeigen sich hier enorme Vorteile für die Neukundengewinnung. Durch die Digitalisierung werden Daten effizienter erfasst und analysiert, was eine fundierte Entscheidungsfindung ermöglicht.

Automatisierungstools wie CRM-Systeme und Marketing-Automatisierung erleichtern die Verwaltung von Leads, optimieren den Kommunikationsprozess und verbessern die Effizienz des Vertriebsteams.

Neue Technologien ermöglichen es, Routineaufgaben zu automatisieren, sodass sich Vertriebsmitarbeiter auf strategisch wichtige Tätigkeiten konzentrieren können.

Darüber hinaus verbessern sie die Personalisierung von Marketingmaßnahmen, indem sie relevante Inhalte zur richtigen Zeit an potenzielle Kunden senden. Insgesamt tragen Digitalisierung und Automatisierung dazu bei, den Verkaufsprozess zu beschleunigen, Kosten zu senken und die Erfolgsquote zu erhöhen, was die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens stärkt.

Fazit und Zusammenfassung

Kernaussagen und wichtigste Erkenntnisse

Die erfolgreiche B2B-Neukundengewinnung ist ein komplexer und essenzieller Prozess für das Wachstum und den langfristigen Erfolg eines Unternehmens.

© 2026 plicatec business development GmbH

Durch die Kombination aus gezielter Strategie, persönlichem Engagement, hoher Vertriebskompetenz und moderner Technologie optimieren Unternehmen ihre Vertriebsprozesse und sind nachhaltig erfolgreich. Als erfahrener Partner helfen wir auch Ihnen sehr gerne dabei. Richtig umgesetzt mit den Best-Practices von plicatec kommt dieser Erfolg immer - garantiert!

Der Schlüssel liegt in der Identifikation und Ansprache der richtigen Zielgruppen, der Nutzung von Analytik und Reporting zur fundierten Entscheidungsfindung sowie der engen Zusammenarbeit zwischen Marketing und Vertrieb.

Hohe Vertriebskompetenz ist der Schlüssel zum Erfolg in der B2B-Neukundengewinnung. Entscheidend ist dabei das Verfolgen von bewährten Best-Practices. Digitalisierung und Automatisierung spielen hierbei auch eine Rolle, indem sie den Verkaufsprozess effizienter und effektiver gestalten. Mit diesen Maßnahmen können Unternehmen ihre Sales-Zyklen verkürzen, den Wert ihrer Kundenbeziehungen steigern und ihre Marktposition stärken. Indem Unternehmen kontinuierlich ihre Strategien anpassen und verbessern, können sie die Herausforderungen der B2B-Neukundengewinnung meistern und sich erfolgreich im Wettbewerb behaupten.

© 2026 plicatec business development GmbH

Erreichen Sie mit plicatec maximale Umsätze und nachhaltigen Erfolg in der B2B-Neukundengewinnung!

Sprechen Sie mit uns, wie Sie Ihre Ziele schnell und effizient erreichen. Hierbei unterstützen wir Sie gerne.

Die nächsten Schritte:

>LINK ZUM ERKLÄRVIDEO< >LINK ZUM POTENZIALCHECK<

Gerne besprechen wir alles, was Sie zum Thema Neukundengewinnung interessiert. Vereinbaren Sie ein kostenloses Erstgespräch.



Martin Dück
Business Development
martin.dueck@plicatec.com

>JETZT ERSTGESPRÄCH BUCHEN<
oder auch hier per QR-Code:

© 2026 plicatec business development GmbH

Kontakt zu uns

Kontaktaufnahme und weiterführende Schritte

Wir hoffen, dass Ihnen unser Report wertvolle Einblicke und praxisnahe Strategien für die erfolgreiche B2B-Neukundengewinnung vermittelt hat. Wenn Sie weitere Fragen haben oder tiefergehende Informationen wünschen, zögern Sie nicht, uns zu kontaktieren.

Unser Team von Experten steht Ihnen gerne für ein persönliches Gespräch zur Verfügung, um individuelle Lösungen für Ihr Unternehmen zu erarbeiten und gemeinsam neue Wege zur Erschließung potenzieller Kunden zu finden.

Kontaktieren Sie uns noch heute, um einen Termin zu vereinbaren und den ersten Schritt zu einer erfolgreichen Zusammenarbeit zu machen. Wir freuen uns darauf, Sie auf Ihrem Weg zum Vertriebserfolg zu begleiten.

Kontaktinformationen:

plicatec business development GmbH

Jechtinger Straße 11

D-79111 Freiburg

Telefon: +49 761 21684 0

E-Mail: plicatec@plicatec.com

Die nächsten Schritte:

>LINK ZUM ERKLÄRVIDEO< >LINK ZUM POTENZIALCHECK<

© 2026 plicatec business development GmbH

Lassen Sie uns gemeinsam Ihre Vertriebsziele erreichen und Ihren Umsatz maximieren!

Über plicatec

Unternehmensgeschichte und -philosophie

Seit unserer Gründung im Jahr 2007 hat sich plicatec als Experte für die schnelle und effiziente Erschließung neuer Märkte und Kunden im B2B-Bereich etabliert. Der persönliche Kontakt und Dialog mit Budgetverantwortlichen und Entscheidern stehen im Mittelpunkt unserer Arbeit. Wir vereinbaren qualifizierte und vielversprechende Termine, sodass Sie die richtigen Zielpersonen im Zielunternehmen zur optimalen Zeit und häufig vor dem Hintergrund konkreter Projekte treffen.

Unsere Expertise und Leistungen

Unser Team aus Marktexperten und Vertriebsprofis unterstützt Sie dabei, Ihre Business Development Zyklen zu verkürzen und begleitet Sie über den gesamten Angebotsprozess hinweg bis zum erfolgreichen Abschluss. Mit unserem umfassenden Leistungsportfolio setzen wir alles daran, Ihren Erfolg in der Neukundengewinnung zu sichern und den Wert Ihrer Kundenbeziehungen nachhaltig zu steigern.

© 2026 plicatec business development GmbH

Weitere Ressourcen und Angebote

Um Ihre B2B-Neukundengewinnung noch erfolgreicher zu gestalten, bieten wir Ihnen eine Vielzahl an zusätzlichen Ressourcen und Dienstleistungen. Auf unserer Website finden Sie umfassende Whitepapers, Fallstudien und Praxisleitfäden, die Ihnen wertvolle Einblicke und bewährte Strategien vermitteln.

Darüber hinaus stehen unsere Vertriebs- und Marktexperten bereit, um individuelle Beratungsgespräche und Workshops zu den neuesten Trends und Technologien im B2B-Vertrieb durchzuführen. Nutzen Sie unsere maßgeschneiderten Schulungsprogramme, um Ihr Vertriebsteam kontinuierlich weiterzubilden und auf dem neuesten Stand zu halten.



Kontaktieren Sie uns für weitere Informationen zu unseren Angeboten. Gemeinsam bringen wir Ihre Neukundengewinnung auf das nächste Level.

Ihr nächster Schritt mit uns, jetzt einfach hier klicken:

>LINK ZUM ERKLÄRVIDEO< >LINK ZUM POTENZIALCHECK<

© 2026 plicatec business development GmbH

Anhang

Glossar wichtiger Begriffe

- **B2B (Business-to-Business)**
  Geschäftsbeziehungen zwischen zwei oder mehr Unternehmen.
- **CRM (Customer Relationship Management)**
  Systeme und Software zur Verwaltung von Kundenbeziehungen und -daten.
- **Lead**
  Ein potenzieller Kunde, der Interesse an den Produkten oder Dienstleistungen eines Unternehmens gezeigt hat.
- **Lead-Generierung**
  Der Prozess der Identifikation und Gewinnung von potenziellen Kunden.
- **Lead-Qualifizierung**
  Bewertung und Klassifizierung von Leads, um deren Verkaufschancen zu bestimmen.
- **Conversion Rate**
  Prozentsatz der Leads, die zu zahlenden Kunden werden.
- **Sales Funnel**
  Der Verkaufsprozess, der potenzielle Kunden vom ersten Kontakt bis zum Geschäftsabschluss begleitet.
- **Digitalisierung**
  Der Einsatz digitaler Technologien zur Optimierung und Automatisierung von Geschäftsprozessen.
- **Automatisierung**
  Die Verwendung von Technologien zur Durchführung von Aufgaben ohne menschliches Eingreifen.

© 2026 plicatec business development GmbH

- **Marketing-Automatisierung**
  Technologien und Plattformen, die Marketingaufgaben automatisieren und die Effizienz von Kampagnen erhöhen.
- **Personalisierung**
  Anpassung von Marketing- und Vertriebsmaßnahmen an die individuellen Bedürfnisse und Präferenzen des Kunden.
- **KPI (Key Performance Indicator)**
  Messgrößen zur Bewertung des Erfolgs von Geschäftsaktivitäten.
- **Dealclosing**
  Der Abschluss eines Geschäfts, bei dem ein Interessent zum zahlenden Kunden wird.
- **Business Development**
  Strategien und Maßnahmen zur Weiterentwicklung und Expansion eines Unternehmens.
- **Synergien**
  Effizienzgewinne, die durch die Zusammenarbeit verschiedener Unternehmensbereiche entstehen.
- **ROI (Return on Investment)**
  Kennzahl zur Bewertung der Rentabilität von Investitionen.
- **Feedbackschleife**
  Ein Prozess, bei dem kontinuierlich Rückmeldungen gesammelt und zur Verbesserung von Strategien und Prozessen genutzt werden.
- **Vertriebsstrategie**
  Ein Plan zur Erreichung von Verkaufszielen und zur Steigerung des Umsatzes.
- **Marktforschung**
  Systematische Sammlung und Analyse von Daten über Märkte und Zielgruppen.

© 2026 plicatec business development GmbH

- **Projektanfrage**

  Eine spezifische Anfrage eines potenziellen Kunden nach einem Produkt oder einer Dienstleistung im Rahmen eines Projekts.

© 2026 plicatec business development GmbH