

Wie Du Website-Besucher*innen mithilfe eines AI Activity Summarys sofort verstehen kannst.



AI Activity Summary



Erstelle ein Firmenprofil in Dealfront



Verfasse einen Prompt in natürlicher Sprache



Überprüfen das AI Activity Summary



Handle sofort



Gehe weiter auf Entdeckungsreise



Play

Inhaltsverzeichnis

Einführung	01
Das Problem mit der manuellen Analyse	02
Website-Besucher*innen besser verstehen dank AI Activity Summary	
Arbeitsabläufe, Schritt für Schritt	04
Best Practices & Tipps	06
Wie das AI Activity Summary Vertrieb, Marketing und Entscheidungsfindung verbessert	07
Nutze unsere kostenlosen Beispielfragen für das AI Activity Summary	08

Einführung

Du hast viel investiert, um die richtigen Firmen durch Kampagnen, Inhalte und gezielte Ansprache auf Deine Website zu locken. Doch ohne klare Einblicke sind all diese Besucherzahlen nur reine Statistik. Herkömmliche Analysetools zeigen Dir zwar, was passiert ist (z. B. Seitenaufrufe, Sitzungen, Klicks), aber nicht, warum diese Zahlen relevant sind.

Vertriebsteams können nicht einfach erkennen, welche Besucher*innen wirklich interessiert sind, und Marketingteams tun sich schwer, die Kampagnen bzw. Inhalte zu identifizieren, die zu echtem Engagement führen. Das Ergebnis sind langsame Reaktionen, verpasste Chancen und Daten, die eher wie Hintergrundrauschen als nützliche Informationen wirken.

Genau hier setzt das AI Activity Summary an.

„Du hast Schwierigkeiten zu verstehen, wer Deine Website besucht und was diese Besucher*innen interessiert? Dieses Tutorial hilft Dir, mithilfe des AI Activity Summarys die Absichten der Besucher*innen sofort zu erkennen und den Website-Traffic in konkrete Handlungen umzuwandeln.“



Sjoerd van Rijswijck, Senior Account Executive

Es wandelt Rohdaten Deiner Website sofort in klare, verständliche Erkenntnisse um. Keine Dashboards, keine Tabellen, kein Rätselraten. Nur einfache Erklärungen darüber, wer Deine Website besucht, was diese Besucher*innen interessiert und warum das für Deine nächsten Schritte wichtig ist.

Empfohlen für:

- ✓ Marketingmanager
- ✓ Vertriebsmanager
- ✓ Marketingagenturen

Erwartete Ergebnisse

- ✓ Klar formulierte Zusammenfassungen zu Unternehmensbesuchen, Themen und Interessen – in Sekunden.
- ✓ Gezielte Sales-Follow-ups und datenbasierte Marketingentscheidungen.
- ✓ Klare Sichtbarkeit, welche Kampagnen, Inhalte und Touchpoints echte Kaufabsicht auslösen.

Mit dem AI Activity Summary kannst Du:

- **Das Besucherverhalten sofort anhand einfacher, verständlicher Zusammenfassungen verstehen**
- **Sehen, welche Seiten, Produkte und Themen für jede Firma am wichtigsten sind**
- **Anhand von Erkenntnissen schnell handeln, Leads priorisieren und die Kontaktaufnahme individuell anpassen**

Das Problem mit der manuellen Analyse

Marketingteams verbringen oft Stunden damit, Analyse-Dashboards zu durchforsten und zu versuchen, aus Zahlen und Diagrammen eine kohärente Geschichte zusammenzusetzen. Sie exportieren Tabellen, gleichen Kampagnendaten ab und diskutieren, welche Kennzahlen tatsächlich relevant sind – Zeit, die sie stattdessen für die Erstellung oder Optimierung von Kampagnen nutzen könnten. Und selbst dann kommen die gewonnenen Erkenntnisse oft zu spät, um Entscheidungen in Echtzeit zu beeinflussen.

Vertriebsteams stehen vor einem ähnlichen Problem: Sie öffnen Aktivitätsprotokolle, klicken sich durch lange Listen von Seitenbesuchen und versuchen zu erraten, welche Interaktionen echtes Kaufinteresse signalisieren. Ein potenzieller Kunde besucht die Preisseite vielleicht dreimal, aber was bedeutet das wirklich? Zeigt das schon echtes Interesse? Nur einen Preisvergleich? Oder reine Neugier? Ohne den richtigen Kontext ist es fast unmöglich, diese Fragen zu beantworten.

Die Frustration auf beiden Seiten ist offensichtlich: Beide Teams ertrinken in Daten, denen es an Aussagekraft mangelt. Website-Besuche allein erzählen nicht die ganze Geschichte, und ohne Kontext lassen sie sich nicht in fundierte, zeitnahe Maßnahmen umsetzen. Dies führt zu verzögerten Follow-ups, verpassten Kaufsignalen und wertvollen Gelegenheiten, die ungenutzt verstreichen, während die Teams noch versuchen, die Zahlen zu interpretieren.

Website-Besucher*innen besser verstehen dank AI Activity Summary

Während Dir herkömmliche Analysen zeigen, was passiert ist, erklärt Dir das AI Activity Summary, warum es relevant ist und was Du als Nächstes tun solltest. Es schließt die Lücke zwischen Daten und Entscheidungsfindung und verschafft Vertriebs- und Marketingteams sofortige Klarheit über die Absichten, das Engagement und das Potenzial der Besucher*innen.

Anstatt stundenlang Dashboards zu interpretieren, erhältst Du einfache, verständliche Erklärungen, die die Aktivitäten einer Firma auf Deiner Website zusammenfassen.



Manuelle Analyse

 Stundenlanges Durchsuchen von Dashboards

 Daten ohne Kontext oder Bedeutung

 Endlose Tabellen und Exporte

 Rätselraten über Besucherabsicht

 Langsame Reaktion, verpasste Chancen

 Überforderung durch Zahlen

AI Activity Summary

 Sofortige, leicht verständliche Erkenntnisse

 Klare Erklärungen, *warum* etwas wichtig ist

 Einfache Zusammenfassungen in natürlicher Sprache

 Versteht Engagement und Kaufinteresse

 Schnelle Qualifizierung und klare nächste Schritte

 Handlungsbereite Insights, rund um die Uhr verfügbar

hättest Du einen digitalen Analysten in jedem Firmenprofil integriert: einen, der nie schläft, kein Signal verpasst und die Bedeutung hinter jedem Besuch aufzeigt.

So verwandelt das AI Activity Summary Rohdaten der Website-Analyse in umsetzbare Informationen für Deine Teams:

- **Einblicke in natürlicher Sprache:** Stelle Fragen wie „Welche Seiten hat diese Firma am häufigsten besucht?“ und erhalte in Sekundenschnelle eine klare, verständliche Antwort.
- **Automatischer Kontext zur Kundeninteraktion:** Erkenne, wie oft Firmen Deine Website besuchen, welche Inhalte sie angesehen haben und welche Themen oder Produkte ihr Interesse geweckt haben.
- **Schnelle Qualifizierung:** Identifiziere Besucher*innen mit hohem Kaufinteresse sofort und verstehe, was ihr Interesse geweckt hat.
- **Umsetzbare Zusammenfassungen:** Spare Dir Diagramme und Exporte. Erhalte prägnante Erklärungen, die Dir genau sagen, was Du als Nächstes tun solltest.

Für Marketingteams bedeutet dies, einen klaren Überblick darüber zu haben, welche Inhalte, Produkte oder Kampagnen die richtige Zielgruppe ansprechen, sodass Du Strategien verfeinern und Dich auf das konzentrieren können, was funktioniert. Für Vertriebsteams bedeutet es, genau zu wissen, welche Kunden am aktivsten sind und was ihnen wichtig ist. So kannst Du Leads priorisieren und Deine Kontaktaufnahme gezielt und präzise personalisieren.

Arbeitsabläufe, Schritt für Schritt

Nachdem Du nun weißt, was das AI Activity Summary leisten kann, ist es Zeit, es in Aktion zu erleben. Das kurze Video unten zeigt Dir, wie Du es verwendest – vom Öffnen eines Firmenprofils bis hin zur Umwandlung von Erkenntnissen in sofort umsetzbare Handlungen. Befolge die hier beschriebenen Schritte, um das Tool optimal zu nutzen.

Schritt 1 – Erstelle ein Firmenprofil in Dealfront

- Öffne in Deiner Besucher- oder Firmenliste eine beliebige Firma, die kürzlich auf Deiner Website aktiv war.
- Suche im Firmenübersichtsfeld den Abschnitt „AI Activity Summary“ – hier beginnt die Analyse Deiner Erkenntnisse.

Schritt 2 – Erhalte sofort Einblicke oder stelle normale Fragen

Du kannst die Aktivitäten einer Firma auf zwei einfache Arten erkunden.

Wenn Du eine schnelle, vorgefertigte Zusammenfassung wünschst, kannst Du einfach auf „Allgemeine Übersicht“ klicken. Dadurch erhältst Du sofort eine KI-generierte Momentaufnahme der letzten Besuche der Firma, einschließlich der wichtigsten aufgerufenen Seiten, interessanten Themen und Interaktionsmuster. Dies ist der schnellste Weg, um auf einen Blick zu verstehen, was für die jeweiligen Besucher*innen am wichtigsten ist.

Wenn Du tiefer in die Materie eintauchen möchtest, kannst Du auch Deine eigene Frage in einfacher Sprache stellen, um eine individuellere Antwort zu erhalten. Zum Beispiel:

 „Was hat dieser Besucher getan?“

 „Welche Seiten hat die Firma am häufigsten besucht?“

 „Wie oft hat diese Firma uns in letzter Zeit besucht?“

 „An welchen Produkten oder Inhalten ist die Firma interessiert?“

Für das Marketing: Finde heraus, welche Seiten die höchste Interaktion erzielen und um zu verstehen, woher Deine Besucher*innen kommen.

Für den Vertrieb: Erkenne Kaufsignale und passe die Kontaktaufnahme basierend auf den Seiten oder Themen an, die eine Firma besucht hat.

Schritt 3 – Überprüfen das AI Activity Summary

- Du erhältst eine übersichtliche, anschauliche Zusammenfassung der Besucheraktivitäten: Welche Seiten oder Produkte angesehen wurden, was besonders Aufmerksamkeit erregt hat und wie oft Besucher*innen zurückgekehrt sind.
- Die KI hebt automatisch die wichtigsten Interaktionsfaktoren und Buyer Intent-Signale hervor, sodass Du auf einen Blick erkennen kannst, welche Besucher*innen am ernsthaftesten interessiert sind.

Für das Marketing: Finde heraus, welche Kampagnen, Inhalte oder Produktseiten am besten funktionieren.

Für den Vertrieb: Verstehe, was das Interesse eines potenziellen Kunden geweckt hat, bevor Du das erste Gespräch führst.

Schritt 4 – Handle sofort

- Setze Deine Erkenntnisse sofort in Taten um.
- Du kannst die Erkenntnisse direkt in Dealfront teilen oder mit Deinem CRM synchronisieren, um eine nahtlose Zusammenarbeit zwischen den Teams zu gewährleisten.

Vertrieb: Nutze die Zusammenfassung, um die Kontaktaufnahme zu personalisieren – verweise auf bestimmte Inhalte oder Produktseiten, die besucht wurden.

Marketing: Optimierte Deine Lead-Nurturing-Kampagnen, Deine Content-Strategie oder Dein Anzeigen-Targeting basierend auf realen Interaktionsdaten.

Schritt 5 – Gehe weiter auf Entdeckungsreise

Das AI Activity Summary ist keine einmalige Funktion, sondern entwickelt sich mit Deiner wachsenden Neugier weiter. Stelle weiterführende Fragen, um ein tieferes Verständnis der Absichten Deiner Besucher*innen zu erlangen, wie zum Beispiel:

 „Hat diese Firma uns schon einmal besucht?“

 „Auf welchen Seiten haben sie die meiste Zeit verbracht?“

 „Haben sie unsere Preisseite angesehen?“

Jede Frage fügt eine weitere Kontextebene hinzu und hilft Dir, Dein Verständnis dafür zu schärfen, was das Interesse weckt und worauf Du Dich im nächsten Schritt konzentrieren solltest.

Best Practices & Tipps

Das AI Activity Summary ist am effektivsten, wenn Du es nutzt, um Erkenntnisse in konkrete Maßnahmen umzusetzen. Es geht nicht nur darum zu wissen, wer Deine Website besucht, sondern auch darum zu verstehen, warum Besucher*innen da sind, wofür sie sich interessieren und wie Du sinnvoll darauf reagieren kannst. Diese bewährten Vorgehensweisen helfen Dir, schnell und sicher von der Erkenntnis zur Wirkung zu gelangen.

Stelle konkrete Fragen

Je klarer Deine Frage, desto präziser die Antwort. Anstatt allgemeine Fragen wie „Was hat diese Firma getan?“ zu stellen, konzentriere Dich lieber auf gezieltere Fragen, zum Beispiel: „Welche Seiten hat diese Firma besucht, bevor sie unseren Leitfaden heruntergeladen hat?“ oder „Hat diese Firma unsere Preisseite im letzten Monat besucht?“ Je mehr Kontext Du lieferst, desto präziser und nützlicher wird die Zusammenfassung der KI.

Konzentriere Dich auf Trends, nicht die Ausnahme

Einzelne Besuche sind zwar interessant, aber Muster sind aussagekräftiger. Nutze das AI Activity Summary im Zeitverlauf, um wiederkehrende Interaktionen zu erkennen, beispielsweise wiederholte Besuche derselben Produktkategorie oder anhaltendes Interesse einer bestimmten Firmenabteilung. Diese Trends geben oft Aufschluss über die Kaufabsicht und helfen dem Marketing, die Zielgruppenansprache zu verfeinern, während der Vertrieb einen klaren Überblick darüber erhält, wer kurz vor einer Kaufentscheidung steht.

Zusammenarbeit über verschiedene Teams hinweg

Die besten Ergebnisse erzielst Du, wenn Marketing- und Vertriebsteams ihre Erkenntnisse teilen. Marketingfachleute können den Vertrieb informieren, wenn eine passende Firma Anzeichen für ein gesteigertes Engagement zeigt, während der Vertrieb Feedback dazu geben kann, welche Inhalte oder Kampagnen zum erfolgreichen Abschluss von Geschäften beigetragen haben. Indem Du das AI Activity Summary als gemeinsame Informationsebene nutzt, schaffst Du einen engeren Feedback-Kreislauf und stellst sicher, dass beide Teams auf dieselben, aktuellen und kontextbezogenen Erkenntnisse zurückgreifen können.

Handle jetzt, solange Interesse besteht

Timing ist entscheidend. Sobald Du einen Anstieg der Website-Interaktionen feststellst (z. B. mehrere Besuche innerhalb kurzer Zeit oder wiederholte Aufrufe Deiner Preis- oder Lösungsseiten), solltest Du innerhalb von 24 bis 48 Stunden Kontakt aufnehmen. Dann ist das Interesse am größten und die Informationen am präsentesten. Das AI Activity Summary hilft Dir, diese Momente automatisch zu erkennen, sodass Du reagieren kannst, solange das Interesse noch vorhanden ist.

Nutze es zur Content-Optimierung

Deine Website-Daten zeigen Dir, welche Inhalte Deine Zielgruppe wirklich ansprechen. Nutze AI Activity Summaries, um herauszufinden, welche Blogbeiträge, Ratgeber oder Produktseiten das größte Engagement – also nicht nur Klicks – generieren. Stärke diese Themen anschließend, indem Du verwandte Inhalte erstellst, ähnlichen Content bewirbst oder Du bestimmte Kampagnen stärker hervorhebst. So entsteht mit der Zeit ein Content-Ökosystem, das kontinuierlich Besucher*innen mit hoher Kaufabsicht anzieht.

Priorisiere Dein ICP anhand realer Engagement-Daten

Nutze das AI Activity Summary zusammen mit der KI-Anreicherung und den Listenbenachrichtigungen, um sofort zu erkennen, welche Firmen die stärksten Kaufsignale senden. Anstelle statischer Listen erhältst Du eine dynamische, KI-gestützte Ansicht Deines ICP, angereichert mit firmografischen Daten wie Firmengröße und Branche sowie Echtzeit-Einblicken in das Nutzerverhalten, z. B. welche Seiten oder Inhalte am häufigsten aufgerufen wurden.

So kannst Du Accounts mit hoher Kaufabsicht priorisieren, Veränderungen im Interesse im Zeitverlauf verfolgen und den Vertrieb schnell über die Firmen informieren, die am ehesten zu Kunden werden.

Wie das AI Activity Summary Vertrieb, Marketing und Entscheidungsfindung verbessert

Bei konsequenter Anwendung führt das AI Activity Summary zu messbaren Verbesserungen in Geschwindigkeit, Klarheit und Leistung sowohl im Vertrieb als auch im Marketing.

Schnellere Erkenntnisse, weniger Rätselraten

Das AI Activity Summary zeigt nicht nur, wer die Seite besucht hat, sondern erklärt auch, was Besucher*innen getan haben und warum das relevant ist. Anstatt Aktivitätsprotokolle oder Analyse-Dashboards zu durchforsten, erhältst Du sofort verständliche Zusammenfassungen, die Muster, Prioritäten und Kaufabsichten aufzeigen. Es geht also nicht darum, die Datenanalyse zu ersetzen, sondern sie mühelos in die Praxis umzusetzen.

Wirkungsvollere Öffentlichkeitsarbeit und Kampagnen

Vertriebsteams können die Kundenansprache personalisieren und authentisch wirken, indem sie auf die Seiten oder Inhalte verweisen, die eine Firma besucht hat.

Marketingteams können ihre Strategie anhand der Interaktionen der Käufer optimieren und ihre Ressourcen dort einsetzen, wo sie die größte Wirkung erzielen. Gemeinsam agieren beide Teams schneller, reagieren intelligenter und schließen den Kreislauf zwischen Traffic und Umsatz.

Nutze unsere kostenlosen Beispielfragen für das AI Activity Summary

Um Dir den Einstieg zu erleichtern, findest Du hier einige vorgefertigte Beispiele, die Du sofort ausprobieren kannst. Nutze sie als Grundlage und passe sie an die individuellen Ziele oder Kampagnen Deiner Firma an.

Fürs Marketing:



„Welche Seiten verzeichnen diesen Monat die meisten wiederholten Besuche?“



„Welche Inhalte sind bei Firmen unserer Zielbranche am beliebtesten?“



„Welche Besuche*innen zeigen das höchste Engagement in unserer aktuellen Werbekampagne?“

Für den Vertrieb:



„Was hat diese Firma in der letzten Woche auf unserer Web



„Hat sich diese Firma kürzlich unsere Preis- oder Produktvergleichsseiten ange



„Für welche Themen oder Produktbereiche interessiert sie sich

Für gemeinsame Vertriebs- und Marketingaktivitäten:



„Welche Produkte oder Lösungen scheinen für Besucher*innen an



„Zeigen Zielkunden in diesem Quartal ein erhöhtes Engagement?“



„Welche Seiten rufen Besucher*innen mit hoher Conversion Rate

Durch die richtigen Fragen wandelst Du die Website-Aktivitäten in klare, kontextbezogene Erkenntnisse um, auf die Marketing und Vertrieb sofort reagieren können. So werden Daten zu Entscheidungen und Entscheidungen zu Umsatz.



Dieses Play wurde von Dealfront erstellt

Dealfront – die einzigartige Go-to-Market-Plattform für Europa – gibt Vertriebs- und Marketingteams die präzisesten B2B-Daten und Insights an die Hand, um europäische Märkte zu gewinnen.

Über 10.000 Unternehmen vertrauen auf Dealfront für bessere Leads, mehr Deals und höchste DSGVO-Konformität.

Kontakt

Sprich mit unserem Vertrieb

+49 721 500 57 501
sales@dealfront.com
[Demo buchen](#)

Kontaktiere unseren Support

+49 721 500 57 500
support@dealfront.com
[Help Center besuchen](#)

Allgemeine Anfragen

info@dealfront.com



Bereit für eine Demo?

Transformiere Deine Pipeline – mit Dealfront. Finde noch heute heraus, wie Deine Teams mit aktuellen Firmendaten und smartem Targeting messbare Umsätze erzielen können.

[Demo buchen](#)

The screenshot displays the Dealfront web application interface. At the top, there's a navigation bar with 'dealfront' logo and tabs for 'Target', 'Leadfeeder', and 'Promote'. Below this, a sidebar on the left contains icons for search, list, and other functions. The main content area shows a list of companies under the 'Companies' tab, which has a '60M' badge. The list includes entries for Secupay, Kash, Stripe, Klarna, and Spotify, each with details like employee count, industry, location, and website. To the right of the list, there are filter options for 'Branche' (Industry), 'Standort' (Location), 'Umsatz' (Revenue), 'Firmen' (Companies), and 'Jobtitel' (Job Titles). A 'Contacts' tab with a '400M' badge is also visible. Overlaid on the bottom left of the screenshot is a callout box with a gold bell icon, stating '33+ Trigger Events in Echtzeit' (33+ Trigger Events in Real-time). Another callout box on the bottom right states '100+ Filteroptionen' (100+ Filter options). A blue arrow points towards the bottom right corner of the screenshot.