

Go-To-Market-Automation

Von fragmentierten Daten zu Outbound, der sitzt.

CRM-Systeme sind da. Daten auch. Aber sie arbeiten nicht zusammen. Veraltete Kontakte, fehlende Firmendaten, keine Intent-Signale. SDRs verbringen 10–15 Stunden pro Woche mit manueller Recherche statt mit Gesprächen. Outbound-Kampagnen laufen ohne Kontext. Bounce-Rates von 15–20 % kosten Pipeline und Reputation.

Go-To-Market-Automation ist kein Tool-Setup. Es ist das technische Fundament für Outbound, der auf Strategie basiert – nicht auf Hoffnung. Wir verbinden CRM, Datenanreicherung und Intent-Erkennung zu einem lernenden System. Mit automatischer Validierung vor jedem Outreach. Damit Vertrieb dort ansetzt, wo echtes Potenzial liegt.

Für wen ist Go-To-Market-Automation geeignet?

- B2B-Unternehmen mit 50–500 Mitarbeitern, bei denen Outbound ein relevanter Kanal ist
- Vertriebsteams mit SDRs/BDRs, die mehr Zeit mit Recherche verbringen als mit Gesprächen
- Unternehmen mit CRM im Einsatz, das unter seinem Potenzial bleibt
- Organisationen, die GTM-Effizienz systematisch verbessern wollen – nicht punktuell

Typische Einstiegssituationen:

- „Unsere CRM-Daten sind ein Chaos. Wir wissen nicht, wo wir anfangen sollen.“
- „Unsere SDRs verbringen mehr Zeit mit Recherche als mit Outreach.“
- „Wir zahlen für HubSpot – und unsere Reps googeln trotzdem jeden Kontakt manuell.“
- „Die Konkurrenz war schneller dran – wir hatten das Signal nicht gesehen.“

Nutzen auf einen Blick:

- **Bounce-Rate** von 15–20 % auf unter 3 % – durch Validierung vor jedem Outreach
- **10–15 Stunden Recherchezeit** pro Woche und SDR einsparen
- **Intent-Signale** systematisch erkennen: Webseitenbesuche, Jobwechsel, Funding-Events
- **CRM bleibt Single Source of Truth** – Enrichment läuft im Hintergrund
- **Personalisierung** mit echtem Kontext statt generischer Templates

Was ist drin?

- **CRM-Integration und Grundkonfiguration:** Bidirektionale Synchronisation zwischen CRM und Enrichment-Plattform
- **Data Cleaning und Normalisierung:** Bestehende Daten bereinigen, standardisieren, anreicherungs-fähig machen
- **Enrichment-Workflows:** Automatische Anreicherung mit Firmografika und Kontaktdaten aus 150+ Quellen
- **E-Mail- und Telefon-Validierung:** Automatische Prüfung vor jedem Outreach
- **Intent-Signal-Setup:** Relevante Signale erkennen und ins CRM überführen
- **KI-basierte Research-Workflows:** Automatische Account-Recherche für personalisierte Ansprache

Wie läuft das ab?

Durchführungszeitraum: 4–8 Wochen (Setup) + laufende Betreuung

Ort: Remote

Umsetzung: durch Managing Partner und GenAI Automation Consultant

Ergebnis: Typische Verbesserungen nach Setup

Metrik	Vorher	Nachher
E-Mail Bounce-Rate	15–20 %	< 3 %
SDR-Recherchezeit	10–15 h/Woche	< 2 h/Woche
Datenabdeckung Kontakte	40–60 %	85–95 %
Zeit bis Outreach	24–48 h	< 1 h

Was kostet das?

Preisrahmen: ab 15.000 €

Variablen: Größe und Qualität des CRM-Datenbestands, Anzahl der Datensätze, Komplexität der Intent-Signale, Personalisierungstiefe

Was sind die nächsten Schritte?

Ein kurzes Gespräch zur Einordnung: Wo steht die GTM-Infrastruktur heute? Wo liegt der größte Hebel – Datenqualität, Intent-Erkennung oder Personalisierung? Wir denken Daten, Automatisierung und Outbound als System. Nicht als Toolsammlung.



Direkter Kontakt zu uns:

Raul Sfat, Managing Partner
raul@andweekly.com

Mehr erfahren?

Weitere Infos zu unserer Technologie-Kompetenz:
andweekly.com/de/kompetenzen/technologie