

Frühbucheraktion 2for1 bis 21. September 2018  
Jetzt Seminarplätze sichern!

## Online Lead Generation in der Baubranche

Nutzen Sie das Internet zur systematischen Kundengewinnung für Ihren Geschäftserfolg



Managementforum

### Online Lead Generation in der Baubranche

7. November 2018 von 9:00 – 17:00

Hotel Königshof München  
Karlsplatz 25, 80335 München, Deutschland

[www.koenigshof-hotel.de](http://www.koenigshof-hotel.de)

**Anmeldung**

Frühbucheraktion 2for1 bis 21. September 2018

Veranstalter:

Interconnection Consulting

ist der Spezialist für Kundengewinnung, Online Marketing, Vertriebsmanagement, Internationalisierung, Marktforschung

Seminarleiter und Referent: Mag. Raphael Amschl

Experte für E-Commerce und Online Marketing

Vortragender Ing. Peter Berger, BA, CMC

Management Beratung Interconnection Consulting Wien

Weitere Informationen zu den Referenten und zu Referenzen am Ende dieser Einladung.

Zielgruppe: Geschäftsführung, UnternehmerInnen, Marketing, Vertrieb

Konferenzsprache: Deutsch

Preis: 990€ pro Teilnehmer (Verpflegung während des Seminars, Mittagmenü, Vortragsunterlagen inklusive)

## Einladung zum Managementforum: Online Lead Generation in der Baubranche

### Nutzen Sie das Internet zur systematischen Kundengewinnung für Ihren Geschäftserfolg!

Haben Sie eine Strategie wie Sie Kunden über das Internet für Online - und Offline Geschäfte generieren?

Das Internet hat die Regeln in der Baubranche (z.B. Hausbau, Fenster, Türen, Bodenbeläge, Lüftungs- und Heizsysteme, Baustoffe, etc.) grundlegend geändert. Traditionelle Kunden, die nur offline Informationen suchen, sterben aus. Im Rahmen einer Kaufentscheidung, bei B2B-Geschäften wie auch im B2C-Bereich, werden Informationskanäle online und offline in beliebiger Reihenfolge genutzt. Kunden geben durch Ihr Suchverhalten ihre Interessen preis und damit wertvolle Informationen für Ihr Unternehmen.

Sie müssen als Unternehmen die Customer Journeys analysieren und mit überzeugenden Webseiteninhalten und Kampagnen Ihre Kunden abholen.

Durch eine systematische Lead Generation Strategie kann man einen hohen Prozentsatz dieser anonymen Interessenten in der Baubranche, zu heißen personalisierten Leads für sein Unternehmen verwandeln, um in weiterer Folge online und offline erfolgreich Geschäfte zu machen. Dieser Lead Generation Prozess ist sehr komplex, mehrstufig und wird häufig abteilungsübergreifend oder im Rahmen einer Kooperation, z.B. Hersteller → Händler, realisiert. Eine klare Vision mit Zielen, fundierte Planung, die Festlegung von Erfolgskennzahlen sowie die effektive Verwertung generierter Leads sind unabdingbar, um am hart umkämpften Online-Markt in der Baubranche als Sieger hervor zu gehen.

Wir laden Sie sehr herzlich zu unserem Managementforum „Online Lead Generation in der Baubranche“ ein, wo wir Ihnen maßgeschneiderte Strategien, innovative Konzepte und Tools praxisbezogen vorstellen, damit Ihr Unternehmen das große Potenzial des Internets zur Kundengewinnung bestmöglich ausschöpft!

Dazu präsentieren wir für Sie:

- Aktuelle Trends, Geschäftsmöglichkeiten und Herausforderungen – Wie das Internet die Baubranche revolutioniert!
- Strategien zur Lead Generierung über das Internet für Online- und Offline-Geschäfte (indirekte Vertrieb oder direkter Vertrieb B2B oder B2C (maßgeschneidert für unsere Teilnehmer)
- Ausrichtung der Homepage als Verkaufsmaschine: Wie man systematisch und nachhaltig Leads generiert
- Suchmaschinenoptimierung 2018 in der Baubranche: Zielgruppenspezifische Webpräsenz, der Schlüssel zum Erfolg!
- Umsatzmotor oder Eurograb? Anforderungen an kundenorientierte Online Marketing Kampagnen zur Lead Generierung für Neubau- und Renovierungskunden, wie auch im B2B Bereich.
- Tit-for-Tat als neue Internetwährung – Wie komme ich zu neuen Adressen, trotz DSGVO?
- Lead Generation Prozess: Technologien, Kommunikationsketten, Geschäftsmodelle praxisbezogen vorgestellt
- Lead Management: Konzepte und Tools für mehr Transparenz in der Lead Pipeline
- Lead Pflege: personalisierte Leads bewerten und verwerten und gleichzeitig die Verkaufsabschlussrate maximieren!

Die Teilnehmerzahl ist auf 12 begrenzt, wodurch es mir möglich ist, individuell auf Teilnehmer einzugehen. (Vorab-Teilnehmeranalysen z.B. Webseiten, AdWords, Newsletter, Social Media Auftritt, etc.)

Wir bitten um frühzeitige Anmeldung. Ich freue mich Sie persönlich in unserer Veranstaltung zu treffen!

Mit freundlichen Grüßen  
Raphael Amschl  
Seminarleiter und Referent

### Management Forum: Online Lead Generation in der Baubranche

am 7. November 2018 von 9:00 -17:00 Uhr im Hotel KÖNIGSHOF München  
Karlsplatz 25, 80335 München, Deutschland

**Preis: 990 EUR pro Teilnehmer**

Verpflegung während des Seminars, Mittagmenü, Vortragsunterlagen, inklusive

**Anmeldung**

**Profitieren Sie als Frühbucher:**

Bis einschließlich 21. September 2018 gilt die „Two for One Aktion“

- für einen zahlen, zu zweit teilnehmen“. Gültig für Teilnehmer eines Unternehmens.

## 1. Online Lead Generation Projekte in der Baubranche

Unabhängig ob B2B oder B2C Kunde, bei der Informationssuche ist es mittlerweile Standard sich vorab im Internet zu informieren. Im Zuge des Kaufentscheidungsprozesses verwenden Kunden verschiedene Kanäle abwechselnd aus der Offline – und Online-Welt. Diese Customer Journeys in der Baubranche müssen entsprechend analysiert, betreut und abgearbeitet werden.

Sie müssen als Unternehmen, egal ob Hersteller, Händler, etc. in der Baubranche (z.B. Fertighäuser, Massivhäuser, Fenster, Türen, Bodenbeläge, Heiz- oder Kühlsysteme, Baustoffe, etc.) online und offline können. Sie brauchen klare Strategien um das Potenzial des Internets zur Kundengewinnung voll auszuschöpfen, um aus generierten Leads online und offline bestmöglich Geschäfte abzuschließen.

In meist komplexen und mehrstufigen Lead Generation Prozessen scheitern Unternehmen in unterschiedlichen Bereichen, z.B. bei der Suche nach neuen Kunden (Marketing Strategie), aber auch bei der Pflege bzw. Verarbeitung von Leads (Kommunikationsketten, Kompetenzverteilung) bis hin zur heißen Verkaufsabschlussphase (Controlling-Systeme für Transparenz in der Lead Pipeline).

Im Eröffnungsvortrag präsentieren wir Strategie-Konzepte und wesentliche Bausteine von der Planung bis hin zur Umsetzung, damit Ihre Lead Generation Projekte nicht zum Eurograb mutieren.

In diesem Vortrag zeigen wir Ihnen:

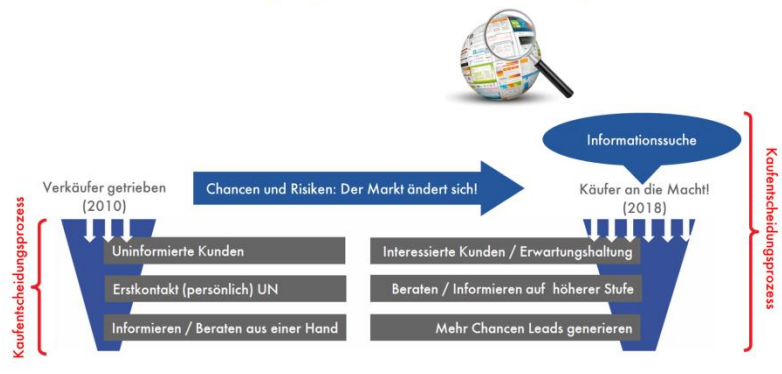
- Planung und Umsetzung von Lead Generation Projekten für Neubau, Renovierungskunden und B2B Geschäfte
- Wie man systematisch Leads im Rahmen der Customer Journeys generiert und effektiv umsetzt: z.B. Ansprache von Endkunden um B2B Geschäft anzukurbeln, direkter Vertrieb B2B oder B2C, mehrstufiger Vertrieb, etc.
- Tit-for-Tat als neue Internetwährung – Wie komme ich trotz DSGVO zu Adressen, was erwarten Kunden und wie präsentiere ich diese Inhalte?
- Lead Generation Prozesse: Definition der Kommunikationskette, Schnittstellen, Kompetenzen, etc.
- Strategische Ausrichtung der Homepage als echte Verkaufsmaschine in der Baubranche
- Dos und Dont's bei der Umsetzung von Lead Generation Projekten

### 1. Entwicklung und Rolle des Online Marktes

### 1. Entwicklung und Rolle des Online Marktes

Customer Journey - Kunden nutzen Online- und Offline-Kanäle in beliebiger Reihenfolge!

Social Internet hat die Regeln geändert: Verkauf ist käufergetrieben!



Der Nutzen für Sie:

- Sie können Customer Journeys analysieren und systematisch Leads generieren!
- Sie erreichen Ihre Kunden, z.B. Neubau- und Renovierungskunden, DIYs, etc. auf den richtigen Kanälen
- Entwicklung eines optimalen Leistungsmix ausgerichtet an Ihrer Zielgruppe
- Mehr Leads – Mehr Verkaufschancen – Mehr Geschäft!
- Effizienter Ressourceneinsatz im Unternehmen im Rahmen von Lead Generation Projekten

Diskussionsrunde

- Darf man als Unternehmen das Internet ignorieren?
- Wieso scheitern so viele Lead Generation Projekte in der Implementierungsphase?

## 2. Alle Wege führen zur Homepage - Der Umsatzmotor darf nicht ins Stocken geraten!

Kunden können nicht mehr ohne Google, B2B und B2C werden fleißig Informationen zu Herstellern, Händlern, Produkten, Projekten, Lösungen, etc. eingeholt. Bei der Suche werden wertvolle Daten für Unternehmen preisgegeben. Die Analyse, was Menschen interessiert bzw. bewegt (B2B und B2C), ist gleichzeitig der Startpunkt für eine erfolgreiche Gestaltung der Homepage als Leadmaschine. Neben der Inhaltlichen Gestaltung muss Ihre Homepage natürlich durch Präsenz im Web bestehen. Ihre Homepage muss für Ihre Zielgruppen sichtbar sein und auf ganzer Linie überzeugen! Das hört sich einfach an, bereitet aber selbst großen Unternehmen massive Probleme, wie wir in zahlreich umgesetzten Projekten festgestellt haben.

In diesem Vortrag erörtern wir praxisnah Schwierigkeiten von Unternehmen bei der strategischen Ausrichtung sowie inhaltlichen und technischen Gestaltung ihrer Webseiten. Dabei gehen wir auch auf die Homepagegestaltung von Seminarteilnehmern ein, die vorab von mir analysiert werden. Die Teilnehmer werden vor dem Seminar telefonisch kontaktiert, um die Analysen besser auf Ihre Bedürfnisse abzustimmen.

### Wir präsentieren Ihnen folgende Themen:

- Der Masterplan für Ihre Homepage: Welchen Zweck soll die Webseite erfüllen und wie bindet man diese sinnvoll in sein Marketing Konzept ein? ( Ich analysiere Ihre Webseite und liefere ggf. maßgeschneiderte Optimierungstipps)
- B2B und B2C: Wie schafft man dauerhaft Leads und muss Zielseiten gestalten, damit Webseitenbesucher zu Kunden werden?
- Content ist King – Wie bringe ich unterschiedlichen Zielgruppen unter einen Hut? Wer holt die Renovierungskunden ab, welche Inhalte überzeugen Neubaukunden, wie komme ich zu DIY-Kunden? Wie sieht es mit B2B Kunden aus?
- Homepagepräsenz bei Google – welche technischen Aspekte stehen 2018 im Fokus?
- Lead Generierung für Geschäftspartner / Händler - Tools und Konzepte zur Nachverfolgung
- Klassifizierung und Pflege von Homepage-Leads mit Verkaufsabschluss in der Online- oder Offline Welt
- Homepageanalyse: Wie präsent bin ich? Was macht die Konkurrenz? Wie sieht meine Performance aus? Zeitgerecht analysieren und optimieren für höhere Verkaufsraten.
- Einfluss von mobilen Endgeräten bei der strategischen und inhaltlichen Gestaltung der Webseite
- Dos und Don'ts bei der Homepagegestaltung mit praktischen Beispielen

### Internet als Verkaufsmaschine nützen!

#### Umsatzmotor Internet: Alle Wege führen zur eigenen Webseite!



### Online Lead Generation

#### Mit dem richtigen Content und Tool Mix zum Google King!

### Der Nutzen für Sie:

- Sofort umsetzbare praxisorientierte Tipps für die Leadgenerierung über Ihre Homepage für Online- und Offline-Geschäfte (Können Sie auch mit Ihrer Agentur gemeinsam umsetzen)
- Sie erkennen Stärken/Schwächen Ihrer Webseite und von Ihrer Konkurrenz und können bei Bedarf sofort optimieren
- Erhöhen Sie durch maßgeschneiderte L die Verkaufsabschlussrate

### Diskussionsrunde:

- Homepagestrategien der Seminarteilnehmer?
- Warum gehen viele Homepage Leads verloren?



### 3. Online Lead Generation Tools & Konzepte: Effektiver Kundenfang in der Baubranche!

Der große Technologiewechsel hat im Online-Marketing bereits stattgefunden, bestimmte Netzwerke, Portale, Kommunikations-tools haben sich in der Baubranche etabliert. Jetzt werden Geschäftsmodelle angepasst. Es gilt herauszufinden, wie man bestehendes Werkzeug bestmöglich für seine Zielgruppen einsetzt um sich von der breiten Masse abzuheben. Dabei gilt es Online Lead Generation Kampagnen so exakt wie möglich auf seine Zielgruppen abzustimmen und mit dem richtigen Mix aus Inhalten und Tools zu überzeugen.

Wir stellen Online-Marketing Konzepte und Tools vor, die sich in der Praxis innerhalb der Baubranche bewährt haben und wo wir einen Mehrwert und realistische Umsetzungsmöglichkeit für Unternehmen sehen. Dabei zeigen wir konkrete Anwendungsbeispiele aus unseren Projekten und analysieren Lead Generation Kampagnen von Seminarteilnehmern.

Wir setzen dabei folgende Schwerpunkte:

- Strategien für den richtigen Mix aus Inhalten und Tools entwickeln
- Zuerst analysieren und danach Kampagnen kundenorientiert ausrichten – Welche Tools bietet das Internet um mehr über Vorlieben der potenziellen Kunden zu erfahren? Was macht die Konkurrenz?
- Google Adwords Marketing 2018 – Interessenten abholen, Loyalität steigern, Brandmarketing, Kunden zurückgewinnen, Neue Leads durch Empfehlungen generieren! Wir zeigen wie Sie das mächtigste Online-Marketing-Instrument maßgeschneidert für Ihr Unternehmen einsetzen und Eurograb-Kampagnen vermeiden.
- Youtube, Portale, Blogs, Facebook und Co! Welche Tools sind für meine Lead Generation Projekte sinnvoll, wie manage ich das effizient?
- Worauf muss man im Rahmen der Lead Generierung achten, um das Zusammenspiel von Kampagnen und Homepage bestmöglich umzusetzen?
- B2B Lead Generation Projekte – Wir präsentieren erfolgreiche Beispiele aus der Praxis, gehen aber auch auf typische Probleme ein

#### Das and Don'ts bei der Online Lead Generierung mit Adwords

#### Lead Generierung in der Baubranche

Nehmen Sie die richtigen Interessenten mit an Board?

Das and Don'ts bei der Online Lead Generierung über Adwords

Auch eine Möglichkeit Geld zu verbrennen!

Was passiert, wenn nichts passiert...

Heizungswechsel mit der Nr. 1

- Schnell & einfach zur neuen Heizung
- Heizungswechsel im Komplettpaket
- Planungssicherheit durch Festpreis

Der Nutzen für Sie:

- Praxisbezogener Input, den Sie sofort mit Ihren Lead Generation Tools umsetzen können
- Blick über den Tellerrand: Profitieren Sie von Konzepten zur Kundengewinnung aus anderen Branchen
- Maßgeschneiderte Kampagnen zur Generierung von heißen Leads für eine effizienten Akquisitionsprozess
- Sie verschlafen keine Trends und setzen auf die richtigen Tools!

Diskussionsrunde:

- Wann machen Brand-Image Kampagnen über Adwords Sinn?
- Suchmaschinenmarketing-Kampagnen outsourcen oder intern umsetzen?

## 4. Online Lead Management im Baubereich – Transparenz in der Pipeline für nachhaltigen Geschäftserfolg!

Leads, Leads, Leads! Sie haben Ihre Hausaufgaben gemacht und fleißig Lead Generation Projekte im Unternehmen initiiert? Doch was passiert mit den Leads, die Sie über Ihre Webseite bzw. Online-Marketing Kampagnen generiert haben? Werden die Leads abteilungsübergreifend bzw. von Kooperationspartnern weiterverarbeitet oder mutieren Ihre Lead Generation Kampagnen zum Eurograb? Welche Möglichkeiten gibt es online generierte Leads in der Offline-Welt nachzuverfolgen? Wie sehe ich ob meine Händler gute Arbeit leisten und nicht nachlässig mit heißen Leads umgehen?

Wie klassifiziert man Leads, damit diese effizient an den Profiverkäufer übergeben werden können? Kann sich der Vertrieb ausreichend auf das Kerngeschäft „Verkaufen“ konzentrieren? Gibt es genügend Leads in der Pipeline? Welche Instrumente gibt es, um nachhaltigen Wachstum durch bestehende Leads bzw. neu generierte Online-Leads zu sichern? Fragen über Fragen, die wir in diesem Vortrag beantworten.

Eine klare Aufgaben bzw.- Kompetenzverteilung im Unternehmen sowie Transparenz im gesamten Online Lead Generation Prozess sind der Schlüssel zum Erfolg. In diesem Vortrag präsentieren wir Konzepte und Werkzeuge, die eine effektive Umsetzung generierter Leads nachhaltig sicherstellen.

Dabei erörtern wir praxisnah:

- Online Lead Management: Transparenz in der Lead Pipeline (Anfrage, Angebot, Pflege, Abschluss, etc.)
- Tools und Konzepte zur Bewertung und Steuerung von Geschäftschancen/Leads (B2B und B2C Beispiele)
- Effektive Aufgaben- und Kompetenzverteilung angepasst an Prozesse und Mitarbeiter
- Leadpflegeprogramm: - Gezielte Ansprache der heißen Leads in der Abschlussphase durch Superpersonalisierung (online und offline)
- Akquisitionsmuster bei Online Lead Generation Kampagnen: Goldgrube oder Eurograb?
- Effektives Schnittstellenmanagement für eine effiziente Integration der personalisierten Leads in ein CRM-System

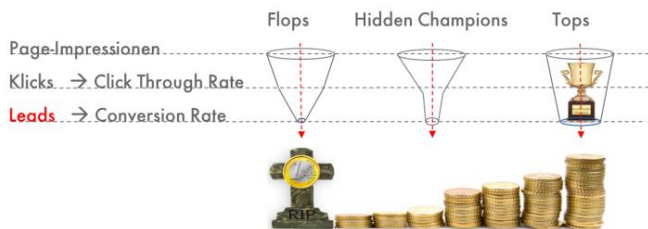
Online Lead Generierung – Controlling und Transparenz für nachhaltigen Erfolg

Lead Management Tools

### Akquisitionsmuster Online Lead Generation Projekte

### Praxisbeispiel - LEAD-Management

#### Eurograb oder Goldgrube?



GO-Kriterien				30%				GET-Kriterien				70%									
Bedarf Identifikation	Bedarfsanalyse	qual. Anfrage	akzeptierte Leistung	Investitionsabschluss	Wert	Projektleiter identifiziert	positives Erstgespräch	Buying Center bekannt	Zugang zu Entscheider	Pain/Druck	Angebot	Abschluss	Vertrag abgeschlossen	Wert	ROI	Abschlusschance	Kunde	Geschäftsmöglichkeit	gepl. AE	Wert	
10	10	10	8	5	7,3	10	10	8	8	8	3	8	6,5	6,7	67%		Kunde 9	Fenster	30.04.2014	24.000,00	
10	10	8	5		4,1	10	10	10	10	10			6,0	5,4	54%		Kunde 13	Sonnenschutz	30.06.2014	34.000,00	
10	6	7	5		3,4	10	10	8	7	10			5,2	4,6	46%		Kunde 14	Fenster, Türen	30.04.2014	14.000,00	
10	6	7	5		3,4	10	10	8	7	10			5,2	4,6	46%		Kunde 15	Wintergarten	30.10.2014	67.000,00	
10	8	6			2,3	10	10	10	9	8			5,1	4,3	43%		Kunde 1	Wintergarten	31.03.2014	6.000,00	
10	10	10	10	10	10,0	10	10	10	10	10	10	8	9,9	9,9	94%		Kunde 2	Türen	31.03.2014	4.000,00	
10	8	10	7	5	6,7	10	10	10	10	9	8	3	7,3	7,1	75%		Kunde 18	Fenster, Türen	31.03.2014	248.000,00	
10	8	10	8	8	8,3	10	10	10	10	10	8		5,5	6,3	63%		Kunde 26	Fenster	28.04.2014	13.000,00	
8	6	5	5		3,1	10	8	6	3	8	5		4,1	3,6	38%		Kunde 6	Fenster	30.06.2014	28.000,00	
10	10	10	6	8	8,1	10	10	10	10	8	8	10	8	9,2	9,2	100%		Kunde 10	Wintergarten	28.02.2014	276.000,00
10	10	10	4		4,0	10	10	10	10	8			5,5	5,1	90%		Kunde 11	Fenster, Türen	31.09.2014	48.000,00	
10	10	10	8	5	7,3	10	10	8	8	8	6		5,5	6,0	60%		Kunde 30	Türen	31.03.2014	4.000,00	

Das ist eine qualitative Bewertung!

Der Nutzen für Sie:

- Praktische Werkzeuge, damit heiße Leads nicht fahrlässig in Ihrem Unternehmen oder z.B. bei der Übergabe an Ihre Händler verloren gehen
- Maßgeschneiderte Konzepte und Tools zur Klassifizierung von Leads z.B. Fensterkunden, Hausbauinteressenten, Renovierungsprojekte, B2B-Kunden, dass sich Ihre Profiverkäufer auf das Wesentliche, das „Verkaufen“ konzentrieren können. Diese Konzepte können beispielsweise auf bestehende CRM Tools übertragen werden.
- Einen Leitfaden, wie Sie den Erfolg von Lead Generation Projekten messen können
- Optimierung von Projekten zur Kundengewinnung über das Internet hinsichtlich Effizienz eingesetzter Ressourcen und Wirkungsgrad

Diskussionsrunde:

- Warum gehen Unternehmen oft fahrlässig mit gewonnenen Leads im Internet um?
- Sind Sie mit dem Return on Investment bei Ihren Online Lead Generation Projekten zufrieden?

## Referenten

Seminarleiter und Referent: Mag. Raphael Amschl  
Experte für E-Commerce und Online Marketing

Seit 2008 bei Interconnection Consulting Berater für die Bereiche E-Commerce und Online-Marketing. Raphael Amschl hat für viele renommierte Unternehmen der Baubranche Online-Marketing Projekte analysiert, optimiert und umgesetzt. Vor seiner Zeit bei Interconnection Consulting war Raphael Amschl im technisch-organisatorischen Bereich bei Du Pont tätig, davor an der Universität Wien und an der technischen Universität Wien angestellt und für die Betreuung und Optimierung von E-Learning Plattformen im Einsatz. Absolvierte das Studium Wirtschaftsinformatik an der technischen und wirtschaftlichen Universität Wien.

Privat ist Raphael Amschl gerade selbst dabei sein Hausbauprojekt abzuwickeln, Umzug August 2018! Durch seine brandaktuellen persönlichen Erfahrungen und intensiven Austausch mit anderen Hausbauern im Internet hat er einen tiefen Einblick aus unterschiedlichen Perspektiven und weiß aus Kundensicht, wie auch aus Unternehmenssicht was gut funktioniert, wo Probleme bestehen, bzw. was sich Kunden wünschen.

Vortragender Ing. Peter Berger, BA, CMC  
Management Beratung Interconnection Consulting Wien

Peter Berger hat Vertriebsmanagement studiert und 30 Jahre Management-Erfahrung im internationalen technischen Vertrieb. Er ist Spezialist in den Bereichen absatzorientierte Unternehmensberatung, Vertriebsprozessoptimierung, CRM/CAS-Implementierung und Lead Management. Er präsentiert praxisnah Konzepte und Tools, wie Sie Ihre Vertriebs- und Absatzstrategien in unterschiedlichen Stufen optimieren und dadurch entscheidende Wettbewerbsvorteile erzielen können.

## Aktuelle Referenzen

Teilnehmer Online Lead Generation Foren von Raphael Amschl, aus den Jahren 2018, 2017 und 2016

### Online Lead Generation Teilnehmer 2018

Windor Fensterwerk  
Büdenbender Hausbau  
Hebau  
Parador  
Haustechnik Friedrich Neidhart

Salamander Industrieprodukte  
Xella Deutschland  
Lechner Massivhaus  
HELMA Massivhausbau  
Berleburger

LiSEC Holding  
Kappa Filter Systems  
HEDA Reinigungsdienst  
Brauerei Grieskirchen  
Neukunden.at  
Max Catering

ELK Fertighaus  
BRUCHA  
Sto  
aforms2web  
Geba  
ITF Filzwieser

Online Lead Generation Teilnehmer 2017

Katzbeck  
ACO  
Sika  
Rekord Fenster  
Senova Kunststoffe  
Rhomberg

Harrer  
Internorm  
Coverit  
Roto  
Lagerhaus  
Adler-Werk

Weitzer Parkett  
Lafarge Zementwerke  
Wopfinger  
Glorit Bausysteme  
Talkner Bau  
KWB Heizungshersteller

Saubermacher Dienstleistungs  
Bauen&Wohnen  
Coveris Flexibles  
Swisslife  
ISS Austria Holding

Sortimo  
Bbraun  
Capital Bank  
Ecoplus  
SEC Consult  
Kraiburg

Daikin  
Alukönigstahl  
Colosseum  
Epmedia  
A.S.E. Bebner und Partner  
Uweg

ULBRICH Maschinenbau- und Export- Import  
SFG Steirische Wirtschaftsförderungsgesellschaft  
Maschinenring  
Renault Wien  
Faigle Industrieplast  
WEIN & CO

BKS Bank  
Viessmann  
Amon's  
Storbest  
Ammerer  
Weyland



Herbsthofer Haustechnik  
EVVA Sicherheitstechnologie  
GMS GOURMET  
BABEG Kärntner Betriebsansiedlungs- & Beteiligungsgesellschaft  
Lakeside Science & Technology Park  
Avenum Technologie  
Austrian Optik

#### Online Lead Generation Teilnehmer 2016

Greiner Bio-One  
Lieb Markt  
Schlumberger Wein- und Sektellerei  
Austrian Business Agency  
Rail Cargo Austria  
Solarfocus

Wirtschaftsverlag  
Siemens  
Energie AG Oberösterreich Umwelt Service  
Autohaus Senker  
Schmachtl  
Doka  
Auer Management  
Alpen Maykestag

Drexel und Weiss  
Kauntaler Gletscherbahnen  
Best Connect  
Bank für Ärzte und Freie Berufe  
Porreal  
Honigmayr

Pusch Medical  
Kuhn Holding  
Getränkegruppe Starzinger  
TOGETHER Internet Services  
Teufelberger  
Rosenkranz  
Raiffeisen Leasing

Bramac  
Attensam  
Service and More  
AxFlow  
Doka  
Connex Marketing  
Messer Austria

AMS AG  
Verkehrsbüro Business Travel  
Uniq  
Bitbau Dörr  
Ammersin Getränkehandel  
König Maschinen  
Form-on

Heintel  
 TCM International  
 Europapier  
 Buchdruckerei Lustenau  
 Mediaprint Z&ZVerlag  
 GORNIK translators

Promot Automation  
 Begbahnen Bad Kleinkirchheim  
 Landtechnik Villach  
 May Industries  
 Nürnberger Versicherung (Garanta)  
 2F-Leuchten  
 3e Handels- und Dienstleistungs

Auszug von unseren Projektkunden aus der Baubranche der vergangenen Jahre



Bei Fragen stehe ich Ihnen gerne zu Verfügung!

Mit freundlichen Grüßen  
 Raphael Amschl  
 Seminarleiter und Referent

Tel: +43 1 585 46 23 - 19  
[amschl@interconnectionconsulting.com](mailto:amschl@interconnectionconsulting.com)