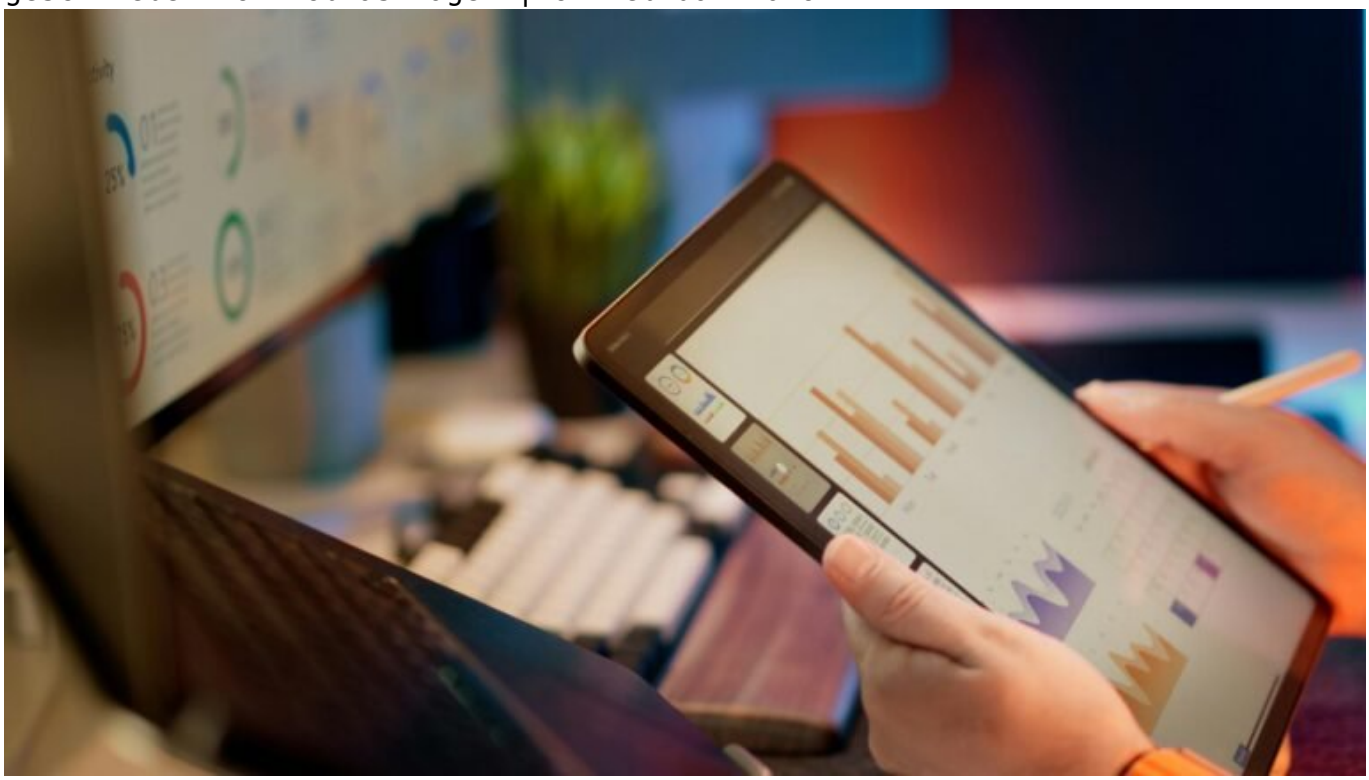
SalesViewer: Unsichtbare Kunden sichtbar machen und gewinnen

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 6. Februar 2026



SalesViewer: Unsichtbare Kunden sichtbar machen und gewinnen

Du hast Traffic auf deiner B2B-Website, aber keine Ahnung, wer dahintersteckt? Glückwunsch, dann bist du wie 95 % aller Unternehmen im Blindflug unterwegs. SalesViewer verspricht, genau das zu ändern – mit digitaler Unternehmensaufklärung auf Steroiden. Klingt nach Sci-Fi, ist aber brutale Realität im B2B-Marketing 2024. In diesem Artikel zerlegen wir das Tool bis auf die API-Ebene und zeigen dir, warum es nicht nur ein nettes Plugin ist, sondern ein potenzieller Gamechanger für dein gesamtes Vertriebssystem.

- Was SalesViewer genau macht – und warum es nicht einfach nur ein Tracking-Tool ist
- Wie SalesViewer Unternehmen identifiziert, die deine Website besucht haben
- Welche Daten du bekommst – und wie du sie sinnvoll für Marketing und Vertrieb nutzt
- Warum klassische Analytics-Tools wie Google Analytics hier komplett versagen
- Wie du SalesViewer DSGVO-konform und ohne Cookies einsetzen kannst
- Integration in CRM- und Marketing-Automation-Systeme – was wirklich funktioniert
- Schritt-für-Schritt: So richtest du SalesViewer technisch korrekt ein
- Use Cases aus der Praxis: Von Lead-Scoring bis Account-Based Marketing
- Was SalesViewer (noch) nicht kann – und wo die Grenzen liegen
- Fazit: Warum SalesViewer kein "Nice-to-have", sondern Pflicht ist

SalesViewer erklärt: Was das Tool wirklich leistet

SalesViewer ist kein weiteres Analyse-Tool, das dir Bounce Rates, Sitzungsdauer und Seitenaufrufe serviert. Es ist ein B2B-Vertriebsradar, das dir in Echtzeit zeigt, welche Unternehmen deine Website besucht haben – auch wenn sie kein einziges Formular ausgefüllt haben. Der Clou: SalesViewer identifiziert Unternehmensbesucher anhand ihrer IP-Adressen und gleicht diese mit einer firmeneigenen Datenbank ab. Klingt technisch? Ist es auch. Und genau das ist die Stärke.

Während Tools wie Google Analytics anonymisierte, aggregierte Daten liefern, geht SalesViewer einen Schritt weiter. Es enttarnt die digitalen Schattenbesucher und liefert dir firmenspezifische Informationen: Name, Branche, Standort, Unternehmensgröße, Umsatzklasse und sogar Ansprechpartner aus dem oberen Management. All das ohne Cookies und ohne invasive Tracking-Skripte.

Das Tool funktioniert ausschließlich auf Unternehmensebene. Heißt: Du siehst nicht, ob Lisa Müller aus der Einkaufsabteilung deine Website besucht hat, aber du weißt, dass "Müller Maschinenbau GmbH" aus Dortmund auf deiner Produktseite war – mehrfach, mit steigender Verweildauer. Das reicht oft, um im Vertrieb den Hörer in die Hand zu nehmen oder dem Account-Based Marketing eine neue Zielgruppe zu füttern.

SalesViewer ist kein Plugin für Hobby-Marketer. Es ist ein Tool für datengetriebene B2B-Sales-Teams, die verstanden haben, dass 97 % der Websitebesucher ansonsten für immer unsichtbar bleiben. Und genau das ändert sich hier – radikal.

Wie SalesViewer unsichtbare Websitebesucher identifiziert

Das Grundprinzip von SalesViewer basiert auf einem Reverse-IP-Lookup-Verfahren, kombiniert mit firmeneigenen Matching-Algorithmen und Machine-Learning-Komponenten. Technisch gesprochen: Die IP-Adresse eines Websitebesuchers wird in Echtzeit erfasst, mit einer Datenbank aus Millionen Unternehmensprofilen abgeglichen und mit statistischer Gewichtung einer Firma zugeordnet – inklusive Plausibilitätsprüfung und Confidence Score.

Die Datenbank, auf die SalesViewer zugreift, ist kein öffentliches Verzeichnis, sondern ein proprietärer Unternehmensindex, der regelmäßig aktualisiert wird. Ergänzt wird dieser durch Handelsregisterdaten, Branchenverzeichnisse, B2B-Datenbanken und maschinelles Crawling. Das Ergebnis: Hochpräzise Unternehmensidentifikation – auch bei dynamischen IPs oder VPN-Nutzung, sofern ein hoher Matching-Confidence-Wert erreicht wird.

Und das Beste: SalesViewer funktioniert komplett ohne Cookies. Das macht es nicht nur DSGVO-konform (dazu gleich mehr), sondern auch zukunftssicher in einer Welt, in der Browser wie Firefox und Safari Third-Party-Cookies längst blockieren und Google Chrome bald nachzieht.

Zusätzlich zur Unternehmensidentifikation liefert SalesViewer sekundäre Nutzersignale: Welche Seiten wurden besucht? Wie lange? In welcher Reihenfolge? Wie oft? Daraus lassen sich Verhaltensprofile ableiten, die du für Lead-Scoring, Retargeting oder persönliche Ansprache nutzen kannst – alles ohne dass der Nutzer jemals ein Formular ausgefüllt oder einen Consent-Banner akzeptiert hat.

SalesViewer vs. Google Analytics: Warum klassische Tools hier versagen

Google Analytics ist ein mächtiges Werkzeug – aber im B2B-Vertrieb oft komplett wirkungslos. Warum? Weil es dir keine Information darüber liefert, WER genau auf deiner Seite war. Du bekommst Sessions, Verweildauer, Seitenaufrufe – aber keine firmenspezifische Identifikation. SalesViewer schließt diese Lücke – und das mit chirurgischer Präzision.

Analytics-Tools sind darauf ausgelegt, Nutzerverhalten zu aggregieren und anonymisiert auszuwerten. Das ist toll für Conversion-Optimierung im E-Commerce, aber nutzlos, wenn du wissen willst, welche potenziellen B2B-Kunden gerade Interesse an deinem Produkt zeigen. SalesViewer dagegen identifiziert Unternehmen und liefert konkrete Handlungsimpulse für Marketing und Sales.

Ein weiterer Punkt: Google Analytics ist ohne Consent nicht nutzbar – zumindest nicht legal. SalesViewer braucht keinen Cookie-Consent, weil es keine personenbezogenen Daten speichert und keine Cookies setzt. Der gesamte Prozess läuft serverseitig und fokussiert sich auf Unternehmensdaten, nicht auf individuelle Nutzerprofile. Und genau das macht es zur DSGVO-sicheren Alternative.

Wenn du also denkst, dein Analytics-Setup sei ausreichend, weil du Heatmaps und Funnels visualisieren kannst, dann mach dir nichts vor: Im B2B brauchst du Klarheit über deine Zielkunden – nicht über deren Mausbewegungen. SalesViewer liefert genau das.

DSGVO-konformes Tracking ohne Cookies – mit SalesViewer

Cookie-Banner, Opt-ins, Consent-Management-Plattformen: Willkommen im Albtraum jedes datengetriebenen Marketers. SalesViewer umgeht dieses Minenfeld elegant – und rechtlich abgesichert. Das Tool arbeitet ohne Cookies, ohne Local Storage, ohne Fingerprinting. Die Identifikation erfolgt rein auf Basis der IP-Adresse und firmenspezifischer Daten.

Und das ist laut DSGVO zulässig – sofern keine personenbezogenen Daten verarbeitet werden. SalesViewer speichert keine Namen, keine E-Mail-Adressen, keine Geräteinformationen. Es identifiziert lediglich Unternehmen anhand öffentlich zugänglicher Informationen, ergänzt durch technische Verfahren zur IP-Dekodierung.

Das Unternehmen selbst hat ein juristisches Gutachten zur DSGVO-Konformität erstellen lassen und stellt auf Wunsch auch eine AV-Vereinbarung (Auftragsverarbeitungsvertrag) zur Verfügung. Der Serverstandort ist Deutschland, die Daten bleiben in der EU. Auch das ist ein nicht zu unterschätzender Vorteil gegenüber US-basierten Tools, die unter dem Cloud Act potenziell auskunftspflichtig gegenüber US-Behörden sind.

Fazit: SalesViewer ermöglicht ein datenschutzkonformes Tracking auf Unternehmensebene – ganz ohne Consent-Banner. Das spart nicht nur Nerven, sondern erhöht auch die Datenqualität drastisch. Denn wer klickt schon freiwillig auf “Zustimmen”, wenn die Alternative “Alle ablehnen” ist?

SalesViewer in der Praxis: Integration, Use Cases und Vertriebsautomation

Was bringt dir die schönste Besucheridentifikation, wenn sie nicht im CRM landet? Richtig: Nichts. SalesViewer bietet deshalb zahlreiche Integrationen

in gängige Systeme – von Salesforce über HubSpot bis Pipedrive und Zoho. Per API oder CSV-Export lassen sich Leads automatisiert in dein CRM einspielen – inklusive aller relevanten Datenpunkte.

Typische Use Cases in der Praxis:

- Lead-Scoring: Unternehmen mit hoher Besuchsfrequenz oder gezieltem Verhalten (z. B. Produktseite, Preisübersicht) erhalten automatisch einen höheren Score und werden priorisiert.
- Account-Based Marketing (ABM): SalesViewer zeigt dir, welche Zielunternehmen gerade aktiv sind – und du kannst gezielt Kampagnen ausspielen, ohne im Dunkeln zu tappen.
- Cold-Calling 2.0: Dein Vertrieb ruft nicht mehr ins Blaue hinein, sondern hat konkrete Indikatoren, welche Unternehmen Interesse zeigen – samt Ansprechpartner, Branche und Websiteaktivität.
- Remarketing: Durch Unternehmensdaten kannst du gezielt Retargeting-Kampagnen auf LinkedIn, Google Ads oder Facebook schalten – ohne personenbezogene Daten.

Besonders spannend: Du kannst dir eigene Triggerlogiken bauen. Beispiel: “Wenn ein Unternehmen aus Branche X zum dritten Mal die Produktseite Y besucht hat, erstelle automatisch ein CRM-Ticket und schicke eine E-Mail an den zuständigen Sales-Manager.” Willkommen im automatisierten Vertrieb 2024.

Technische Einrichtung von SalesViewer: Step-by-Step

Technisch gesehen ist SalesViewer fast schon schmerzhaft simpel – wenn man weiß, was man tut. Hier die Einrichtung in fünf Schritten:

1. SalesViewer-Account anlegen: Nach Registrierung erhältst du einen individuellen Tracking-Code für deine Domain.
2. Tracking-Snippet einbauen: Der Code muss auf allen Seiten eingebunden werden – idealerweise im <head>-Bereich. CMS-Nutzer (z. B. WordPress, Typo3) können das über ein globales Template lösen.
3. API-Zugang aktivieren: Falls du SalesViewer-Daten automatisiert ins CRM oder in eine Marketing-Automation-Plattform einspielen willst, musst du den API-Key generieren und berechtigte IPs freigeben.
4. Zielgruppensegmentierung definieren: Lege in der SalesViewer-Oberfläche Filter an – z. B. nach Branche, Unternehmensgröße oder Region. So kannst du relevante Leads priorisieren.
5. Team onboarden: Statte deinen Vertrieb mit Zugriff auf die Plattform aus, richte Alerts ein und definiere Prozesse für die Leadbearbeitung.

Und das war’s. Kein Cookie-Banner, kein Consent-Management, keine nervigen DSGVO-Lochspielereien. Einfach nur: Daten rein, Leads raus.

Fazit: SalesViewer als Pflicht-Tool für datengetriebenen B2B-Vertrieb

SalesViewer ist kein nettes Gimmick. Es ist eine Pflichtausstattung für jedes B2B-Unternehmen, das seine Website nicht als digitale Visitenkarte, sondern als Vertriebskanal versteht. Wer nicht weiß, wer auf seiner Seite war, verschenkt jeden Tag Potenzial – und liefert seinen Wettbewerbern die besseren Chancen frei Haus.

Der Markt ist voll von Tools, die viel versprechen und nichts liefern. SalesViewer ist anders: Es liefert klare, verwertbare Daten – ohne juristische Grauzonen, ohne Cookie-Zirkus, ohne technische Komplexität. Nur eins musst du selbst tun: Die Erkenntnisse auch wirklich nutzen. Denn Sichtbarkeit ist die halbe Miete – den Abschluss macht immer noch der, der handelt.