

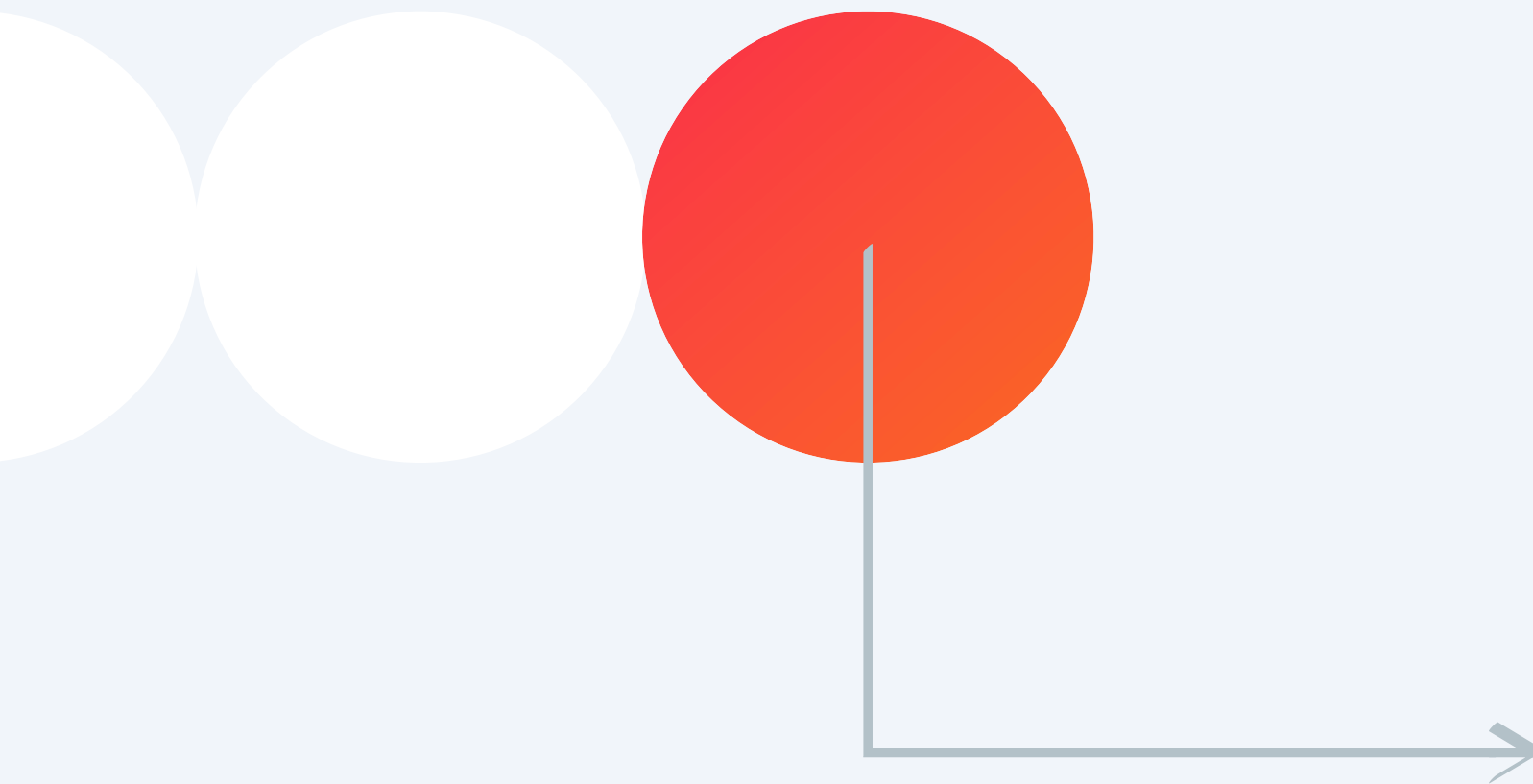
Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.

Dieses E-Book unterstützt Ihr Sales- und Marketing-Team, Leads besser zu erkennen und ihre Strategie zur Umsetzung und Ausweitung der Lead-Generierung zu verbessern.



Inhalt

Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.



Wie erreichen Sie Ihren potentiellen Kunden? **04**

04

Wie setzen Sie es in die Praxis um? **14**

14

Was Sie lernen.

Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.

Willkommen in der Welt der erfolgreichen Lead-Generierung!

In diesem E-Book erklären wir ausführlich, wie Sie mehr Leads generieren und diese zu Interessenten in Ihrem Kalender werden.

Wie können Sie Ihre Zielgruppe noch besser verstehen und mit ihr kommunizieren? Lernen Sie Strategien, mit denen Ihre Website zu einem Magneten für potenzielle Kunden wird.

Wir erklären, wie Sie das Besucherverhalten analysieren, um Ihre Kommunikation für maximalen Erfolg zu optimieren.

Erfahren Sie, wie Sie die richtige Botschaft zur richtigen Zeit übermitteln und wie Sie langlebige Beziehungen aufbauen, die zu anhaltendem Vertrauen führen.

In diesem Leitfaden erfahren Sie:

- Wie Sie Leads zum richtigen Zeitpunkt erreichen.
- Wie Sie eine erfolgreiche Strategie zur Lead-Generierung entwickeln.
- Wie Sie in der Praxis zum richtigen Zeitpunkt und auf dem richtigen Kanal mit Leads interagieren.

Unterm Strich können Sales- und Marketing-Teams potenzielle Kunden konsequenter, effektiver und effizienter ansprechen und so mehr Umsatz generieren.

Wie erreichen Sie Ihren idealen Kunden?

Warum Kaltakquise per E-Mail nicht mehr funktioniert.

Die durchschnittliche Antwortrate auf Kaltakquise-E-Mails liegt bei weniger als 1 %. Das bedeutet, dass die traditionelle erste E-Mail beim Empfänger in der Regel kein Interesse weckt.

Wie also verhindern Verkäufer, dass ihre E-Mails ignoriert werden? Ganz einfach: Indem sie relevante und überzeugende, auf die Empfänger zugeschnittene E-Mails schreiben (d.h. personalisierte E-Mails) und diese zum richtigen Zeitpunkt versenden.

Studien zeigen, dass gerade sehr personalisierte E-Mails an das entsprechende Publikum zu besseren Ergebnissen führen – z. B. mit prozentual mehr positiven Antworten und vereinbarten Meetings.

Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.

E-Mail mit hoher Personalisierung

„Ich habe gesehen, dass Sie [Maßnahmen ergreifen]. Sind Sie besorgt wegen [Challenge]? Wir haben [Unternehmenstyp] wie [ähnlicher Beispielkunde] geholfen, [Ergebnis] zu erreichen. Möchten Sie gerne mehr erfahren?“



E-Mail mit geringer Personalisierung

„Ich habe gesehen, wie Sie [in Aktion getreten sind] und dachte, wir könnten vielleicht ins Gespräch kommen ...“

Erreichen Sie richtigen Leads zur richtigen Zeit.

Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.



Um optimale Ergebnisse zu erzielen, ist es wichtig, dass Sales- und Marketing-Teams ihre Zielgruppe genau kennen.

Der erste Schritt zur Entwicklung einer effektiven Strategie zur Lead-Generierung ist, die Bedürfnisse und Prioritäten Ihrer Leads zu verstehen.

Hier finden Sie die wichtigsten Tipps zur Umsetzung. Außerdem erfahren Sie, wie Website-Besuche in ersten Meetings resultieren und schließlich in abgeschlossene Deals konvertieren.

- 1 Erkennen Sie klare Kaufsignale in verschiedenen Bereichen.
- 2 Nehmen Sie die richtigen Entscheidungsträger ins Visier.
- 3 Entwickeln Sie einen Prozess, um diese Leads zum richtigen Zeitpunkt anzusprechen.

Erreichen Sie richtige Leads zur richtigen Zeit.

1

Erkennen Sie klare Kaufsignale innerhalb verschiedener Segmente.

Nicht jeder Website-Besucher ist gleich. Viel hängt davon ab, wo er sich im Sales Funnel befindet und wie hoch die Kaufabsicht ist.

Ein Kaufsignal gibt an, wie wahrscheinlich es ist, dass ein Unternehmen oder eine Person einen Kauf tätigen wird. Diese Signale lassen sich häufig aus dem Engagement und Verhalten ableiten, das eine Person auf Ihrer Website zeigt.

Durch die Analyse dieser Signale können Sie Leads in verschiedene Kategorien oder Segmente einteilen und Ihre Folgemaßnahmen entsprechend anpassen. Beispiele hierfür sind eine lange Verweildauer auf der Preisseite, das Anfordern von Demos, die detaillierte Ansicht von Produktseiten und mehr.

Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.

Niedrig

- Inhalt anzeigen
- Neues Management
- Neue Finanzierung

Medium

- Interessiert sich für ein bestimmtes Produkt
- Schaut sich Bewertungen an
- Sieht sich Fallstudien an
- Ist für Anrufe offen

Hoch

- Kostenlose Testversion gestartet
- Formular ausgefüllt
- Preise geprüft/ Informationen angefordert

Erreichen Sie richtige Leads zur richtigen Zeit.

2

Sprechen Sie den richtigen Entscheidungsträger an.

Es mag Sie überraschen, aber nicht Sie, sondern Ihre Leads **bestimmen den Inhalt Ihrer E-Mails**. Bei Leadinfo nutzen wir unter anderem Erkenntnisse zum Website-Verhalten, zur Berufsbezeichnung und zur Branche, um unsere Zielgruppe zu definieren.

Die Datenbank von Leadinfo enthält rund 50 Millionen verschiedene Berufsbezeichnungen. Bei so vielen Berufsbezeichnungen war es für Sales-Mitarbeitende gar nicht so einfach zu wissen, ob ihren E-Mails die richtigen Leute erreichten.

Um dieses Problem zu lösen, haben wir ein Klassifizierungsmodell für maschinelles Lernen entwickelt. Dieses Modell ordnet jede Berufsbezeichnung dem Dienstalter und einer von 13 Berufskategorien zu. Teams können also ganz leicht auswählen, welche Entscheidungsträger perfekt zum Unternehmen passen, sodass es einfacher ist, immer die richtige E-Mail an den richtigen Lead zu senden.

Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.



Erreichen Sie richtige Leads zur richtigen Zeit.

3

Erstellen Sie einen Prozess, um Leads zum richtigen Zeitpunkt anzusprechen.

Der Unterschied zwischen einer Zu- oder Absage für einen Termin mit einem Lead liegt größtenteils im Timing.

Wenn Sie diesen Schritt erreichen, wissen Sie genau, was die Absicht eines Leads ist und wo er sich im Sales Funnel befindet. Darüber hinaus haben Sie Ihre Entscheidungseinheit (Decision Making Unit – DMU) ausgewählt.

Wenn Sie hier etwas Fingerspitzengefühl beweisen und Ihre Kommunikation auf die Phase des Marketing-Funnels zuschneiden (z. B. AIDA – Attention, Interest, Desire, Action), können Sie bessere Inhalte und Nachrichten senden als Ihre Konkurrenz.

Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.



Wie entwickeln Sie hier eine erfolgreiche Strategie?

Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.



Natürlich ist die personalisierte Kommunikation nichts Neues. Dennoch gibt es bei vielen Team Verbesserungsbedarf, denn die Strategie nimmt viel Zeit in Anspruch: Durchschnittlich verbringen sie 21 % ihres Tages damit, E-Mails zu schreiben.

Mit der richtigen Technologie können Verkäufer das Verhalten und Engagement von Leads auf einen Blick verstehen und so viel schneller geeignete Nachrichten versenden.

So können Teams Technologie nutzen, um ihre Herangehensweise und Interaktionen mit Leads zu optimieren.

- 1 Nutzen Sie die richtige, auf Ihren Empfänger zugeschnittene Personalisierung.
- 2 Erstellen Sie einen Kampagnenplan für Ihre Kundenakquise.
- 3 Verwenden Sie Daten, um Ihren Erfolg zu messen und ihn zu steigern.

Wie entwickeln Sie hier eine erfolgreiche Strategie?

1

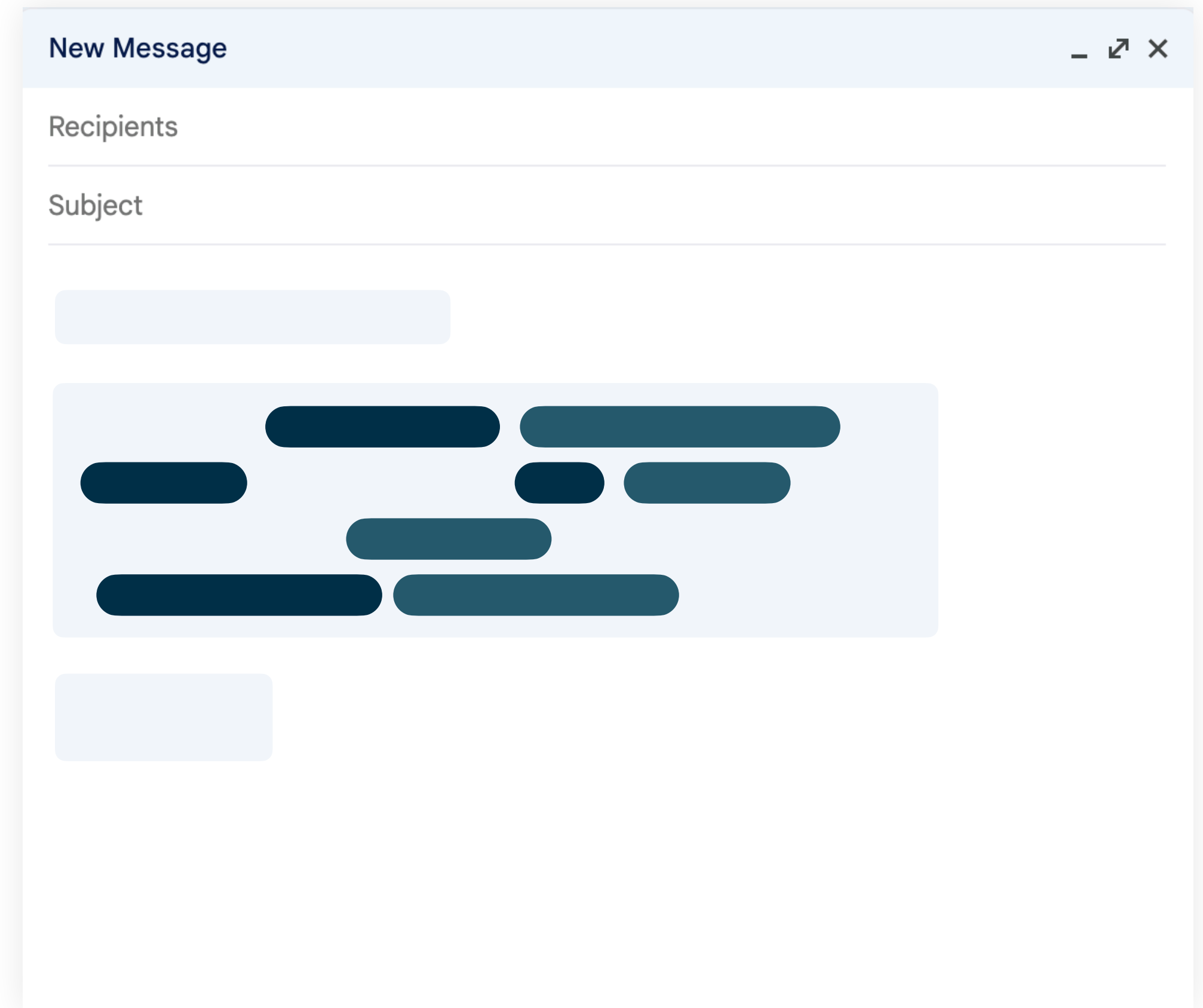
Verwenden Sie die richtige, auf Ihren Empfänger zugeschnittene Personalisierung.

Eine Plattform wie Leadinfo hilft Ihnen dabei, hilfreiche Daten zu Ihren Leads zu sammeln. Dazu zählen aktuelle Unternehmenszahlen, mögliche Kaufsignale und wichtige Details zu Mitarbeitenden, die alle ohne manuellen Aufwand verfügbar und übersichtlich dargestellt sind.

Mithilfe dieser Informationen können Teams ihre Kommunikation mit relevanten Fakten über den Lead, das Unternehmen oder die Branche personalisieren und ihre Interaktionen so effektiver gestalten.

Mit automatisierten Funktionen wie denen von Leadinfo können sich Teams noch stärker auf die heißesten Leads konzentrieren und so qualifiziertere Anrufe tätigen, was wiederum die Produktivität (und den Umsatz) steigert.

Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.



Wie entwickeln Sie hier eine erfolgreiche Strategie?

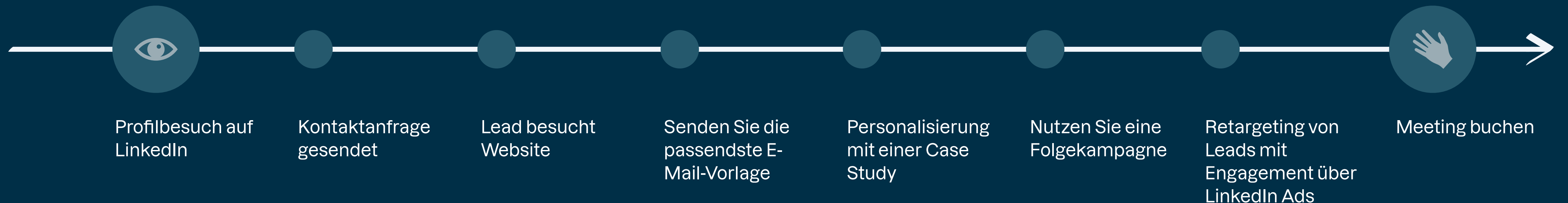
Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.

2

Erstellen Sie eine Plan für Kampagnen Ihrer Kundenakquise.

Kampagnenpläne enthalten bewährte Methoden, um Ihre Leads in qualifizierte Interessenten umzuwandeln. Mit szenariobasierten Kampagnen und kontextbezogenen Nachrichten helfen sie Verkäufern, schneller Folgemaßnahmen mit Leads zu ergreifen.

Die Kampagnen in einem Plan geben Ihrem Team spezifische Aktionsvorlagen, wie etwas das Versenden von E-Mails und LinkedIn-Aktivitäten, damit hier schneller gehandelt werden kann.



Wie entwickeln Sie hier eine erfolgreiche Strategie?

2

Erstellen Sie eine Kampagnen-Roadmap für Ihre Kundenakquise.

Hier finden Sie einige Beispiele für Kampagnenschritte und wie Sie diese nutzen können.

Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.

E-Mails öffnen: Die kraftvollste E-Mail einer Kampagne ist die erste E-Mail sowie die entsprechenden Antwort-E-Mails (mehr zu Antwort-E-Mails später). Eine großartige erste E-Mail erhöht die Wirksamkeit der weiteren Kampagne; je mehr Aufmerksamkeit Sie zu Beginn eines Leads erhalten, desto wirksamer auch der Rest, selbst wenn Sie zunächst keine Antwort erhalten.

E-Mails in der Mitte: Schreiben Sie E-Mails, die allgemein genug sind, um sie für alle Leads zu verwenden, machen Sie Ihr Wertversprechen klar und bitten Sie beispielsweise am Ende um ein Meeting.

Social Media: Je mehr Kanäle Sie verwenden, um jemanden anzusprechen, desto besser. Wenn Ihre Leads LinkedIn

verwenden, ist das ein großartiger Kanal, um auf sie zuzugehen. Verkäufer können Nachrichten über eine LinkedIn-Verbindungsanfrage, LinkedIn InMail oder LinkedIn-Profilansicht senden.

Die Abschieds-E-Mail: Wenn ein Lead diesen Punkt in einer Kampagne erreicht, ist es Zeit, etwas anderes auszuprobieren. Hier möchten Sie mehr denn je Aufmerksamkeit erregen. Denn im Idealfall möchten Sie eine positive Antwort erhalten, aber jede Antwort ist besser als nichts.

Es gibt einige gängige Strategien:

- Eine lustige E-Mail.
- Eine ungewöhnlich direkte E-Mail.

Wie entwickeln Sie hier eine erfolgreiche Strategie?

3

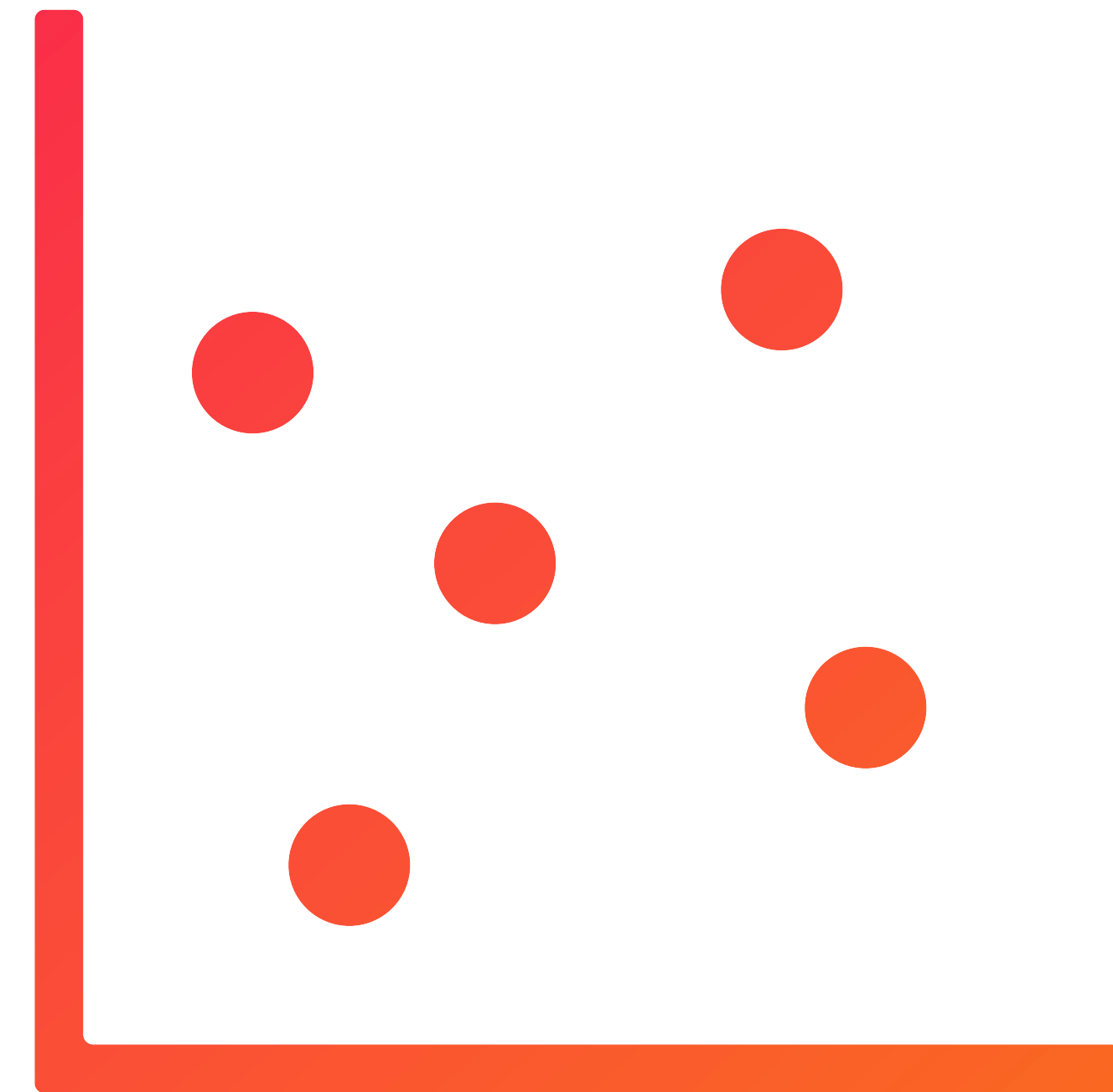
Verwenden Sie Daten, um den Erfolg zu messen und zu steigern.

Die Berücksichtigung von Kaufsignalen und Kaufabsichten hilft Sales-Teams dabei, Kampagnen und Pläne zu verbessern. Indem die Antworten der Leads analysiert werden – von positivem Feedback bis hin zu Abmelderaten – erhalten Teams wertvolle Einblicke in die Wirksamkeit ihrer Kampagnen.

Es ist deshalb wichtig, nicht nur die Antwortrate, sondern auch den Inhalt der Antworten zu betrachten, um den Fortschritt Ihrer Kampagne und Ihres Verkaufsprozesses besser zu verstehen.

Diese Analyse ermöglicht es Sales-Teams, den besten nächsten Schritt im Sales Funnel zu bestimmen, um noch gezieltere und erfolgreichere Verkaufsstrategie zu erreichen.

Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.



Wie lässt sich dies in die Praxis umsetzen?

Sehen wir uns an, wie Sie ganz automatisch mehr Leads konvertieren können.

Website-Besucher anzulocken ist unerlässlich, aber natürlich ist die Conversion von Leads genauso wichtig. Und weil die Zeit für Sales- und Marketing-Teams begrenzt ist, müssen sie effizient arbeiten. Nur so können sie sich auf ihre Kernaufgaben konzentrieren: Deals konvertieren, am besten mehr als im vorherigen Zeitraum. Wenn Sie sich weiterhin nur auf die Lead-Generierung konzentrieren, können Sie die Produktivität nie steigern und schaffen einen Engpass.

Indem Ihr Team einem Verkaufsprozess folgt, der auf den bereits gewonnenen Erkenntnissen basiert, und diese in der Praxis anwendet, kann es sicher sein, dass es die richtigen Maßnahmen ergreift. Kurz: Ihr Team verwendet bewährte Best Practices, um mehr Leads zu generieren, mehr Deals abzuschließen und seine Quote zu erfüllen.

Sehen wir uns an, wie das geht.

Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.



Zeit zum Skalieren

Sie haben bemerkt, dass ein bestimmter Teil Ihres Flows große Wirkung erzielt? Nutzen Sie diese Chance und machen Sie daraus eine automatisierte Kampagne, die das ganze Team nutzen kann. So können Sie Ihren Funnel kontinuierlich optimieren und noch erfolgreicher werden.

Wählen Sie detaillierte Segmente für jede Verkäufer- oder Funnel-Stufe.

Um mehr Deals zu gewinnen, müssen Sales- und Marketing-Teams in der Lage sein, schnell die besten Leads zu identifizieren und die Chancen mit dem größten Potenzial zu priorisieren. Damit Sie Ihre Zeit und Ressourcen effizient nutzen können, ist es also wichtig zu wissen, welche Leads die höchsten Erfolgchancen haben.

Wie unterscheiden Sie die guten Leads von den besten und ergreifen die richtigen Maßnahmen, um Ihre Ergebnisse zu verbessern? Alles beginnt mit der richtigen Kategorisierung Ihrer Leads. Indem Sie Ihre Leads richtig organisieren, können Sie sie effektiver ansprechen und Ihre Strategie an ihre Bedürfnisse und Verhaltensweisen anpassen.

Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.

Hier sind die Filter für Segmente mit unterschiedlicher Kaufabsicht:



Wählen Sie detaillierte Segmente für jede Verkäufer- oder Funnel-Stufe.

Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.

Erster Besuch mit anfänglicher Absicht

Wenn **alle** der folgenden Regeln angewendet werden:

Branch

ist eine der

Computer and netwerk ...

Total visit time

ist mehr als

2

min

0

sec

First visit

Besucher mit hoher Absicht

Wenn **alle** der folgenden Regeln angewendet werden:

Page URL

enthält

pricing

Medium

ist eine der

LinkedIn Ads

Repeat visit

HubSpot: deal exists

Falsch

Richten Sie für jeden Entscheidungsträger einen spezifischen Auslöser ein.

Sie wissen nicht immer genau, wer Ihre Website besucht, aber das bedeutet nicht, dass Sie keine Maßnahmen für diese Konten ergreifen können. Mit einer Plattform wie Leadinfo, die über Informationen zu den Mitarbeitenden fast aller Unternehmen verfügt, können Sie diese Person leicht finden.

Geben Sie einfach an, welche Abteilung normalerweise zu Ihrem Kunde zählt, und Leadinfo erledigt den Rest. Die Plattform sucht innerhalb von 13 verschiedenen Jobkategorien nach dem bestmöglichen Match. Wenn Sie immer noch Zweifel haben, können Sie eine gezielte Kampagne aufsetzen, um so die richtige Person zu erreichen. Schließlich wissen Sie sicher, dass Ihre Website bereits besucht wurde.

Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.

Entscheidungseinheit

- Administrativ
- Business Development
- Consulting
- Kundenservice
- Finanzen
- Personalabteilung (HR)
- Informationstechnologie

Leadership

- Rechtliches
- Marketing
- Betrieb
- Projektmanagement
- Verkäufe

Erstellen Sie eine Kampagne basierend auf den Kaufsignalen.

Hier beginnt die wahre Magie. In nur 5 Minuten pro Woche können Sie problemlos alle in den vorherigen Schritten identifizierten Leads erreichen.

Eine Kampagne kann aus E-Mail- und LinkedIn-Schritten bestehen und ist darauf ausgelegt, nach und nach eine Beziehung zu den Empfängern aufzubauen. Dies hilft, Vertrauen aufzubauen und stellt sicher, dass Sie im Gedächtnis bleiben.

Je nachdem, wo im Funnel sich Ihr Lead befindet, können Sie die Kommunikation ausweiten und direkter werden, indem Sie beispielsweise ein Meeting vorschlagen.

Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.

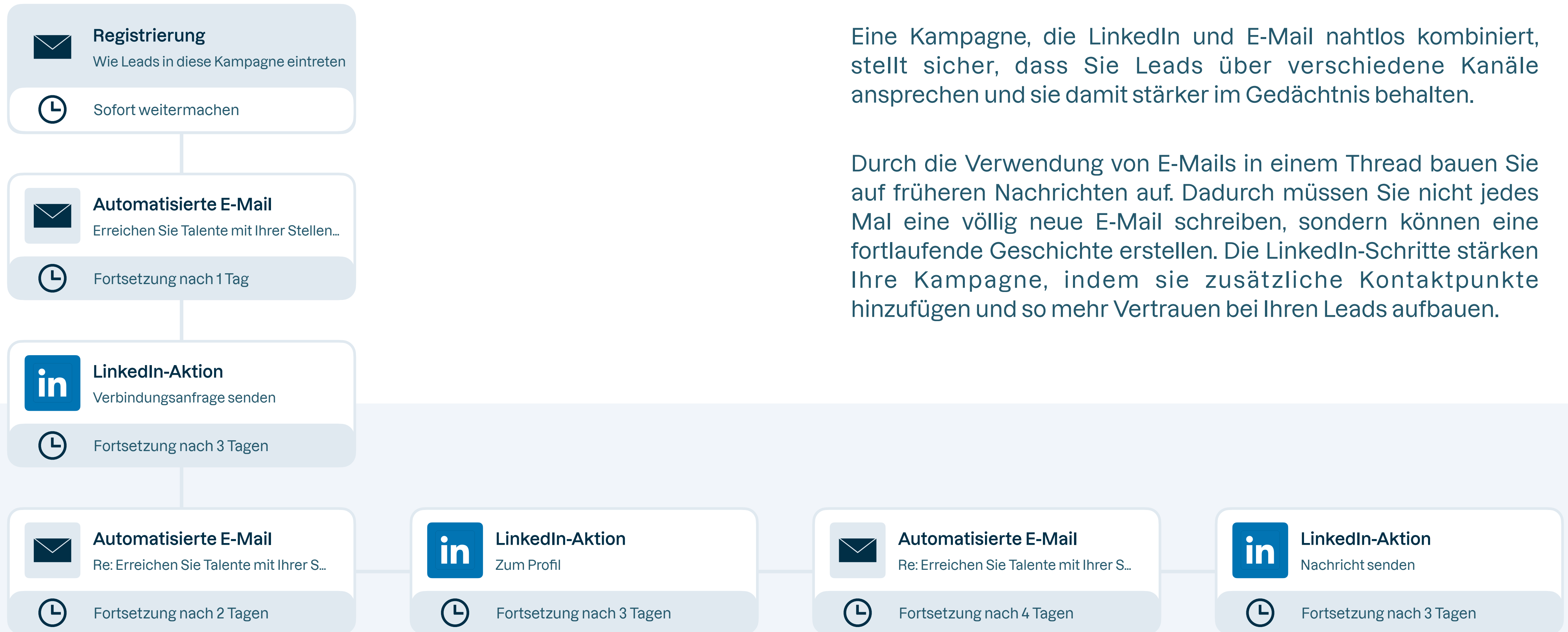
Ein Beispiel für eine Kampagne mit 59 % Öffnungs- und 65 % Klickrate:

N = 550



Erstellen Sie eine Kampagne basierend auf den Kaufsignalen.

The ultimate guide to generating leads that actually convert.



Eine Kampagne, die LinkedIn und E-Mail nahtlos kombiniert, stellt sicher, dass Sie Leads über verschiedene Kanäle ansprechen und sie damit stärker im Gedächtnis behalten.

Durch die Verwendung von E-Mails in einem Thread bauen Sie auf früheren Nachrichten auf. Dadurch müssen Sie nicht jedes Mal eine völlig neue E-Mail schreiben, sondern können eine fortlaufende Geschichte erstellen. Die LinkedIn-Schritte stärken Ihre Kampagne, indem sie zusätzliche Kontaktpunkte hinzufügen und so mehr Vertrauen bei Ihren Leads aufbauen.



Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.

P.S. Das können wir nicht oft genug sagen:

Für echte Unterstützung und um mehr Deals abzuschließen, ist es entscheidend, dass die richtigen Stakeholder und Entscheidungsträger (DMU) einbezogen werden.

Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.

Wieso Leadinfo?

Leadinfo ist die führende Plattform, die Firmen dabei hilft, effizient mehr Leads zu generieren und dadurch mehr Deals abzuschließen. Von der Identifizierung von Leads bis hin zur Interaktion mit ihnen nutzt unsere Plattform Automatisierungen und künstliche Intelligenz, um Sales- und Marketing-Teams dabei zu unterstützen, die Effizienz und Effektivität aller ihrer Go-to-Market-Aktivitäten während des gesamten Verkaufszyklus zu steigern.

Leadinfo ist das einzige Unternehmen, das alle diese Funktionalitäten in einer integrierten Plattform bietet, was zu verbesserten Verkaufsergebnissen mit einfacherer Bedienung führt. Mehr als 5.500 Kunden, darunter Brother, StepStone, Heineken und Coca Cola, verlassen sich auf Leadinfo, um ihre Lead-Generierung voranzutreiben. Leadinfo ist ein privat geführtes Unternehmen mit Sitz in Rotterdam, Niederlande, und Niederlassungen weltweit.

© 2024. Leadinfo. Alle Rechte vorbehalten.

Weitere Informationen finden Sie unter [Leadinfo.com](https://leadinfo.com).

Starten Sie Ihre kostenlose Testversion

Der ultimative Leitfaden zur Lead-Generierung mit hoher Conversion-Rate.



Mehr als 5.500 Unternehmen weltweit vertrauen darauf.

[Starten Sie Ihre kostenlose Testversion](#)