



# Erfolgreich Leads generieren

Unternehmen steht heutzutage eine grosse Bandbreite an Instrumenten zur Lead Generierung zur Verfügung. Eine der wichtigsten Formen sind sogenannte Lead-Magnets.

# Inhaltsverzeichnis

- 01** So lassen sich erfolgreich Leads generieren
- 02** Erfassen Sie möglichst viele Leads
- 03** Setzen Sie Lead Magnets ein
- 04** Achten Sie auf den Inhalt des Lead Magnets
- 05** Verschicken Sie Newsletter
- 06** Betreiben Sie Social Media Kanäle
- 07** Veranstalten Sie Webinare
- 08** Fazit

---

# So lassen sich erfolgreich Leads generieren

**Die Generierung von Leads ist für die meisten Unternehmen eine der wichtigsten Aufgaben und gleichzeitig eine der grössten Herausforderungen.**

Die rasante Entwicklung des Online Marketings in den letzten Jahren hat Firmen zahlreiche neue Möglichkeiten beschert, **in Kontakt mit potenziellen Kunden zu kommen.**

Trotzdem ist es heutzutage **nicht einfacher als früher**, Besucher einer Website in Leads zu verwandeln.

Vor diesem Hintergrund hat sich die **Lead Generierung** zu einer eigenen Wissenschaft entwickelt.

Wir stellen im nachfolgenden Beitrag die **besten Methoden** vor, erfolgreich Leads zu generieren.

# So lassen sich erfolgreich Leads generieren

## Erfassen Sie möglichst viele Leads

Die erste Herausforderung, die sich Ihnen bei der Lead Generierung stellt, ist die **erfolgreiche Erfassung** der Leads. Das ist leichter gesagt als getan.

In Zeiten, in denen die **E-Mail Postfächer** der meisten Leute vor Werbung und Newslettern **überquellen**, ist es denkbar schwierig, neue Leads zu gewinnen.

**Die meisten Menschen stehen den klassischen Methoden der Lead Generierung inzwischen sehr misstrauisch gegenüber.**

Mit Call-to-Actions wie „Registrieren Sie sich jetzt für unseren Rabatt“ oder „Bestellen Sie hier unseren Newsletter“ werden Ihnen **nur die allerwenigsten Besucher** Ihrer Website ihre Kontaktdaten überlassen.

Um heutzutage möglichst viele Leads zu generieren, müssen Sie **neue Wege der Lead Generierung** gehen.

### Zwei Regeln können helfen:

- Zum Ersten sollten Sie Ihren Nutzern **zuerst etwas geben**, bevor Sie sie nach etwas fragen.
- Und zum Zweiten sollte jeder Schritt in Ihrem Marketing-Prozess **einen Wert** für Ihre Kunden haben.

Die beste Methode, Nutzern etwas zu geben, ist der **Einsatz sogenannter Lead Magnets**.

## Setzen Sie Lead Magnets ein

Kostenlose Angebote üben generell einen **magischen Reiz** auf Menschen aus. Vor allem dann, wenn sie den Eindruck haben, damit ein **gutes Geschäft** zu machen.

Je höher der **gefühlte Mehrwert** eines kostenlosen Angebots für die Besucher Ihrer Website ist, umso grösser ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie dieses auch annehmen.

**Lead Magnets machen sich diesen einfachen psychologischen Umstand zunutze.**

Wie ihre Bezeichnung bereits zum Ausdruck bringt, haben sie eine **derart starke Anziehungskraft**, dass die Besucher Ihrer Website daran haften bleiben.

Werden Sie deshalb **kreativ** und lassen Sie sich Lead Magnets einfallen, die einen grossen Reiz auf Ihre potenziellen Kunden ausüben.

**Lead Magnets haben übrigens einen weiteren Vorteil: Sie bauen Vertrauen auf.**

Eine Website, die ihren Besuchern ein interessantes kostenloses Angebot macht, strahlt **Seriosität** aus.

Das **Spektrum der Angebote**, die Sie als Lead Magnets einsetzen können, ist gross.

# So lassen sich erfolgreich Leads generieren

## Folgende Lead Magnets haben sich in der Praxis bewährt:

- E-Books
- Whitepapers und Guides
- Checklisten
- Infografiken
- Programme/Downloads
- Muster/Vorlagen
- Erfahrungsberichte
- Rabatt-Coupons
- Tutorials
- Testversionen
- Webinare
- Exklusive Tipps
- Experten-Interviews

## Achten Sie auf den Inhalt des Lead Magnets

Wie bereits erwähnt, ist es die Hauptaufgabe eines Lead Magnets, **Mehrwert für den (potenziellen) Kunden zu schaffen**. Nur dann haben Sie eine faire Chance, einen neuen Lead zu generieren.

Vor diesem Hintergrund sollten Sie die **Ausgangsfrage** beantworten, nach welchem Mehrwert die Besucher Ihrer Website suchen.

**Was sind die grössten Bedürfnisse Ihrer potentiellen Kunden und wie können Sie diese Bedürfnisse mit einem Lead Magnet adressieren?**

Grundsätzlich gibt es **keine festen Regeln**, wie ein Lead Magnet in der Praxis auszusehen hat. Beim praktischen Einsatz von Lead Magnets schadet es jedoch nicht, einige Grundregeln zu beachten.

Ein Lead Magnet sollte auf Ihrer Website nicht untergehen und **sich von anderen Angeboten abheben**. Es ist schliesslich Ihr wichtigstes Instrument, um neue Leads zu generieren. Insofern sollten Sie es **an einer prominenten Stelle** auf Ihrer Website positionieren.

Zudem sollte das Angebot Ihres Lead Magnets **einfach zu bekommen** sein. Machen Sie es Ihren Besuchern nicht zu schwer, das Angebot in Anspruch zu nehmen.

Auch wenn das Lead Magnet einen grossen Reiz auf Ihre Besucher ausübt, sollten Sie den Bogen **nicht überspannen und zu viele Kundendaten abfragen**.

Ausserdem sollte das Angebot Ihres Lead Magnets **sofort verfügbar** sein. Besucher erwarten, dass Sie im Gegenzug für Ihre persönlichen Daten sofort in den Genuss Ihres Angebots kommen.

**Nicht zuletzt sollten Sie darauf achten, dass Ihr Lead Magnet gut mit Ihrem Produkt- oder Dienstleistungsspektrum verknüpft ist.**

Es sollte schliesslich eine Art Teaser darstellen, die einem Besucher Lust auf mehr macht und ihn dazu verleitet, sich intensiver mit ihrem sonstigen Angebot auseinanderzusetzen.

# So lassen sich erfolgreich Leads generieren

Nutzen Sie deshalb Ihr Lead Magnet auf eine möglichst intelligente Art und Weise, um **aus Besuchern** zu einem späteren Zeitpunkt zahlende und **wiederkehrende Kunden zu machen**.

## Verschicken Sie Newsletter

Der Newsletter ist ein **alter Bekannter** in Sachen Lead Generierung. Seit vielen Jahren wird er von nahezu allen Unternehmen zur Generierung von Leads eingesetzt.

Doch alt heisst nicht zwangsläufig schlecht. Auch heute noch hat der **Newsletter seine Daseinsberechtigung** in der Lead Generierung.

### Voraussetzungen für Lead Generierung per Newsletter:

- Erstens muss er (wie auch die Lead Magnets) den Besuchern einen **Mehrwert** versprechen.
- Und zweitens muss er **Vertrauen** erwecken.

Die Anmeldung zu einem Newsletter muss Besuchern einen **klaren Mehrwert** kommunizieren. Wenn die Besucher Ihrer Website diesen Mehrwert **nicht eindeutig erkennen** können, werden Sie sich nicht für Ihren Newsletter anmelden.

Überlegen Sie sich deshalb gut, welchen Mehrwert Sie Ihren Besuchern anbieten können.

**Ein guter Trigger sind beispielsweise exklusive Rabatte, Gutscheine, Produktangebote oder Inhalte, die sich nur an die Abonnenten Ihres Newsletters richten.**

Diese verleiten Besucher viel eher dazu, Ihre **Kontaktdaten zu hinterlassen** als ein Newsletter, der nur allgemeine Neuigkeiten verspricht.

**Vertrauen** erwecken Sie über zwei Wege:

Zum einen sollten Sie **nur die allernötigsten Daten** bei der Newsletter-Anmeldungen abfragen.

Der Name und die E-Mail Adresse reichen dabei völlig aus.

Alle weiteren Kundendaten können Sie auch zu einem späteren Zeitpunkt noch in Erfahrung bringen.

Zum anderen sollten Sie das **Misstrauen**, das Besucher Newslettern entgegenbringen, **ausräumen**.

Dies geschieht am besten, indem Sie ihnen versichern, dass Ihr Newsletter **keinen Spam** darstellt, und jederzeit mit einem Klick abzumelden ist.

# So lassen sich erfolgreich Leads generieren

---

Um die Wahrscheinlichkeit einer Newsletter-Anmeldung zu erhöhen, sollten Sie ihn an einer **gut sichtbaren Stelle** bewerben.

Die auffälligste Methode der Newsletter-Bewerbung ist das **Popup-Fenster**, das sich automatisch beim Betreten Ihrer Website öffnet.

Weniger auffällige, aber trotzdem gut geeignete Positionen sind auch die **Sidebar und der Footer**.

Um herauszufinden, welche Positionierung des Anmeldeformulars für Ihren Newsletter am erfolgreichsten ist, sollten Sie über einen längeren Zeitraum **verschiedene Positionen testen** und die Ergebnisse miteinander vergleichen.

## Betreiben Sie Social Media Kanäle

Social Media Kanäle wie Facebook, LinkedIn oder Twitter **eignen sich hervorragend** für die Generierung von Leads.

Ihre Community in den einzelnen sozialen Netzwerken hat schliesslich die Erwartungshaltung, **regelmässig mit relevanten Informationen versorgt zu werden**.

Machen Sie sich dieses Bedürfnis zunutze und gewinnen Sie **qualifizierte Leads** über Ihre Social Media Kanäle.

**Soziale Netzwerke bieten Ihnen den grossen Vorteil, dass Sie in Sachen Lead Generierung richtig kreativ werden können.**

Veranstalten Sie ein **Gewinnspiel**, promoten Sie ein **Event**, bieten Sie **kostenlose Downloads** an oder verschenken Sie Gutscheine – die Möglichkeiten, Leads zu generieren, sind im Social Media Universum nahezu unbegrenzt.

Viele soziale Netzwerke bieten inzwischen eine ganze Reihe von **speziellen Beitragsformen** zur Lead Generierung an.

## Veranstalten Sie Webinare

Webinare sind eine der **neuesten Marketingformen**, die sich hervorragend einsetzen lassen, um Leads zu generieren.

Wie bei allen anderen Angeboten zur Lead Generierung gilt auch bei einem Webinar, dass es Ihren Besuchern einen **Mehrwert** bieten sollte.

**Überlegen Sie sich, welches Thema am besten geeignet ist, Aufmerksamkeit bei Ihren potenziellen Kunden zu erzeugen.**

Mehr Aufmerksamkeit ist Ihrem Webinar ebenfalls garantiert, wenn Sie einen **prominenten Experten** dafür gewinnen können. Je mehr Autorität der Referent Ihres Webinars mitbringt, umso mehr Interessenten werden sich für Ihr Webinar anmelden.

Die Veranstaltung eines Webinars ist in der Praxis meist mit **relativ viel Aufwand** verbunden. Vergessen Sie deshalb nicht, das Webinar so gut wie möglich zu vermarkten.

Sie können es **ideal als Lead Magnet** einsetzen und es über Ihren Newsletter und Ihre diversen Social Media Kanäle ankündigen.

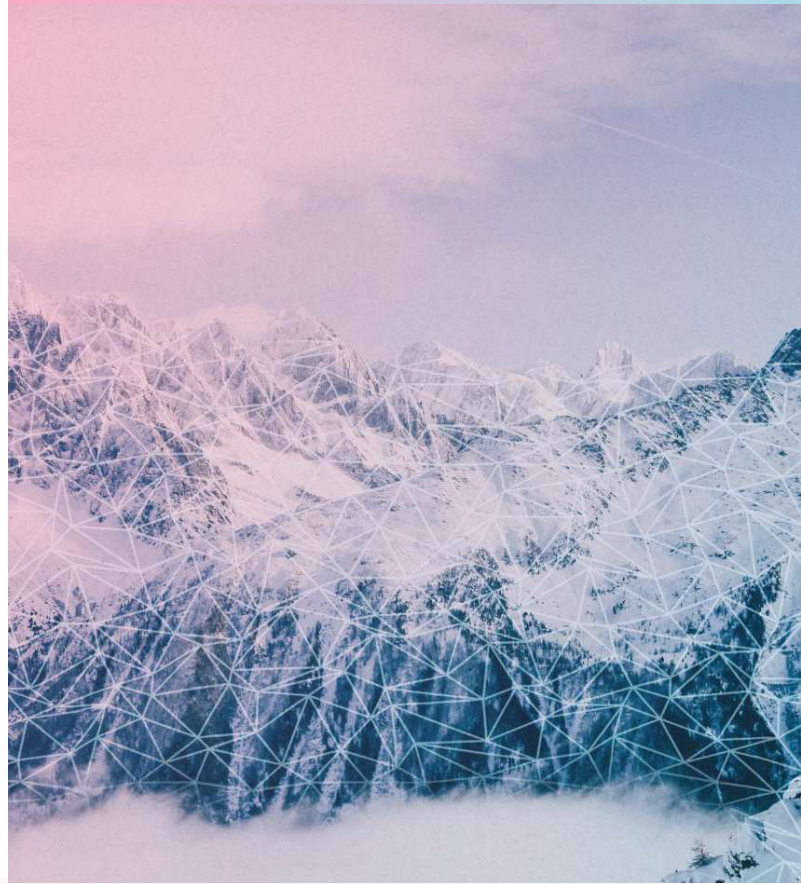
---

# Fazit

Trotz zahlreicher neuer Möglichkeiten ist die Lead Generierung **heutzutage nicht einfacher** als in der Vergangenheit.

Der Einsatz der diversen Methoden, um Leads zu gewinnen, muss wohlüberlegt sein, denn **eine Patentformel** für die erfolgreiche Generierung von Leads **existiert auch heute nicht**.

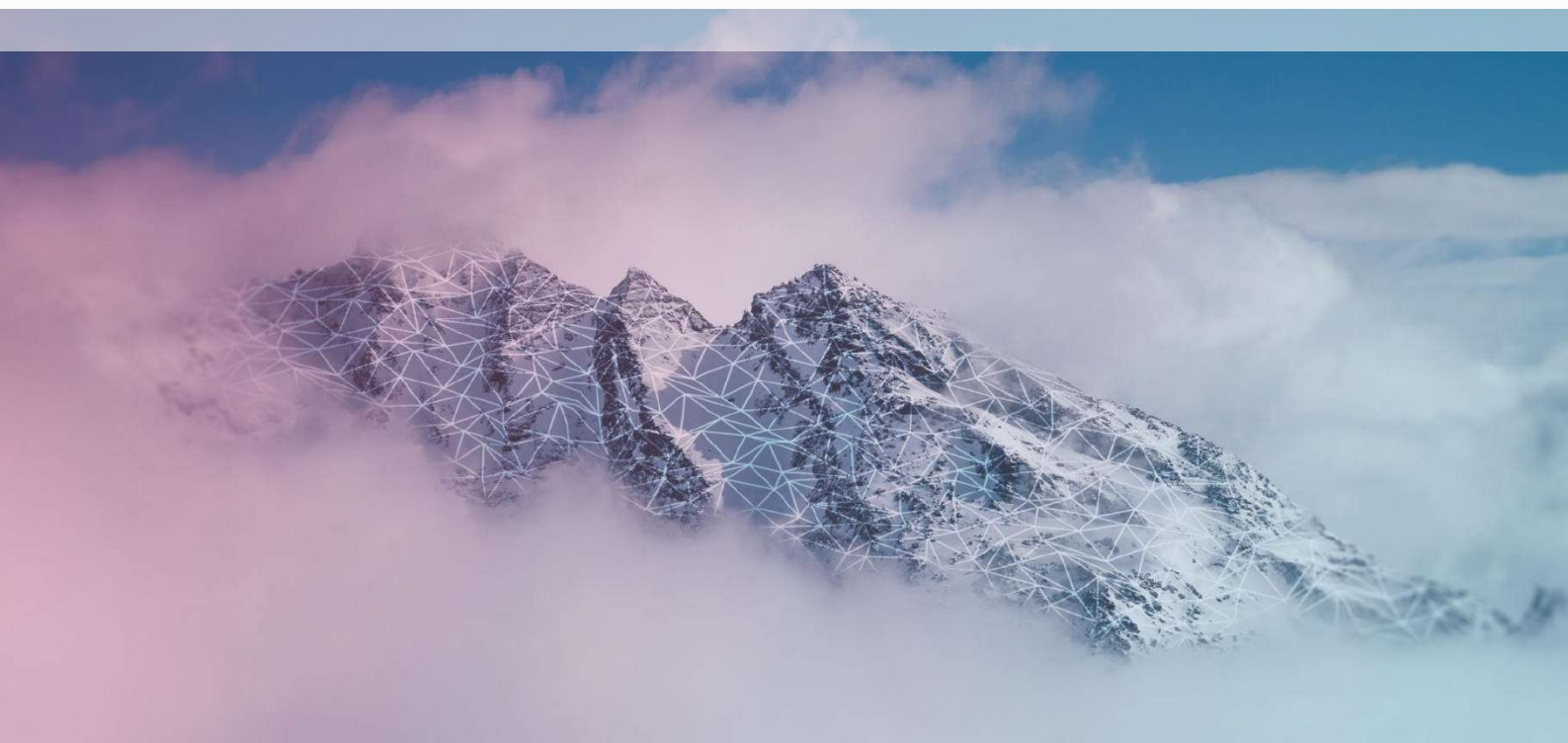
Unternehmen kommen in der Praxis meist nicht darum herum, die **verschiedenen Möglichkeiten** der Lead Generierung zu **testen** und miteinander zu **vergleichen**.







[www.aioma.com](http://www.aioma.com)



**Vielen Dank!**

Aioma AG  
Hardturmstrasse 105  
8005 Zürich  
Schweiz

+41 44 500 97 00  
[hi@aioma.com](mailto:hi@aioma.com)