

20 Lead Magnet Ideen für B2B Unternehmen

1. Checkliste

Die Checkliste ist ein Lead Magnet, das für den Interessenten hilfreich ist, damit er an alle wichtigen Punkte im Zusammenhang mit seiner Problemlösung denkt.

Wichtig ist für eine gute Übersicht, dass sämtliche Informationen auf eine einzige Seite passen.

2. Newsletter

Der Newsletter informiert in regelmässigen Abständen über Neuigkeiten aus dem Unternehmen und über wichtige Branchennews.

Je personalisierter die Newsletter dabei gestaltet sind, desto besser werden Sie beim B2B Lead ankommen.

3. Branchenreport

Mit einem Branchenreport als Lead Magnet machen Sie sich zum kompetenten Gesprächspartner.

Sie berichten damit über Entwicklungen und Trends aus der Branche, die Ihre Wunschkunden interessieren werden.

Dieses Lead Magnet eignet sich gut für die Verbreitung von Gated Content in Social Media Kanälen.

4. Muster / Vorlage

Mit einem Arbeitsblatt oder einer Vorlage erhält Ihr potenzieller Kunde ein Muster, dass er in seinem eigenen Business gut einsetzen kann.

Es erleichtert ihm die Arbeit und ist damit eine wertvolle Hilfe.

5. Infografik

Viele Menschen reagieren besonders gut auf grafische Elemente.

Oft ist eine aussagefähige Grafik besser als mehrere Seiten Text.

Erleichtern Sie Ihren Wunschkunden damit das Verstehen komplexer Zusammenhänge.

6. Rechner

Bei Unternehmen, die Lösungen im B2B Segment vertreiben, ist der Produktrechner, kombiniert mit einem Formular, ein hilfreiches Lead Magnet.

So erhält der Wunschkunde als Ergebnis informative Berechnungen, die er nach Bekanntgabe seiner E-Mail Adresse abrufen kann.

7. Ratgeber

Der Ratgeber als Lead Magnet gibt dem Interessenten wichtige Tipps, die eventuell für die Lösung seiner Bedürfnisse wichtig sind.

Ein guter Ratgeber bezieht auch alternative Lösungsmöglichkeiten mit ein und verbessert die Perspektive des Betrachters.

8. Cheat Sheets

Wie in der Schule bei Klassenarbeiten ist der Spickzettel ein Lead Magnet, der wichtige Informationen kurz und prägnant zusammengefasst auf einer Seite darstellt.

Cheat Sheets erleichtern die Informationssammlung und sind optisch sehr ansprechend gestaltet.

9. Whitepaper

In einem Whitepaper als Lead Magnet findet der Leser sehr umfangreiche Informationen zu einem Thema.

Oft erfolgt hier eine Gegenüberstellung von Pro und Kontra Positionen, um Vorzüge und Nachteile eines Inhaltes herauszustellen.

Es ist etwas umfangreicher als der Spickzettel.

10. E-Books

Mit dem E-Book als Lead Magnet entsteht eine komplette Sammlung wichtiger Informationen.

Hier werden Sachverhalte genau erklärt und mit grafischen Elementen aufgewertet.

Es verfolgt vom Grundsatz her das gleiche Prinzip wie das Whitepaper bei der Neukundengewinnung im B2B Bereich.

11. Case Study

Ein konkretes Fallbeispiel als Lead Magnet gibt Ihnen die Gelegenheit, einen komplexen Sachverhalt an einem Beispiel aus der Praxis eindrucksvoll zu erläutern.

So können Anwendungen leicht erklärt werden und es wird auf mögliche Herausforderungen in Zusammenhang mit dem angeführten Beispiel hingewiesen.

12. Statistik

Mit einer Statistik können Sie eindrucksvoll Trends in der Branche in einen Zusammenhang mit dem Produktportfolio Ihres Unternehmens bringen.

Mit diesem Lead Magnet können Sie gut die Relevanz Ihres eigenen Unternehmens in den Vordergrund rücken.

13. Leitfaden

Der Leitfaden oder das Handbuch sind sehr wertvolle Lead Magnets für potenzielle Kunden.

Sie dienen direkt zur Behebung bestehender Probleme und zeigen meist in sehr detaillierter Form die einzelnen Schritte zur Lösung.

Der Guide eignet sich gut als Download oder E-Mail Anhang.

14. Fachberatung

Machen Sie die Experten in Ihrer Firma für potenzielle Wunschkunden sichtbar.

Erwähnen Sie in Ihrem Lead Magnet den Namen der Person mit Qualifikation und fügen am besten ein Foto hinzu.

Das erhöht die Glaubwürdigkeit Ihres Unternehmens und spricht Ihre Wunschkunden auf der emotionalen Ebene an.

15. Umfragen

Das Ergebnis von Umfragen ist für Entscheider im B2B Bereich oft ein wichtiger Indikator für eine mögliche Kaufentscheidung.

Als Lead Magnet haben Sie die Option, das Ergebnis der Umfrage nach Eingabe der Kontaktdaten des Interessenten an diesen zu versenden.

16. Quiz

Das Quiz ist ein Lead Magnet, der zur Auflockerung der Stimmung beim potenziellen Kunden anregt.

Jeder prüft gerne das eigene Wissen und lernt zusätzlich dabei etwas Neues dazu.

Die Ergebnisse des Quiz erhält Ihr Wunschkunde nach Bekanntgabe der E-Mail Adresse.

17. Webinar

Mit dem Webinar als Lead Magnet geben Sie Ihrem Zielkunden einen Einblick in Ihren Betrieb.

Nach Bekanntgabe der Kontaktdaten kann sich der Nutzer in das Webinar einloggen und erhält so wichtige Informationen.

Zusätzlich ermöglicht ein Live Chat die Kommunikation mit den anderen Teilnehmern im Raum.

18. Tutorial

Mit einem Tutorial als Lead Magnet erhält der Zielkunde eine wertvolle Anleitung.

Damit lassen sich hervorragend Produkte in der praktischen Anwendung erklären.

Der Vorteil der Videobotschaft ist, dass sie beliebig oft vom Interessenten angesehen werden kann.

19. Audio Version eines Artikels

Wenn Sie interessante Beiträge unter der Berücksichtigung des Datenschutzes von externen Quellen gesammelt haben, können Sie diese Informationen in einem Lead Magnet als Audio Botschaften zusammenfassen.

So erhält Ihr Wunschkunde ein breites Meinungsspektrum.

20. Testversion

Mit der Testversion als Lead Magnet bekommt der potenzielle Kunde etwas zum Anfassen und Ausprobieren.

Nach Hinterlegung seiner Kontaktdaten wird ihm der gewünschte Gegenstand zugesendet.

Das erhöht die Seriosität Ihres Unternehmens und vermittelt einen nachhaltig positiven Eindruck.

Wertvolle Leads generieren mit Aioma.

Mehr unter www.aioma.com

