

Lead Marketing – Strategisch zu mehr Anfragen, Kunden und Vertriebserfolg

Mittelbiberach, 08.04.2013. Lead Marketing ist eine unterschätzte Maßnahme im Performance Marketing. Unternehmen setzen Lead Marketing im Marketing-Mix immer dann ein, wenn es darum geht, neue Kunden und Interessenten zu generieren, nachhaltig zu aktivieren und dauerhaft zu binden. Lead Marketing ist ein Instrument des Lead Management (engl. für Kontakt Management). Zentraler Vorteil von Lead Marketing ist seine Messbarkeit. So ermitteln Controlling Maßnahmen direkt, wie erfolgreich und effektiv eine Kampagne abläuft. Nachfolgend zeigt Saupe Telemarketing die Basics für ein strategisches Lead Marketing auf.

Effektive Wege zu neuen Kunden ermitteln. Suchmaschinenmarketing, E-Mail Marketing, Affiliate Marketing sowie Kooperationen mit anderen Webseiten aber auch Callcenter Kampagnen sind erfolgreiche Maßnahmen, um die Vertriebspipeline mit mehr Interessenten zu füllen. Suchmaschinen optimierte Websitetexte und E-Mail Marketing Maßnahmen nehmen für Unternehmen eine immer bedeutendere Position ein. Gerade das mächtige Medium Internet ermöglicht bei der Lead Generierung strategische Kooperationen zwischen unterschiedlichen Unternehmen und ergibt eine Win-Win Situation in Sachen Kundenstrom. Durch das angesprochene Performance Marketing kann jedes Unternehmen individuell die für sich funktionierenden Maßnahmen für eine optimale Leistung testen. Die im Lead Marketing erhobenen Klickraten und Besucherstatistiken sorgen dafür, dass man sich rasch von wenig wirksamen Marketingmaßnahmen und Kooperationen trennt.

Externe Lead Vermittler einschalten. Der Adresskauf bei einem externen Dienstleister ist ein beliebtes Tool für mehr Kontakte. Immerhin 25 Prozent der befragten Unternehmen haben bei einer Befragung von Saupe Telemarketing den Adresskauf als Maßnahme angegeben, um den Vertrieb mit mehr Kontakten zu pushen. Leadkäufer und Lead Vermittler können verschiedene Abmachungen zur Weitergabe der neuen Kundenkontakte treffen. So generieren spezialisierte Dienstleister qualifizierte Leads. Hier überprüft der Vermittler das tatsächliche Kaufinteresse und die Adresse des potentiellen Kunden. Entscheidet sich ein Unternehmen für den Kauf qualifizierter Leads, erhält es vom Vermittler alle generierten Kontakte inklusive einer weiteren Nachqualifizierung beispielsweise des Ansprechpartners. Qualifizierte Leads sind preisintensiver und das „Aussieben“ der wirklich nützlichen Kunden übernimmt der Dienstleister.

Lead Marketing individuell auf das Geschäftsmodell abstimmen. Schon immer war Lead Marketing ein Bestandteil des alltäglichen Geschäftslebens. Der Begriff Lead mag dem ein oder anderen ungewohnt vorkommen, die Idee dahinter jedoch nicht. Lead Marketing ist nicht abhängig von einem bestimmten Medium und kann im Internet, per Telefon oder von Person zu Person ablaufen. Ein Beispiel: Ein Freund empfiehlt Ihnen einen Dienstleister. Wenn Sie diesen Dienstleister dann aufsuchen, könnte man den entstandenen Kontakt als Lead bezeichnen. Ein beliebtes Medium ist sicher der Vor-Ort Kontakt bei einem Messeauftritt. Hier kommen Interessent und Unternehmen besonders effektiv zusammen. So zählt der Messeauftritt einer Umfrage von Saupe Telemarketing zufolge zu den bevorzugten Touchpoints der befragten Unternehmen mit neuen Kunden.

Saupe | Telemarketing

Die komplette Umfrage von Saupe Telemarketing zum Thema Leadmanagement und Kundendialog kann unter

http://www.saupe-telemarketing.de/Portals/0/Downloads/Umfrage_Saupe_Lead_Management.pdf

heruntergeladen werden. Kontaktieren Sie Michael Saupe, Geschäftsführer von Saupe Telemarketing, für ein individuelles Angebot für Ihr strategisches Lead Marketing unter +49 7351 189 70 oder informieren Sie sich unter

<http://www.saupe-telemarketing.de/leadgewinnung/lead-marketing.aspx>

Über Saupe Telemarketing

Saupe Telemarketing bietet seit 1987 strategisches Dialogmarketing, E-Mail Marketing sowie Telemarketing und Callcenter Leistungen. Zahlreiche Kunden der Investitionsgüterbranche schätzen die kommunikativ anspruchsvollen und branchenspezifischen Lösungen. Mittlerweile arbeiten am Standort Mittelbiberach 34 Callcenter Consultants, die 17 Sprachen abdecken, sowie 6 strategische Berater. Mehr zu Saupe Telemarketing finden Sie unter www.saupe-telemarketing.de.

Kontaktdaten:

Saupe Telemarketing - Michael Saupe
Industriestraße 36-38 - D-88441 Mittelbiberach
Tel.: +49 7351 189 70 - Fax.: +49 7351 189 729
kontakt@saupe-telemarketing.de
www.saupe-telemarketing.de

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Marisa Semrau
Industriestraße 36-38 - D-88441 Mittelbiberach
Tel.: +49 7351 189 728
semrau@saupe-communication.de