

MiniGuide

Wie du deine Sales Pipeline mit den richtigen B2B-Leads füllt!



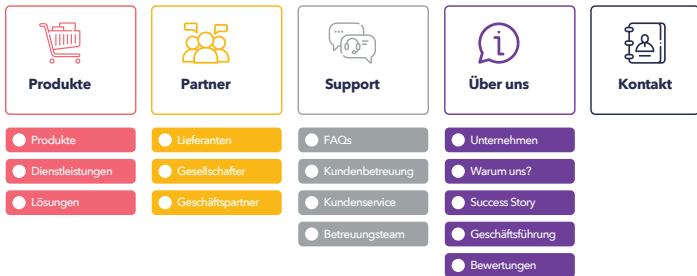
Was du mit fankunde gewinnst im Überblick

- 1.** Reduzierung der Kosten von Leadakquise und Kundengewinnung
- 2.** In Kontakt kommen mit warmen Leads, die sich mit deinen Angeboten bereits beschäftigt haben
- 3.** Wöchentliche Berichte zu einem fest definierten Zeitpunkt
- 4.** Stetiges Verbessern des Lead-Lieferprozesses nach deinen individuellen Anforderungen
- 5.** Betreuung - direktes Bearbeiten Deines Feedbacks

Phase 1

Wir analysieren deine Webseite-Struktur.

HOME PAGE



Auch wenn deine Webseite Tausende von Seiten umfasst, ist es für uns nicht schwer, sie zu strukturieren. Wir kategorisieren deine Website nach bestimmten Anforderungen und verfolgen dabei folgendes Verfahren:

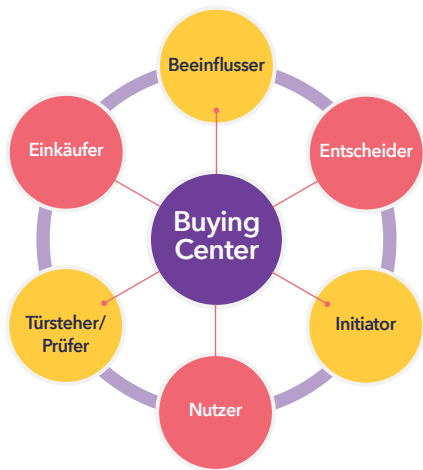
- Seiten für Produkte, Dienstleistungen und Lösungen,
- Seiten für Kontaktinformationen,
- Seiten für Unternehmensinformationen, Kundenerfolgs-Geschichte usw.

Die Priorität folgt hier dem Kundenverhalten. Je näher ein potenzieller Kunde an einer Lösung oder Leistung von dir, umso wichtiger ist die Unterseite.

Phase 2

Wir analysieren das Buying-Center deiner B2B-Kunden.

Eine Buying-Center-Analyse ist notwendig, damit wir dir Kontakte zu deinen B2B-Leads empfehlen können. Ein Buying-Center in einem Unternehmen besteht im Allgemeinen aus den folgenden Rollen:



Nach der Buying-Center-Analyse empfehlen wir dir Kontakte, die Du mittels Social Selling (z.B. auf LinkedIn) kontaktieren und für einen möglichen Kauf gewinnen kannst.

Phase 3

Wöchentlicher Bericht - Überblick über deine B2B-Website-Besucher!

Jede Woche erhältst du von uns einen Wochenbericht, der dir einen Überblick darüber gibt, welche Unternehmen deine Webseite in der letzten Woche besucht haben. In dem Wochenbericht findest du folgende Informationen:

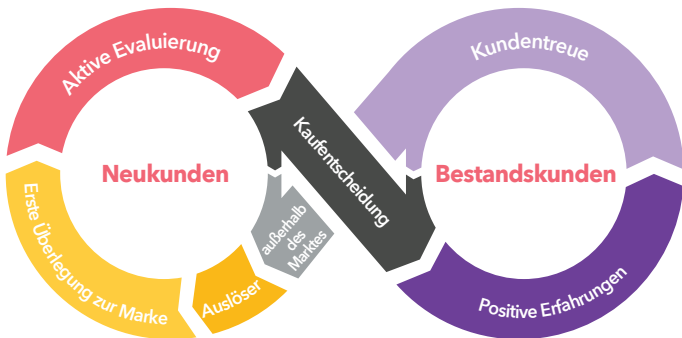
- Was auf deiner Webseite am interessantesten für deine B2B-Webseite-Besucher war,
- wie viele Seiten sie besucht haben und wie lange sie auf deiner Webseite geblieben sind,
- Detaillierte Informationen über jeden deiner B2B-Webseite-Besucher (Unternehmen, Branche, Standort, E-Mail usw.),
- Wer ist der wahrscheinlichste Besucher aus dem Unternehmen,
- Das Thema, das du aufgreifen kannst, um ein Gespräch mit deinen B2B-Webseite-Besucher zu beginnen.

Wir stellen dir im Wochenbericht Kontakte auf LinkedIn für jeden B2B-Lead zur Verfügung. Du kannst mit ihnen über die Social Plattform LinkedIn in Verbindung treten oder sie auf anderen Wegen kontaktieren.

Wir stellen dir auch Handlungsempfehlungen zur Verfügung, anhand deren du die letzten Aktivitäten deiner B2B-Leads erkennst, so dass du leichter ein Verkaufsgespräch mit Kontakten startest.

Phase 4

Wir stehen im Austausch mit Dir und halten aktuell, welche B2B-Leads vergangenen Monat deine Kunden wurden.



Im Wochenbericht trennen wir Bestandskunden von Neukunden. Für die Bestandskunden erhältst du ein besseres Verständnis darüber, was sie auf deiner Webseite wollen.

Für die Neukunden ist es nun an der Zeit, sie zu kontaktieren und sie zu deinen Stammkunden zu machen. Du teils uns mit, welche der Leads zu Kunden wurden, um so wiederum die Listen zu aktualisieren, so dass Bestandskunden und Neukunden erkannt werden.

Entdecke deine B2B-Leads