



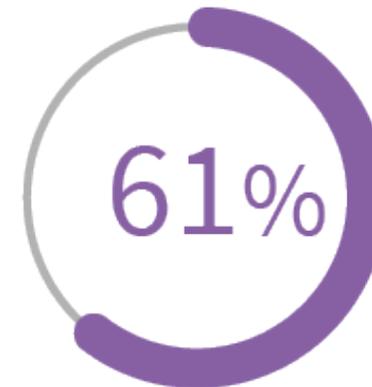


Leadmanagement

Neue Kontakte gewinnen und qualifizieren



... der B2B-Marketer haben noch keinen Prozess zur Leadqualifizierung etabliert.



... der B2B-Marketer betrachten die Generierung guter Leads als größte Herausforderung.



Content Marketing kostet
62% weniger
als traditionelles Marketing,
produziert aber
3 mal so viele Leads.

Was bedeutet Leadmanagement?



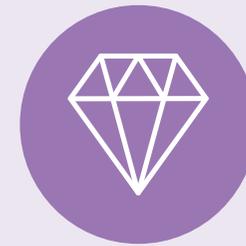
Mehr Traffic generieren



Personalisierte Inhalte bieten

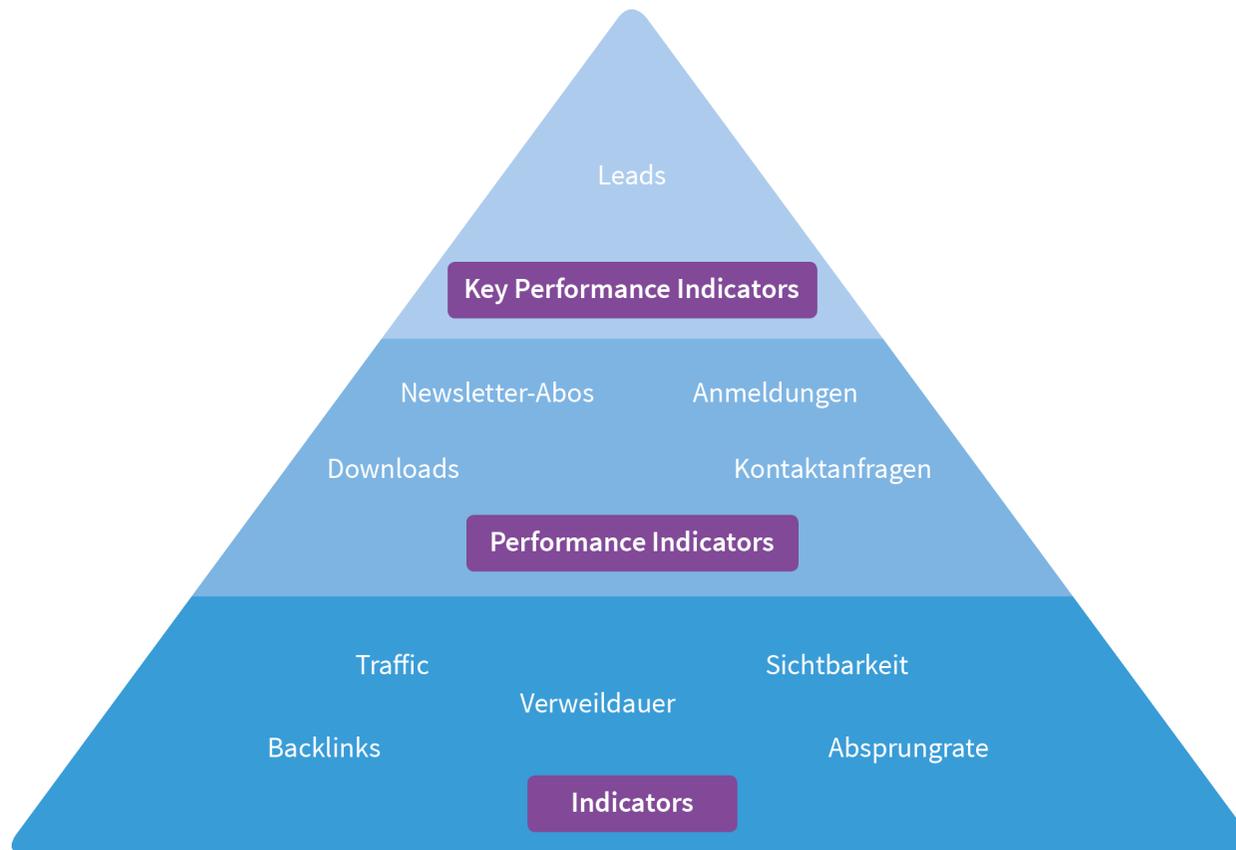


Anreize zur Conversion schaffen



Gezielte Nachqualifizierung

Begleitendes Controlling



Was bedeutet Leadmanagement?



Mehr Traffic
generieren



Personalisierte
Inhalte bieten

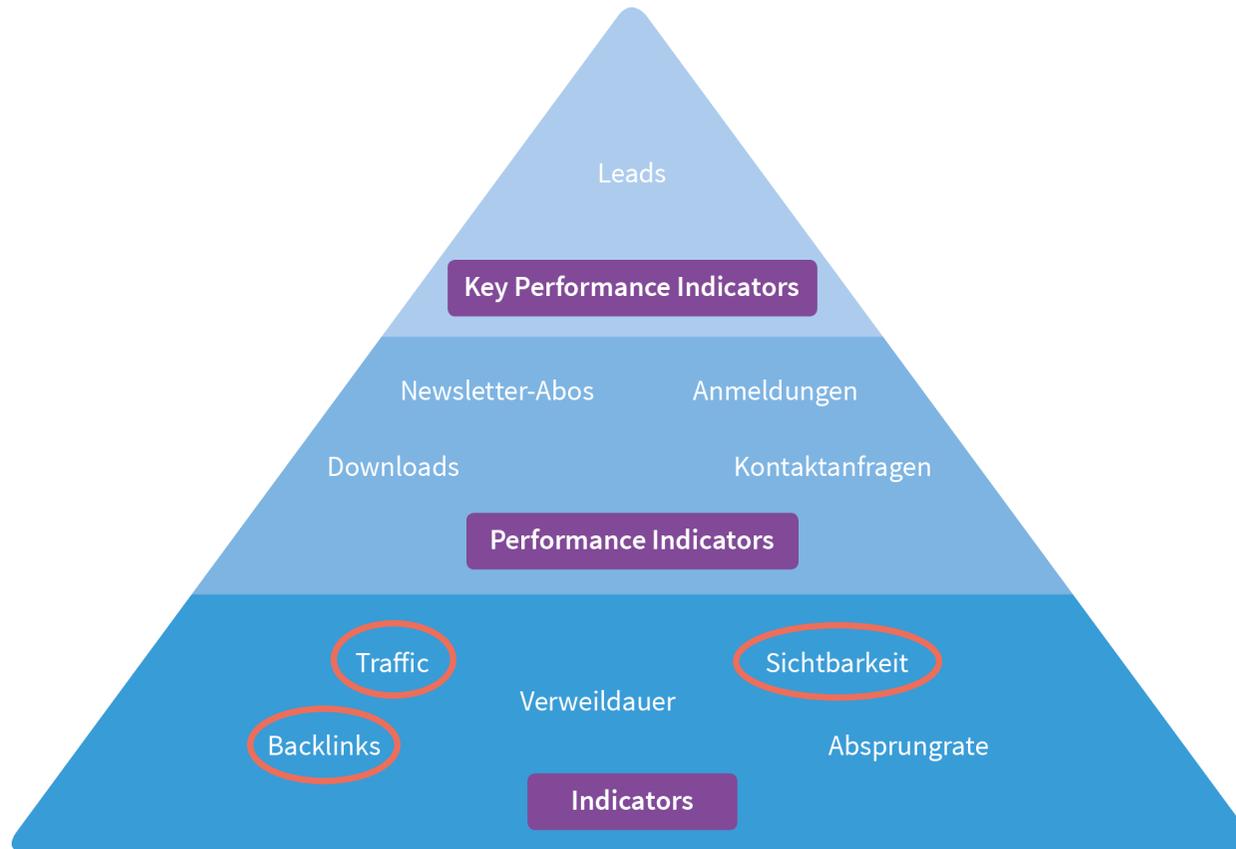


Anreize zur
Conversion schaffen



Gezielte
Nachqualifizierung

Begleitendes Controlling





WIE

... erreiche ich meine Kunden?



Welche Bedürfnisse
haben meine Kunden?



In welcher Situation nutzen
sie meine Angebote?



Welche Kommunikationswege
nutzen meine Kunden?



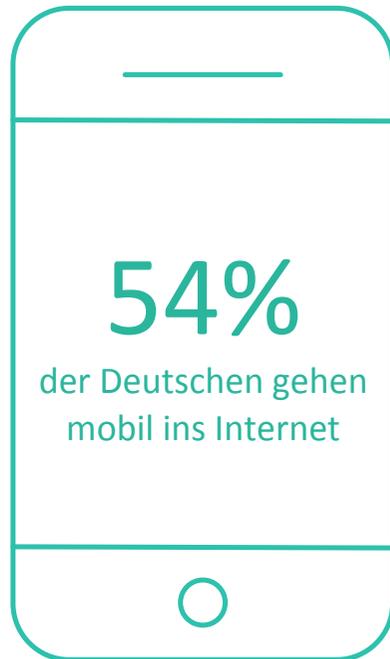
Welche Devices
verwenden meine Kunden?

VS

Email **S** social media marketing

An **EPIC** showdown between two of the most widely used digital marketing platforms.
Which one deserves your marketing dollars?

Draw 1 Draw 2





WAS

... möchten meine Kunden wissen oder tun?



News- und Pressemeldungen

Wenig Aufwand – Fokus auf das Unternehmen – Relevante Zielgruppe



Experteninterviews

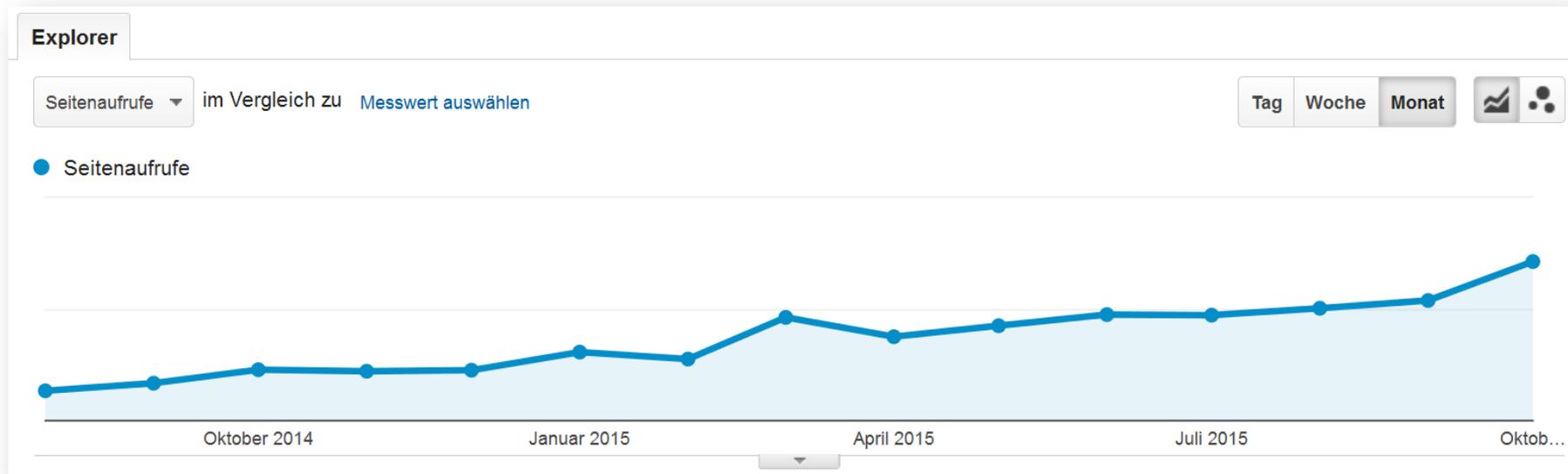
Verteilter Aufwand – Zusätzliche Reichweite – Wichtige Vernetzung



Erklärung wichtiger Begriffe

Einfache Produktion – Passgenau für Ihre Nische – Expertise präsentieren

Best Practice: die optimale Veröffentlichungsfrequenz



Was bedeutet Leadmanagement?



Mehr Traffic generieren



Personalisierte Inhalte bieten

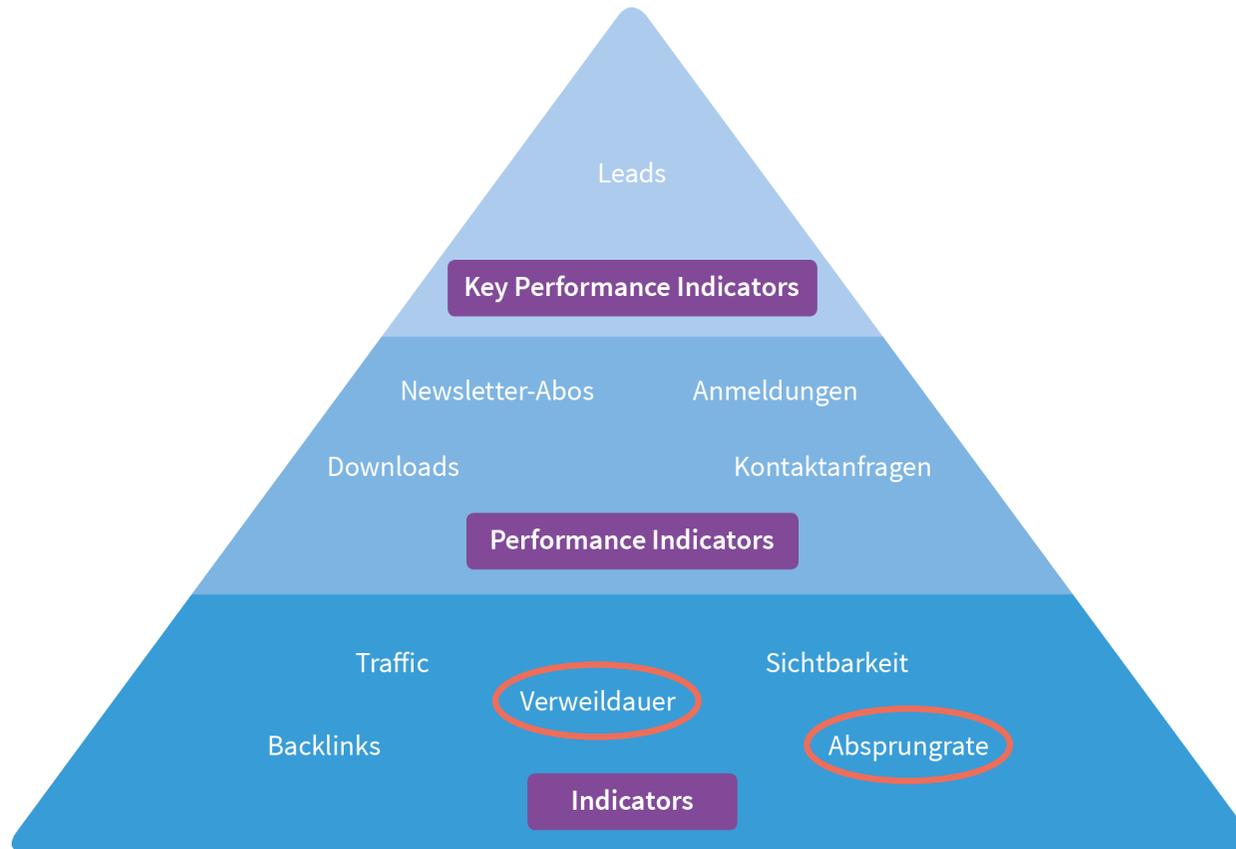


Anreize zur Conversion schaffen



Gezielte Nachqualifizierung

Begleitendes Controlling





Personalisieren anhand des Klickverhaltens



1st Time Visit

- Hilfen zur Nutzerführung
- Zeitlich befristete Angebote



Sichern Sie sich die besten Stücke.



E-Mail-Adresse eingeben

ABSCHICKEN

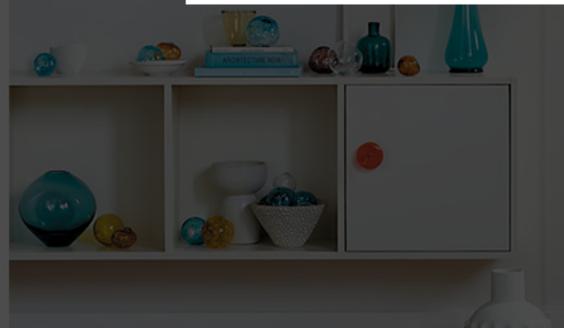
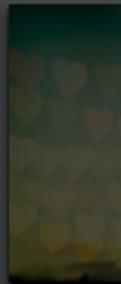
**FREUEN SIE SICH BEI IHREM
NÄCHSTEN EINKAUF AUF 30 % RABATT*
UND EXKLUSIVE DEALS PER E-MAIL**

*NUR FÜR NEUE KUNDEN

KUNST

Ein moderner

JETZT ENTDECKEN



T-Shirts mit
Weihnachtsmotiven

JETZT ENTDECKEN





Personalisieren anhand des Klickverhaltens



1st Time Visit

- Hilfen zur Nutzerführung
- Zeitlich befristete Angebote

Je Persona

Differenzierung zwischen Privat- und Geschäftskunden



Personalisieren anhand des Klickverhaltens



1st Time Visit

- Hilfen zur Nutzerführung
- Zeitlich befristete Angebote

Je Persona

Differenzierung zwischen Privat- und Geschäftskunden



6 Website-Elemente, die Sie einfach personalisieren können.



1. Bühne

- Sortieren nach Relevanz
- Personalisierte Inhalte
- Vorauswahl

4. Header und Footer

- Passende Partner
- Ansprechperson
- Nahegelegene Filiale



2. Teaser

- Zielgruppenspezifisch
- Keine doppelten Inhalte

5. Navigation

- Neuordnung nach Zielgruppen
- Inhalt und Reihenfolge



3. Veranstaltungskalender

- Nach Region
- Personalisiert nach Interesse
- Aktualität

6. Inhaltselemente

- Anhand Klickverhaltens
- Personalisierung innerhalb einer Session





Mehr Traffic
generieren



Personalisierte
Inhalte bieten

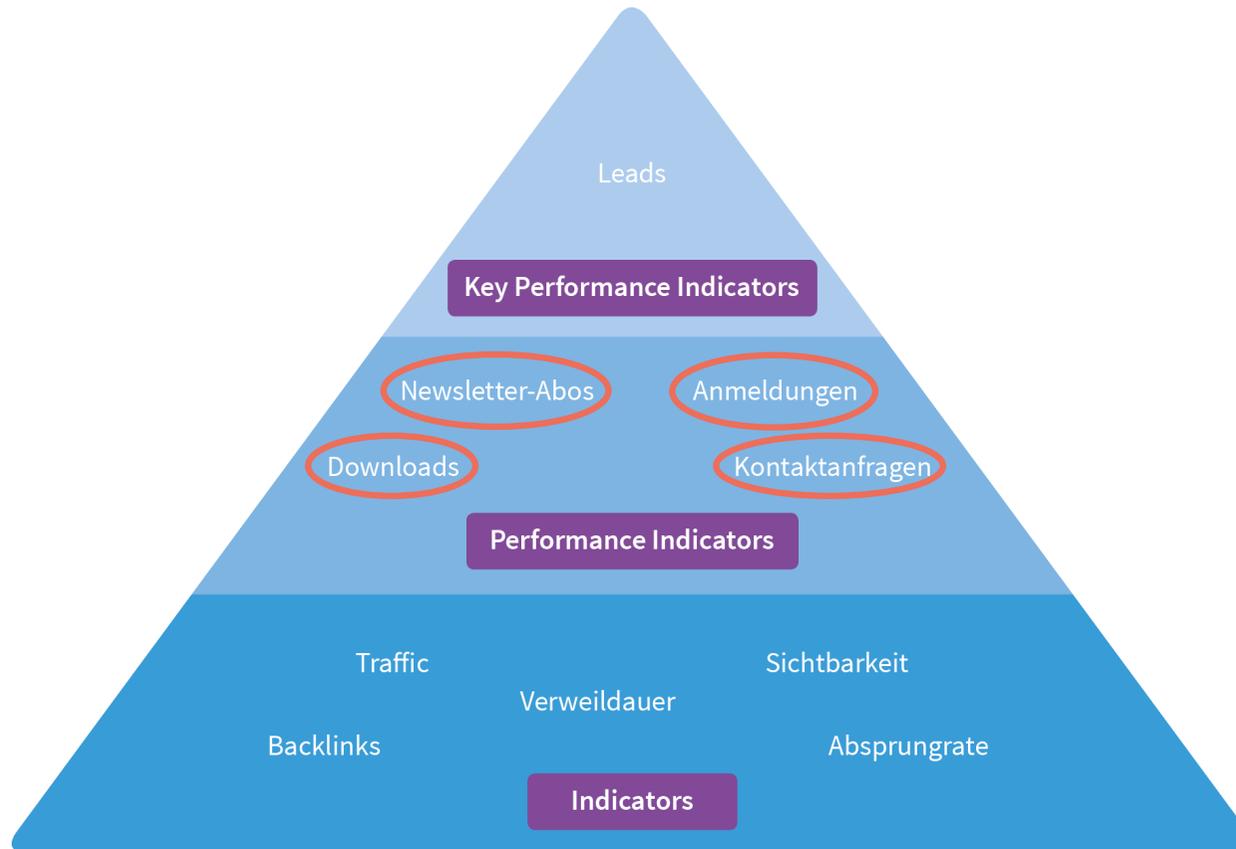


Anreize zur
Conversion schaffen



Gezielte
Nachqualifizierung

Begleitendes Controlling



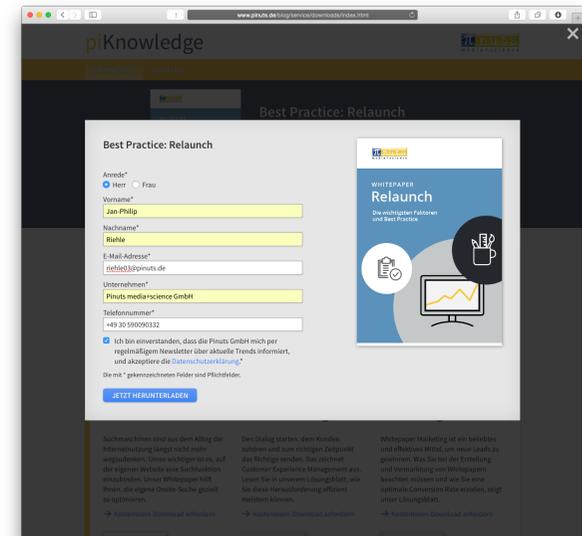
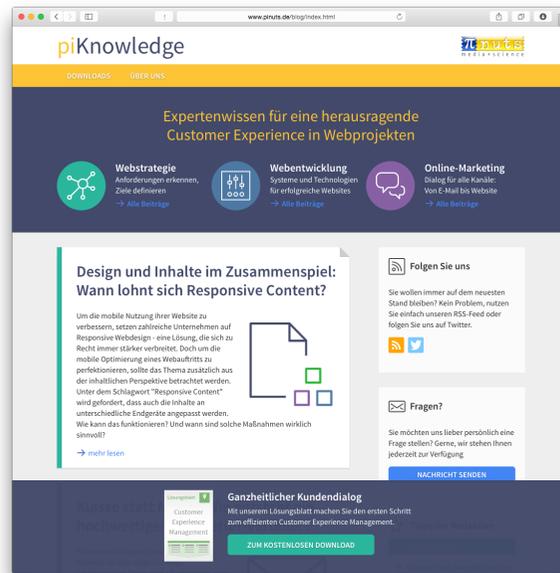
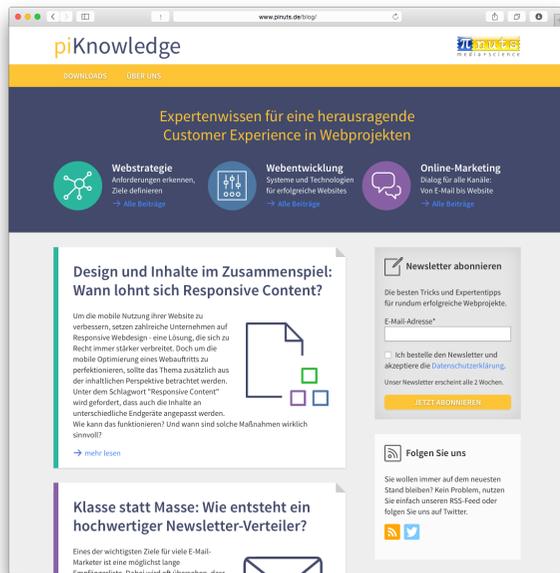
Bspw. durch:

Newsletter-Abonnements,
Mehrwerte & Services,
Gewinnspiele, Kontaktformular,
Webinar- & Veranstaltungen,
Merklisten & Profile ...



Best Practice

Nutzer durch Premium Content konvertieren



Formular
(Newsletter Abo)



Anzahl der Felder
vs.
Conversion-Rate

5 Felder	7 Felder	9 Felder
13,4%	12,0%	10,0%

C2A Button
(Premium Content)



Komplettes Formular
vs.
Button

+59,3 %

PopUp / Layer
(Exit intent PopUp)



Steigerung der
Verkäufe
(30 Tage Testphase)

+22 %



A/B-Testing

Regelmäßige Optimierungen für eine bessere Customer Experience

Die wichtigsten Erfolgsfaktoren

- ✓ Optimierungen immer mit Kundenfokus
- ✓ Anpassungen müssen kompatibel mit der KPI-Pyramide sein
- ✓ Alle Ziele müssen klar messbar sein



Leadgenerierung im B2B

Unser neuestes Whitepaper: Mit Leadmanagement zum Erfolg – so erzielen Sie täglich neue Abschlüsse

ZUM KOSTENLOSEN DOWNLOAD

versus

Führen Sie Ihr Content Marketing zum Erfolg

Leadmanagement ist der erste Schritt zu mehr Kunden. Lesen Sie unser Whitepaper und Sie werden bald täglich:

- Mehr Traffic generieren
- Mehr Besucher konvertieren
- Mehr Leads qualifizieren



WHITEPAPER HERUNTERLADEN



Was bedeutet Leadmanagement?

V



Mehr Traffic
generieren



Personalisierte
Inhalte bieten

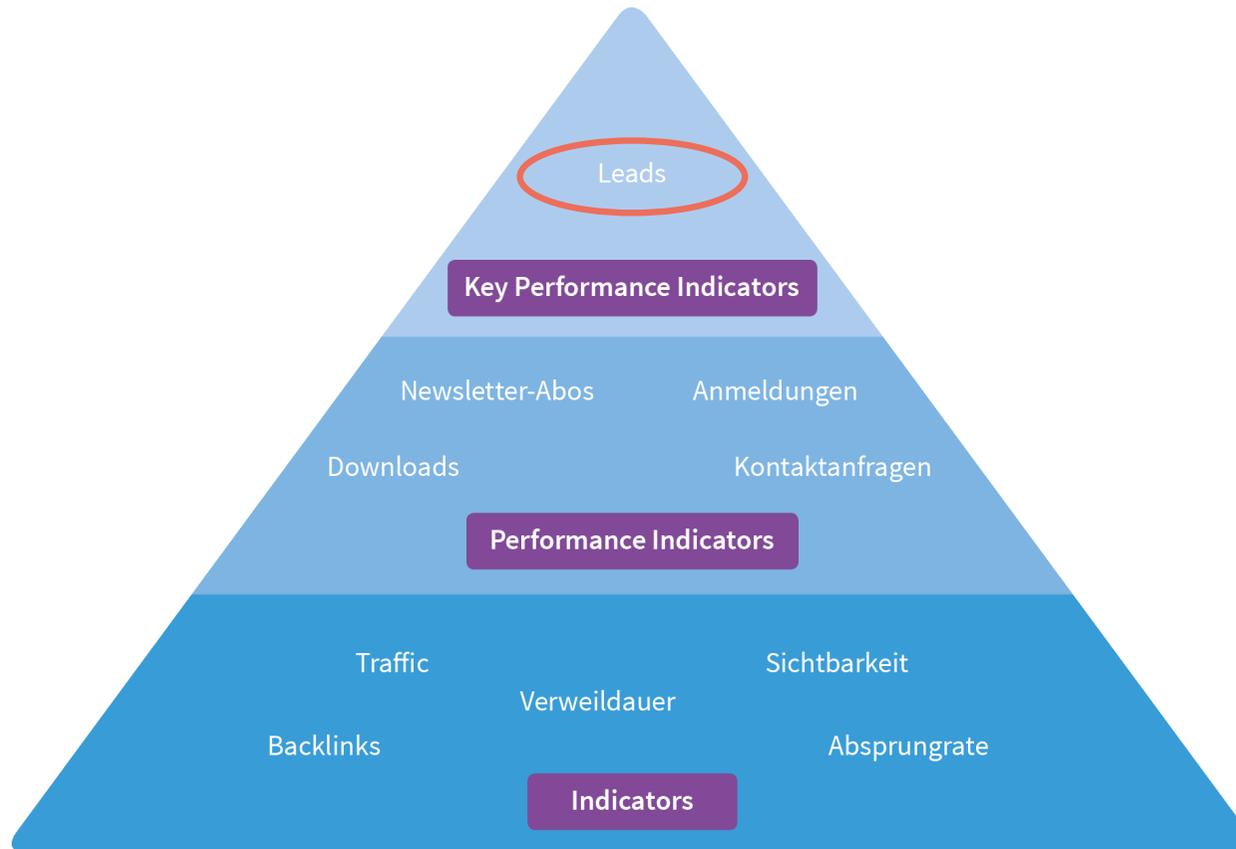


Anreize zur
Conversion schaffen



Gezielte
Nachqualifizierung

Begleitendes Controlling





Anonyme Website Besucher

MARKETING

E-Mail-Adresse

Lead

Vollständige Kontaktdaten und Klickverhalten

SQL

Neuer Kontakt mit vertrieblichem Potenzial

SAL

Persönlicher Kontakt mit Budget

SQL

VERTRIEB

„heiße“
Leads

Nach-
qualifizierung



Abschluss

SQL = Marketing Qualified Lead

SAL = Sales Accepted Lead

SQL = Sales Qualified Lead



Eine umfassende Datenbasis zu den Kundenbedürfnissen



Controlling und detaillierte Segmentierungen



Gezielte Triggermails und Marketing Automation



Personalisierungen aller relevanten Web-Inhalte

👁 Eintrag ansehen

← Eintrag ansehen: Herr Sebastian Müller

Übersicht ✎ 🗑 ⏪ ⏩

Allgemeine Personendaten



Herr Sebastian Müller

Firma Mustermann AG

Segmentierungen

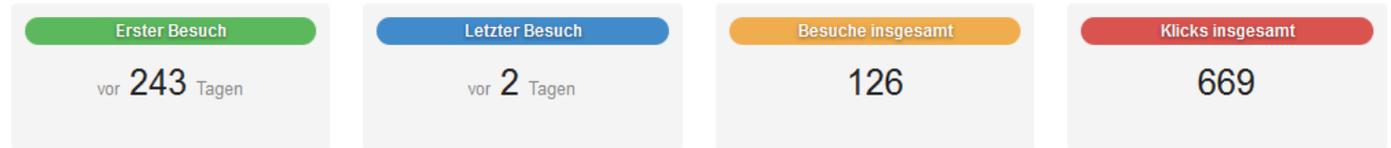
- Kunde/Interessant
- Nicht-Admin
- E-Mail-Adresse bekannt
- Newsletter abonniert
- Download: Whitepaper Relaunch
- Wohnort: Berlin
- Vertriebsregion: Ost
- Gewinnspiel-Teilnehmer

Kontaktdaten

Adresse Am Meilenweg 12, 10119 Berlin
Telefonnummer +49 30 5900903-0
E-Mail-Adresse sebastian.mueller@email.de

Zeitpunkt des Anlegens Di, 01. Sep. 2015, 15:41:46
Zeitpunkt der letzten Änderung Mo, 30. Mai. 2016, 15:57:54

Tracking — Klickverhalten



Top-10 Interessensgebiete — Individuelle Interessen

- CMS: 1.697
- Realtime Targeting: 1.680
- CXM: 1.360
- Karriere: 765
- Universal Messenger: 475
- Marketing Automation: 390
- Webstrategie/Konzeption: 255

Umfassende Segmentierung für die Marketing Automation



The screenshot displays a software interface for segmenting marketing automation entries. At the top, there are tabs for 'Einfache Suche', 'Erweiterte Suche', 'Segmentierung', and 'Alle Einträge anzeigen'. Below the tabs, there is a 'Segment auswählen' section with an 'Auswählen...' button. The main area is titled 'Attribut auswählen und hinzufügen' and is divided into three columns: a list of attributes on the left, a 'Spalten der Tabelle' section in the middle, and a 'nicht' section on the right. The 'Spalten der Tabelle' section lists 'Produktbereich', 'Produkt', 'Version', and 'Status'. The 'nicht' section lists 'Multifunktionsgeräte' and 'Drucker'. A 'Hinzufügen' button is located at the bottom of the 'Spalten der Tabelle' section. To the right of the 'Hinzufügen' button, there is a pie chart and the text '2 Varianten - Einträge mit gesetztem Attribut: 0,23 %'. Below the main interface, there is a section for '27 Einträge' with a dropdown menu set to 'alle' and a 'Neue Verknüpfung' button. Below this, there are three boxes representing different segments: 'E-Mail-Adresse vorhanden' (2986 Einträge), 'Ort = Berlin' (18 Einträge), and 'Ort = Frankfurt' (9 Einträge).

- ✓ Auswahl der richtigen Segmente für die Mails
- ✓ Einmalige Einrichtung für dauerhafte Nutzung
- ✓ Flexibel definierbare Datensätze

1

Erste, einfache
Conversion

The screenshot shows a website with a dark blue header. The logo 'piKnowledge' is on the left, and 'pinuts media+science' is on the right. Below the header is a navigation bar with 'DOWNLOADS' and 'ÜBER UNS'. The main content area is divided into sections. On the left, there's a section titled 'Webstrategie' with a circular icon. On the right, there's a section titled 'Online-Marketing' with a circular icon. In the center, a white pop-up window is overlaid. The pop-up has a title 'Newsletter abonnieren' with a pencil icon. Below the title is a subtitle: 'Die besten Tricks und Expertentipps für rundum erfolgreiche Webprojekte.' There is a text input field containing 'jan-philip.riehle@pinuts.de'. Below the input field is a checkbox with the text 'Ich bestelle den Newsletter und akzeptiere die Datenschutzerklärung.' At the bottom of the pop-up is a yellow button with the text 'JETZT ABONNIEREN'. The background website content is partially visible, including a section titled 'Anleitung zur...' and another titled 'Folgen Sie uns ...'.

pinuts
media+science

DOWNLOADS ÜBER UNS

Webstrategie
Anforderungen
Ziele definieren
→ Alle Beiträge

Online-Marketing
Dialog für alle Kanäle:
Von E-Mail bis Website
→ Alle Beiträge

Newsletter abonnieren

Die besten Tricks und Expertentipps
für rundum erfolgreiche Webprojekte.

jan-philip.riehle@pinuts.de

Ich bestelle den Newsletter und
akzeptiere die [Datenschutzerklärung](#).

JETZT ABONNIEREN

Anleitung zur...
Schritt für Schritt
Vertriebskontrollen

Neue Kontakte zu gewinnen
ist eine der größten Herausforderungen
im Marketing – sowohl in B2B
als auch im B2C Umfeld. Wäre es
nicht schön, wenn Sie eine
"Bedienungsanleitung" für
diesem Beitrag bekommen Sie exakt diese
Anleitung und zwar kurz, präzise, auf den Punkt
– genau wie es sich für eine
Bedienungsanleitung gehört. Und noch eines
verspreche ich Ihnen: Die einzelnen Schritte sind definitiv einfacher
umzusetzen, als alles, was Sie aus dem Baumarkt oder einem bekannten,
... und verpassen Sie nie wieder einen
neuen Beitrag in unserem Blog.

Folgen Sie uns ...

Eintrag ansehen

Eintrag ansehen: Herr Jan-Philip Riehle

- Übersicht
- Alle Attribute
- Attributgruppen
 - Kontaktanfragen
 - Page Tracking
 - Newslettertracking
 - Allgemein
 - Personendaten
 - Adressdaten
 - Blog
 - Kontaktdaten
 - Abonnementdaten
 - Newsletter Channel Vorgänge
 - Verwaltungsdaten
 - Registration
 - Kontaktanfragen (Alt)
 - Produkte
 - MailSchedule
- Listen
- Segmente
- Tracking

Übersicht



Allgemeine Personendaten



(nicht angegeben)

Bekannte Nutzer (E-Mail vorhanden)

Permission für den Blog-Newsletter

E-Mail-Adresse jan-philip.riehle@pinuts.de

Zeitpunkt des Anlegens Di, 22. Sep. 2015, 09:57:54

Zeitpunkt der letzten Änderung Fr, 23. Okt. 2015, 13:27:12

Tracking

Erster Besuch

vor 23 Tagen

Letzter Besuch

vor 2 Tagen

Besuche insgesamt

13

Klicks insgesamt

55

Top-10 Interessensgebiete

CMS: 50 Infopark/Fiona: 20 CXM: 20

2

Qualifizierung per Marketing Automation

Hier ist er: Ihr erster piKnowledge-Newsletter — Eingang

An: Jan-Philipp Riehle <jan-philip.riehle@pinuts.de>
Hier ist er: Ihr erster piKnowledge-Newsletter

Heute 17:16

piKnowledge 

Willkommen beim Newsletter von piKnowledge

Mit unserem Newsletter bleiben Sie ab jetzt bestens informiert! Um Ihnen die Wartezeit bis zum ersten Newsletter zu verkürzen, haben wir für Sie die beliebtesten Blogartikel zusammengestellt.

Ihr piKnowledge-Team.



Auf den Punkt gebracht: Was bedeutet CXM?

Wir haben uns an eine Definition gewagt und erklären Ihnen detailliert, was unter Customer Experience Management zu verstehen ist - und was nicht dazu gehört.

[Hier geht's zum Artikel](#)



Lassen Sie sich nicht unsere kostenlosen Downloads entgehen! — Eingang

An: Jan-Philipp Riehle <jan-philip.riehle@pinuts.de>
Lassen Sie sich nicht unsere kostenlosen Downloads entgehen!

Heute 17:16

piKnowledge 

Ihr Zugang zu spannenden Downloads

Sehr geehrter Herr Riehle,
Sie möchten noch mehr Tipps und Tricks um Ihr Webprojekt erfolgreich gestalten zu können? Dann ist unser Downloadbereich genau das Richtige: hier finden Sie zahlreiche themenspezifischen Whitepaper und Checklisten - natürlich kostenfrei.
Wir wünschen viel Freude beim Stöbern!

Ihr piKnowledge-Team

[Hier geht's zum Downloadbereich](#)



Whitepaper: Best Practice Relaunch

Ein Relaunch ist eine große Herausforderung. Dieses Whitepaper zeigt, wie's geht.

[Hier geht's zum Download](#)



Lösungsblatt: Kundendialog

Lernen Sie, wie Sie Ihre Kundenbindung durch einen personalisierten Kundendialog stärken.

[Hier geht's zum Download](#)

Leadgenerierung im B2B

Leadgenerierung durch relevante Inhalte ist im Content Marketing elementar. Wir zeigen Ihnen Best Practices für die Umwandlung eines anonymen Besuchers in einen qualifizierten

Leadgenerierung im B2B

Anrede*

Herr Frau

Vorname*

Jan-Philip

Nachname*

Riehle

E-Mail-Adresse*

jan-philip.riehle@pinuts.de

Unternehmen*

Pinuts media + science GmbH

Telefonnummer*

030/5900903-39

Ich bin einverstanden, dass die Pinuts GmbH mich per regelmäßigem Newsletter über aktuelle Trends informiert, und akzeptiere die [Datenschutzerklärung](#).*

Die mit * gekennzeichneten Felder sind Pflichtfelder.

[JETZT HERUNTERLADEN](#)



Weiter



Best Practice:
Relaunch

Ein Relaunch ist eine große

Fusion Scrum und
Wasserfall-Modell

Sowohl die Wasserfall-Methode als auch

Marketing
Automation

Richtig eingesetzt ist Marketing

👁 Eintrag ansehen

← Eintrag ansehen: Herr Jan-Philip Riehle

- Übersicht
- Alle Attribute
- Attributgruppen
 - Kontaktanfragen
 - Page Tracking
 - Newslettertracking
 - Allgemein
 - Personendaten
 - Adressdaten
 - Blog
 - Kontaktdaten
 - Abonnementdaten
 - Newsletter Channel Vorgänge
 - Verwaltungsdaten
 - Registration
 - Kontaktanfragen (Alt)
 - Produkte
 - MailSchedule
- Listen
- Segmente
- Tracking

Übersicht



Allgemeine Personendaten



Herr Jan-Philip Riehle

Firma Pinuts media+science

Bekannte Nutzer (E-Mail vorhanden)

MA: Download Leadmanagement

Wiederkehrer

Permission (erweitert) gesamt

Permission für den Blog-Newsletter

Telefonnummer 030590090332

Zeitpunkt des Anlegens Di, 22. Sep. 2015, 09:57:54

E-Mail-Adresse jan-philip.riehle@pinuts.de

Zeitpunkt der letzten Änderung Do, 26. Nov. 2015, 16:21:12

Tracking

Erster Besuch

vor **57** Tagen

Letzter Besuch

vor **2** Tagen

Besuche insgesamt

35

Klicks insgesamt

115

Top-10 Interessensgebiete

CMS: 101 Infopark/Fiona: 90 Karriere: 30 CXM: 20 Universal Messenger: 15

3

Produkt
bewerben

Website Personalisierung - für eine bessere Customer Experience — Eingang

An: Jan-Philip Riehle <jan-philip.riehle@pinuts.de>
Website Personalisierung - für eine bessere Customer Experience

Heute 17:15

pinuts
media+science

Nutzen Sie Ihr neues Wissen

Sehr geehrter Herr Riehle,
mit unserer Checkliste zum Realtime Targeting sind Sie nun bestens informiert - jetzt wird es Zeit, das Erlernte in die Praxis umzusetzen. Dafür stellen wir Ihnen hier die perfekte Lösung vor: den Universal Messenger.



Die Lösung für Ihr Realtime Targeting

Sie wollen den Inhalt Ihrer Website in Echtzeit personalisieren? Überzeugen Sie sich jetzt von den zahlreichen Funktionen des Universal Messengers.

[Universal Messenger kennenlernen](#)



Traffic als Basis der Leadgenerierung

Je mehr Besucher auf Ihre Website gelangen, desto höher wird die Chance, einen guten Lead zu gewinnen



Fokus auf die Conversion

Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, um einen anonymen Website-Nutzer zu identifizieren. Personalisierung erhöht die Chancen.



Gezielte Nachqualifizierung

Nutzen Sie die technischen Möglichkeiten, um weitere Informationen über Ihre Kunden zu generieren

