



„Im Verkauf wird das Geld verdient.“ – so weit, so bekannt. Umso wichtiger, dass man der Leadgenerierung mehr Aufmerksamkeit einräumt. Immerhin bildet diese die Grundlage für geschäftlichen Erfolg. Oft wird sie jedoch nur oberflächlich behandelt. Dabei bedarf es nur weniger Handgriffe, um bereits bestehende Maßnahmen zu verfeinern und so effektiver zu machen. Einige Tipps möchten wir Ihnen hier an die Hand geben.

Inhalt

Leadgenerierung per Landingpage
Leadgenerierung per Crowdsourcing
Leadgenerierung per Content Marketing
Fazit

Leadgenerierung per Landingpage

Die Landingpage ist ein wichtiger Baustein in der Leadgenerierung und kaum ein Unternehmen verzichtet auf deren Einsatz. Mit ein wenig Aufwand kann man die bestehenden Landingpages optimieren.

1. Testen, testen, testen!

Nahezu alle Anbieter von Landingpages bieten die Möglichkeit, mehrere Versionen einer Landingpage zu veröffentlichen und gegeneinander zu testen. Warum? Um sie zu optimieren: Welches Layout ist beliebter, welches Wording effektiver? Welcher CTA spricht Besucher effektiver an?

2. Das Layout

Ein ansprechendes Design ist ein Muss: Nicht zu grell, nicht zu zurückhaltend - klar geordnet und strukturiert. Machen Sie sich Gedanken, wie Sie Ihre Kundschaft ansprechen und wie das Wording ausfallen soll.

3. Visualisieren

Was hilft Ihnen ein Thema besser zu verstehen? Ein Text, eine Grafik oder ein Video? Jeder verarbeitet Informationen anders – Sie sollten versuchen, allen einen Mehrwert zu bieten. So viel Text wie nötig, so wenig wie möglich.

[Crowd Guru GmbH](#)

Schlesische Straße 26, 10997
Berlin

kontakt@crowdguru.de

Tel.: +49 30 319870880

Über Crowd Guru

Crowd Guru bearbeitet schnell und kostengünstig große Mengen von Daten und Inhalten für Unternehmen, indem Projekte und Prozesse gemäß dem Prinzip Crowdsourcing in viele kleine Einzelaufgaben zerlegt werden. Diese werden durch qualifizierte Experten (Gurus) auf der eigenen Plattform bearbeitet. Nach umfassender Qualitätsprüfung erhalten die Kunden von Crowd Guru ihre Daten zur sofortigen Nutzung zurück, wobei ihnen von der Beauftragung bis zur Lieferung der Ergebnisse ein persönlicher Ansprechpartner zur Seite steht. Dadurch ermöglicht das Unternehmen seinen Kunden ohne eigenen Aufwand die Vorteile von Crowdsourcing zu nutzen und umfangreiche Projekte transparent und in kürzester Zeit zu realisieren. Crowd Guru ist ein Berliner Unternehmen und bereits seit 2008 im Bereich Crowdsourcing tätig. Die Dienstleistungen von Crowd Guru reichen von Daten-verarbeitung und Vertriebs-datenrecherche über Adress- bzw. Informations-recherche bis hin zu Produktbeschreibungen und Transkriptionen.

Eine Infografik kann einen Sachverhalt vereinfachen - ein Video sowieso.

4. „Ihre Daten sind sicher“

Eine Studie von [Contentverve](#) kommt zu dem Ergebnis, dass bereits ein kurzer Datenschutzhinweis auf der Landingpage zu 18 % mehr Conversions führt. „Ihre Daten sind bei uns sicher“ oder „Wir geben Ihre Daten nicht an Dritte weiter“ reicht bereits.

Leadgenerierung per Crowdsourcing

Ganz gleich, wie Sie die Leadgenerierung organisieren: Es kostet Sie auf jeden Fall Zeit. Und nicht jeder Lead ist wertvoll - so ist es beispielsweise unvermeidbar, dass sich Privatpersonen in Ihren B2B-Newsletter eintragen. Adressen zuzukaufen ist gang und gäbe: [25 % der Unternehmen](#) geben an, dies bereits getan zu haben. Die Vorteile sind offensichtlich; wenig Aufwand, viele Kontaktdaten. Doch trotz Filterfunktionen entsprechen die gelieferten Daten nicht immer dem, was man sich erhofft; Adressen sind veraltet, Ansprechpartner haben gewechselt oder das Unternehmen hat sein Portfolio geändert. Immerhin [geben 38 % an, dass die gekauften Daten Optimierungsbedarf haben](#). Die Zeitersparnis durch den Zukauf muss oftmals auch hoch bezahlt werden - günstig ist der Adresskauf in den seltensten Fällen.

Besonders dann, wenn Sie schnell qualitativ hochwertige Leads brauchen, ist Crowdsourcing eine gute und lohnenswerte Alternative zum klassischen Kauf der Adressen. Die Vorteile im Überblick:

1. Individualität & Skalierbarkeit

Bei der Leadgenerierung per Crowdsourcing wird individuell für Ihre Anfrage recherchiert - nach Ihren Vorgaben. Auch ist skalierbar, wie viel ein Lead kosten soll (CPL, Cost per Lead) - eine Tatsache, die die meisten Unternehmen nicht benennen können. Crowdsourcete Leaddaten sind effektiver und kostengünstiger.

2. Höhere Qualität

Leadgenerierung per Crowdsourcing hat eine höhere Qualität: Durch sehr gezieltes Filtern können Leads mit beliebig vielen, genau recherchierten Informationen generiert werden.

3. Menschliche Komponente

Die Leadgenerierung bei Crowd Guru geschieht auftragsspezifisch per Hand. Tausende Crowd Gurus suchen nach den perfekten Kontakten. Durch diese einmalige menschliche Komponente, die andere Adresslieferanten nicht bieten können, findet bereits während des Suchvorgangs eine Qualifizierung statt: Unsere Gurus erkennen, ob ein Lead qualitativ ist oder nicht. Darüber hinaus findet auch eine automatisierte Qualitätskontrolle sowie eine händische Zweitkontrolle statt.

4. Zusätzliche Infos

Informationen zu Firmen und Personen, die man sonst nicht bekommt, sind beim Crowdsourcing Teil des Prozesses: Sucht das Unternehmen gerade viele neue Mitarbeiter? (Hinweis auf Expansion) oder gibt es viele Werbeanzeigen (Suche nach neuen Kunden & Kontakten)? Zusammengefasst ist die Leadgenerierung per Crowdsourcing tiefergehender, genauer, aktueller und dank der menschlichen Komponente mit Informationen anreicherbar, die traditionelle Adressanbieter nicht bieten können.

Das gilt übrigens auch dann, wenn Sie bereits Adressen gekauft haben; per Crowdsourcing können diese angereichert und aufgewertet werden.

Leadgenerierung per Content Marketing

Das Content Marketing einer der zentralen Schlüssel ist, mehr potenzielle Kunden anzulocken ist mittlerweile bekannt. Oftmals ist der Prozess allerdings noch optimierbar.

1. Regelmäßigen Content publizieren

Ob im firmeneigenen Blog, durch Gastbeiträge auf relevanten Seiten oder in sozialen Netzwerken - je breiter der Content gestreut wird, desto mehr potenzielle Kunden können angesprochen werden. Doch sollte man immer Qualität und Relevanz im Auge behalten. Sind die Besucher einer Webseite wirklich an meinem Produkt oder meiner Dienstleistung interessiert? Auch das Verteilen in sozialen Netzwerken ist beliebt - und effektiv. Besonders XING oder LinkedIn eignen sich hervorragend. Doch Vorsicht: Ein Beitrag zum Marketing ist in einer Lohnbuchhaltungs-Gruppe nicht gut aufgehoben und wird dort als Spam wahrgenommen. Besser: Identifizieren Sie die Gruppen, die für Ihren Beitrag wirklich relevant sind und verteilen Sie den Content gezielt. [Die Contentverfassung kann man übrigens auch crowdsourcen.](#)

2. Whitepaper

Whitepaper beleuchten ein Thema detaillierter als Blogbeiträge. Die Erstellung ist aufwendiger, der Umfang mit bis zu 15 Seiten größer. Aber die Arbeit lohnt sich: Man kann sich nicht nur als Experte zu einem Thema positionieren, sondern den Download auch mit einer Leadgenerierung verbinden. Eine Win-win-Situation für alle - vorausgesetzt der Inhalt bietet einen wirklichen Mehrwert. Falls nicht, kann das Whitepaper schnell zum Gegenteil mutieren und als negativ aufgefasst werden.

Fazit

Oftmals kann der Bereich Leadgenerierung mit nur wenigen Handgriffen und geringem zeitlichen Aufwand verbessert werden. Weitere Maßnahmen, wie das Veröffentlichen eines Whitepapers, führen nicht nur zu neuen Kontakten, sondern auch - kombiniert mit anderen Maßnahmen - zu einem Expertenstatus.

Crowdsourcing ist eine zeitsparende und skalierbare Erweiterung und Alternative der eigenen Bemühungen. Durch die vielen Tausend Suchenden werden in kurzer Zeit große Mengen an Kontakten recherchiert, die mit Aktualität und Genauigkeit überzeugen. Durch die einfache Individualisierung wird nur nach dem gesucht, was für Sie wirklich relevant ist. Außerdem ist der CPL auf den Cent genau nachweisbar.