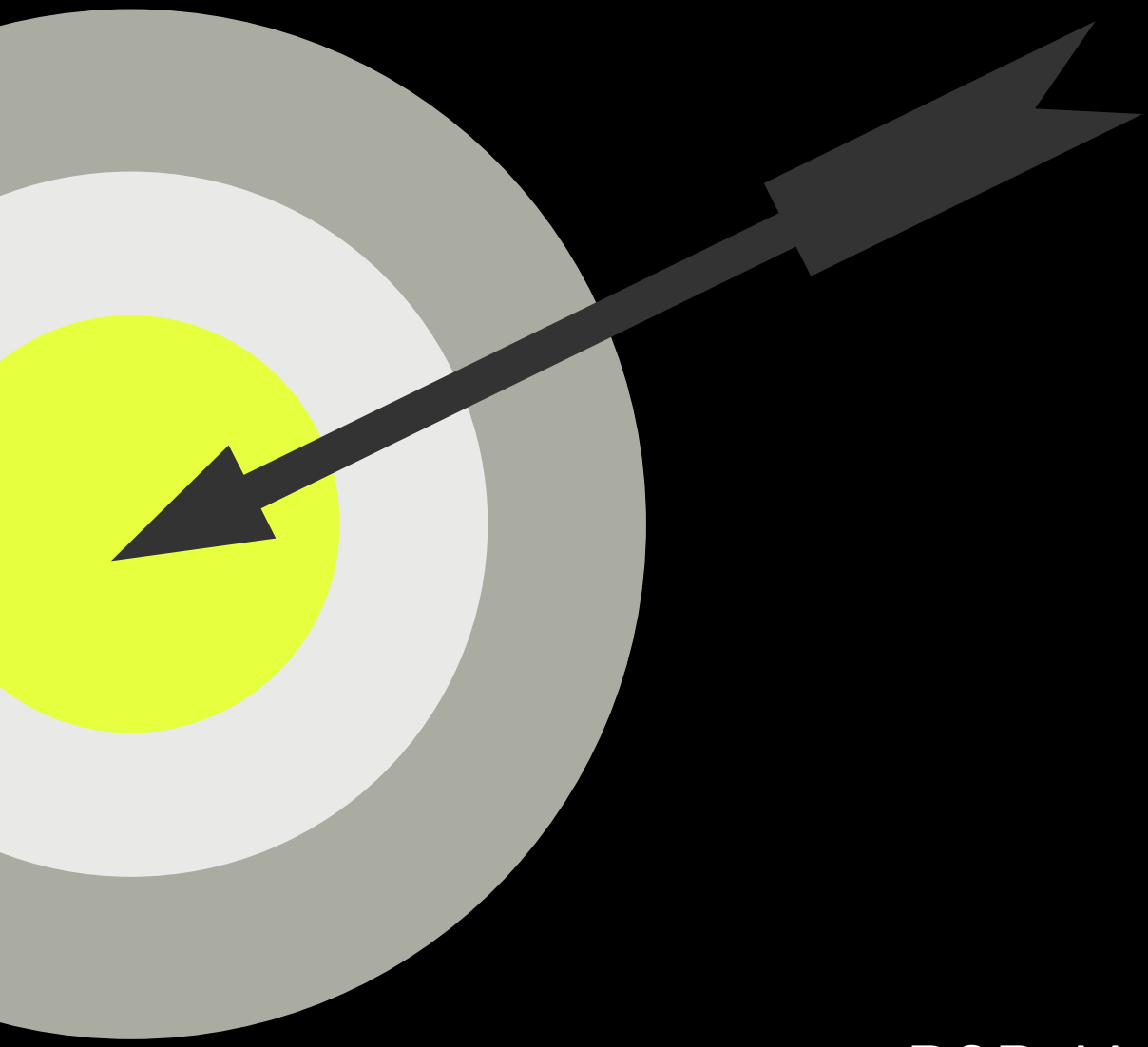
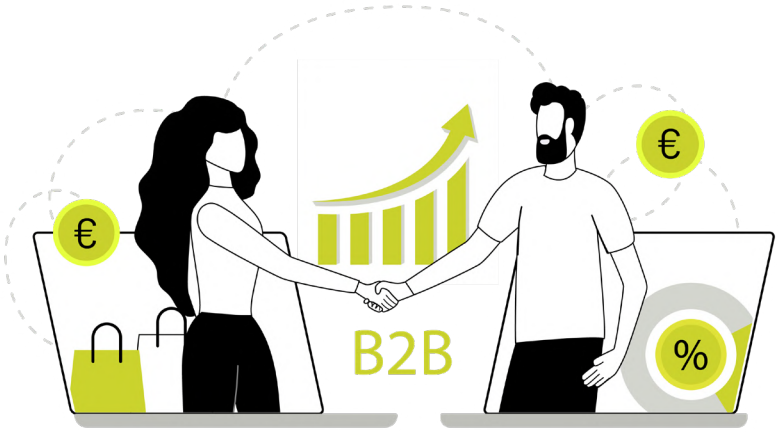


B2B-Marketing:

7 Tipps für eine erfolgreiche Lead-Gen-Strategie

matelso.

7 Tipps für eine erfolgreiche Lead-Gen-Strategie



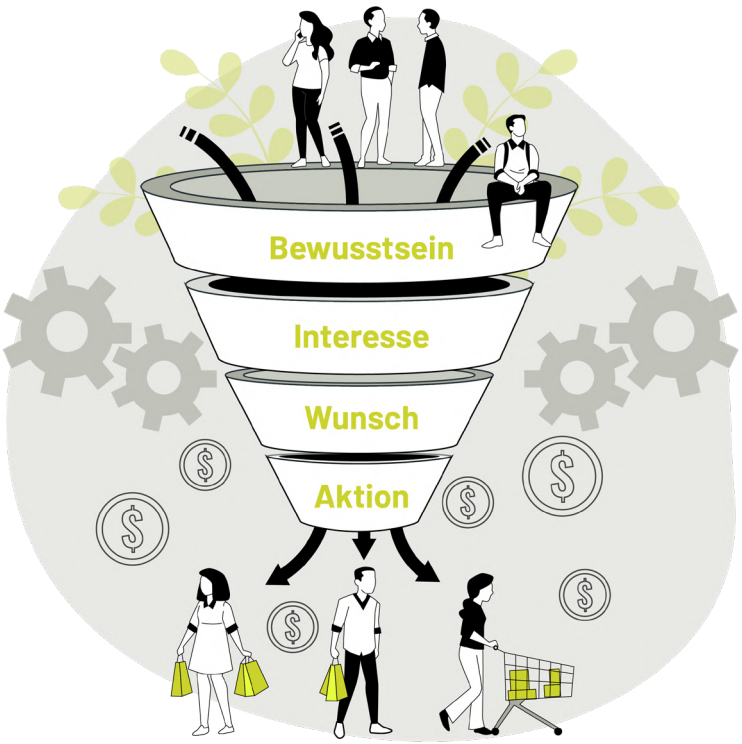
Lead-Gen-Kampagnen für B2B-Unternehmen

In der B2B-Welt und für viele KMUs sind Lead-Gen-Kampagnen der Schlüssel zum Erfolg – und essentiell für das Neugeschäft. Zudem verbinden diese Maßnahmen Unternehmen mit potenziellen Kunden, die nach konkreten Lösungen für ihre individuellen Business-Herausforderungen suchen.

In diesem Whitepaper finden B2B-Online-Marketer und -CMOs konkrete Tipps, um ihre Lead-Kampagnen zu optimieren – und gleichzeitig ihren Business-Erfolg zu maximieren.

Was ist eine B2B-Lead-Gen-Kampagne?

Eine vom Marketing initiierte Lead- Gen-Kampagne im B2B-Sektor zielt darauf ab, potenzielle Käufer zu identifizieren, die an Produkten oder Dienstleistungen eines Unternehmens interessiert sind. Es handelt sich um strategische Marketing-Maßnahmen, um Kontaktinformationen von Zielkunden zu sammeln. Diese Kampagnen sind essentiell, um den Vertriebsprozess anzukurbeln, da sie ganz konkret qualifizierte Leads generieren, die von den Sales-Spezialisten in Kunden umgewandelt werden können. Sie spielen eine zentrale Rolle im B2B-Marketing sowie im gesamten Lead-Management-Prozess, da sie die Brücke zwischen dem Angebot eines Unternehmens und den Bedürfnissen potenzieller Kunden schlagen.



Die fünf häufigsten vermeidbaren Fehler – und Lösungsansätze

Zu den fünf häufigsten Fehlern bei der Konzeption von Lead-Kampagnen zählen:

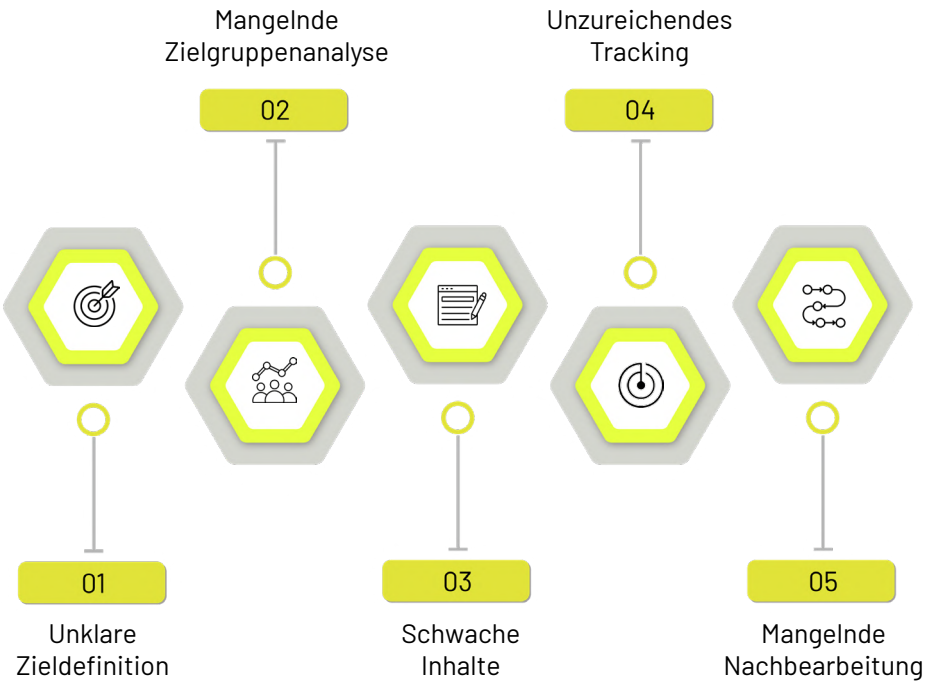
Unklare Zieldefinition: Unspezifische Ziele verursachen Ressourcenverschwendung.
Lösung: Definieren Sie SMART-Ziele (spezifisch, messbar, erreichbar, relevant, zeitgebunden) für klare Messbarkeit und Optimierung.

Mangelnde Zielgruppenanalyse: Unpassende Botschaften durch oberflächliche Zielgruppenkenntnisse.
Lösung: Analysieren Sie Zielgruppendaten mit Tools für personalisierte Ansprachen.

Schwache Inhalte: Nicht zielgruppenorientierte Inhalte erzeugen keine Markenbindung.
Lösung: Nutzen Sie Keyword-Recherchen für bedürfnisorientierte Inhalte mit Mehrwert.

Unzureichendes Tracking: Ohne genaues Tracking (online und offline) keine effiziente Kampagnenanalyse.
Lösung: Einsatz von Analyse-Tools und Conversion-Tracking für kontinuierliche Verbesserungen.

Mangelnde Nachbearbeitung: Ausbleibende Kommunikation und fehlendes Nachfassen verschenken Vertriebspotenziale.
Lösung: CRM-Systeme für gezielte Follow-up-Kampagnen nutzen.



Diese häufig auftretenden Fallstricke in den Lead-Kampagnen zu umgehen, ist nicht einfach. Doch es gibt einige Strategien und Tipps, an denen sich Online-Marketer und Marketingverantwortliche orientieren können, um schon nach einem Monat zu deutlich besseren Ergebnissen zu kommen:

7 Tipps für erfolgreiche Lead-Gen-Kampagnen in 30 Tagen

1. Marketing- & Sales-Prozesse vereinen

Unser Haupt-Tipp: Schaffen Sie die Voraussetzungen für eine enge Kooperation zwischen Marketing und Sales! Das ist der Garant für erfolgreiche, integrierte Lead-Kampagnen und Sales-Prozesse. Bedingungen: eine Kultur der Kollaboration sowie der gemeinsame Einsatz von Tools wie CRM und Lead-Management-Systemen. So haben alle relevanten Akteure Zugang zu denselben Kundeninformationen. Dies unterstützt konsistente Kommunikation sowie eine effiziente Optimierung des Marketing- und Vertriebsprozesses.

Folgende Best Practices helfen dabei:

1. Regelmäßige Meetings zwischen Marketing & Sales, um Ziele und Strategien abzustimmen.
2. Ein geregelter Austausch von Insights über Kundeninteraktionen.
3. Kunden-Feedback allen zugänglich machen, um Prozesse und Angebote zu verbessern.

Impact Vertriebsmarketing

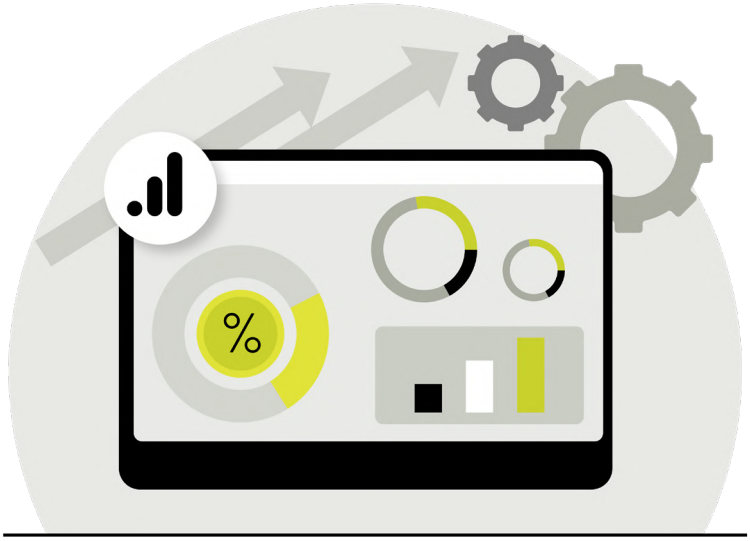
Daten- und Kompetenz-Silos werden beseitigt und eine Kultur der Zusammenarbeit etabliert. Dies führt direkt zu besseren, integrierten Prozessen, wertvollen Daten für Marketing & Sales sowie zu optimalen Conversion-Raten und Kundenbeziehungen.

2. Integration der Lead-Daten in GA4

Die Integration von Lead-Daten in GA4 nutzt definierte Trigger-Ereignisse (Events), um Lead-Aktionen wie Formular-Einsendungen oder Downloads zu tracken. Solche Daten sind essentiell für Online-Marketer, um Kanal- und Kampagnen-Ergebnisse zu bewerten und Content mit hoher Konversionsrate zu identifizieren.

Impact Daten-Integration

Die gezielte Datenanalyse in Google Analytics 4 ermöglicht einen effizienteren Budget-Einsatz sowie bessere Kampagnenplanung, was zu mehr qualifizierten Leads, höheren Conversion-Raten und gesteigerten Umsätzen führt.



3. Die manuelle Optimierung in Google Ads

Durch manuelle Optimierung von Keywords, Anzeigentexten und Gebotsstrategien in Google Ads verbessern Marketer Kampagnen-Relevanz und -erfolg sowie die Budget-Effizienz. Diese Anpassungen steigern die Ad-Qualität und deren Ausrichtung auf Zielkunden, was die Conversion-Raten deutlich erhöht.

Impact Google Ads

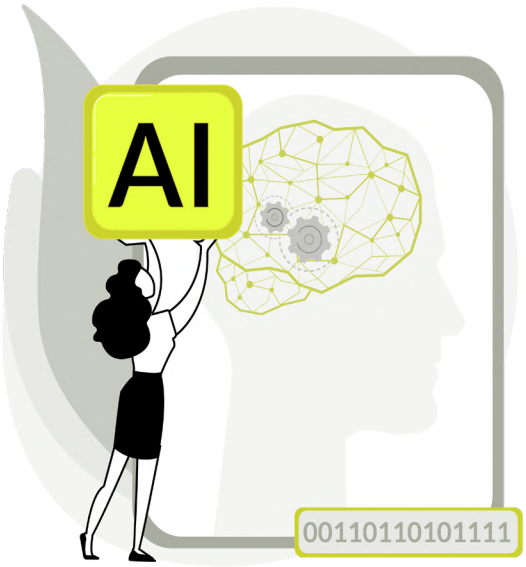
Die manuelle Optimierung steigert den Marketing-ROI deutlich und schafft bei effizienterem Budgeteinsatz deutlich mehr qualifizierte Leads – oft sogar mit geringerem Budget.

4. Automatisierte Smart Bidding-Strategien in Google Ads richtig nutzen

Automatisierte Smart Bidding-Strategien in Google Ads passen Gebote auf Keywords dynamisch für optimale Konversions-Chancen an. Online-Marketer nutzen so KI und maschinelles Lernen, um Kampagnen stärker auf Leads auszurichten und die Effizienz zu steigern. Trotz der Vorteile wie Zeitersparnis und Fokus auf die Strategie entsteht allerdings auch eine Abhängigkeit von Algorithmen, was die Transparenz beeinträchtigen kann.

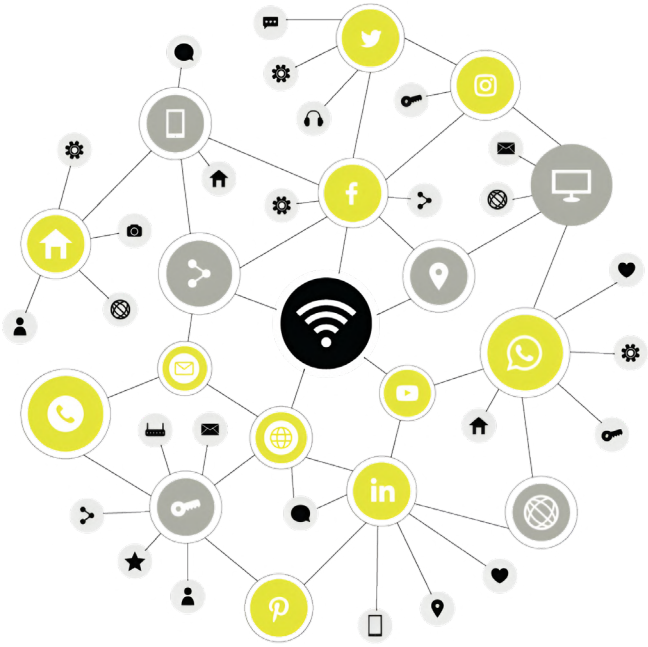
Impact Smart Bidding

Smart Bidding steigert die Kampagnen-Performance und optimiert die Budgetallokation, was den ROI massiv erhöht.



5. Cross-Plattform-Analysen durchführen

Cross-Plattform-Analysen verknüpfen Daten aus unterschiedlichen Quellen, um die Customer Journey vollständig zu verstehen. Dies ermöglicht es Marketern, Verhalten und Vorlieben ihrer Zielgruppen genau zu erfassen, was essentiell für fundierte Marketingentscheidungen ist. Durch das Wissen über die Interaktion der Kunden über diverse Plattformen hinweg, lassen sich Marketingaktionen gezielter an den Bedürfnissen der Zielkunden ausrichten.



Impact Customer Journey

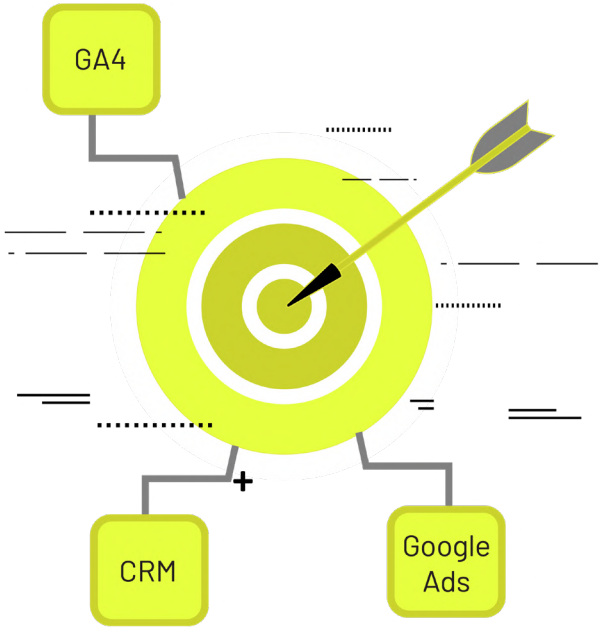
Auch dieser Tipp führt zu einem deutlich höheren ROI, getragen von zielgerichteten Ausgaben und gesteigerten Konversionsraten.

6. Hyper-targeted Campaigning durch Daten-Integration

Durch die Integration von Daten aus GA4, Google Ads und CRM-Systemen können Marketing-Teams hyper-zielgerichtete Kampagnen erstellen. Diese Kampagnen erfassen die Bedürfnisse und Verhaltensweisen der Zielgruppen präzise, für eine personalisierte Ansprache. Indem relevante Daten genutzt werden, lassen sich Werbebotschaften effektiv auf einzelne Kunden zuschneiden.

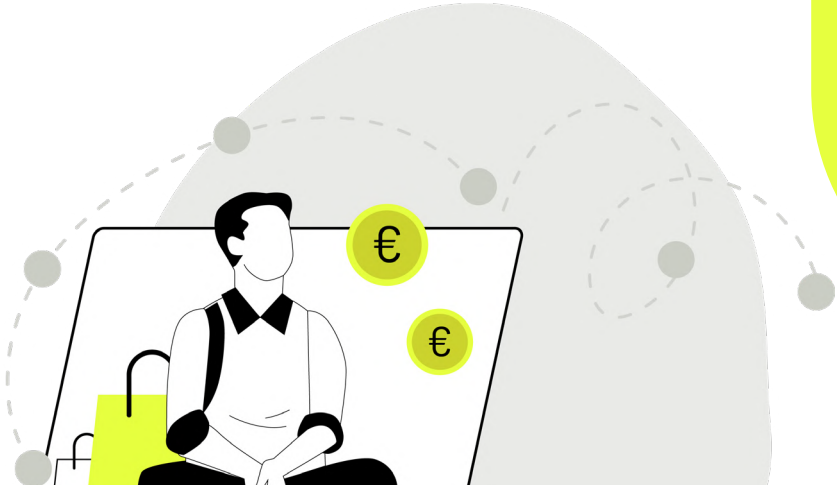
Impact Targeted Campaigning

Hyper-targeted Campaigning erhöht Engagement- und Conversion-Raten, was Umsatz und ROI signifikant steigert.



7. Optimierung der Customer Journey

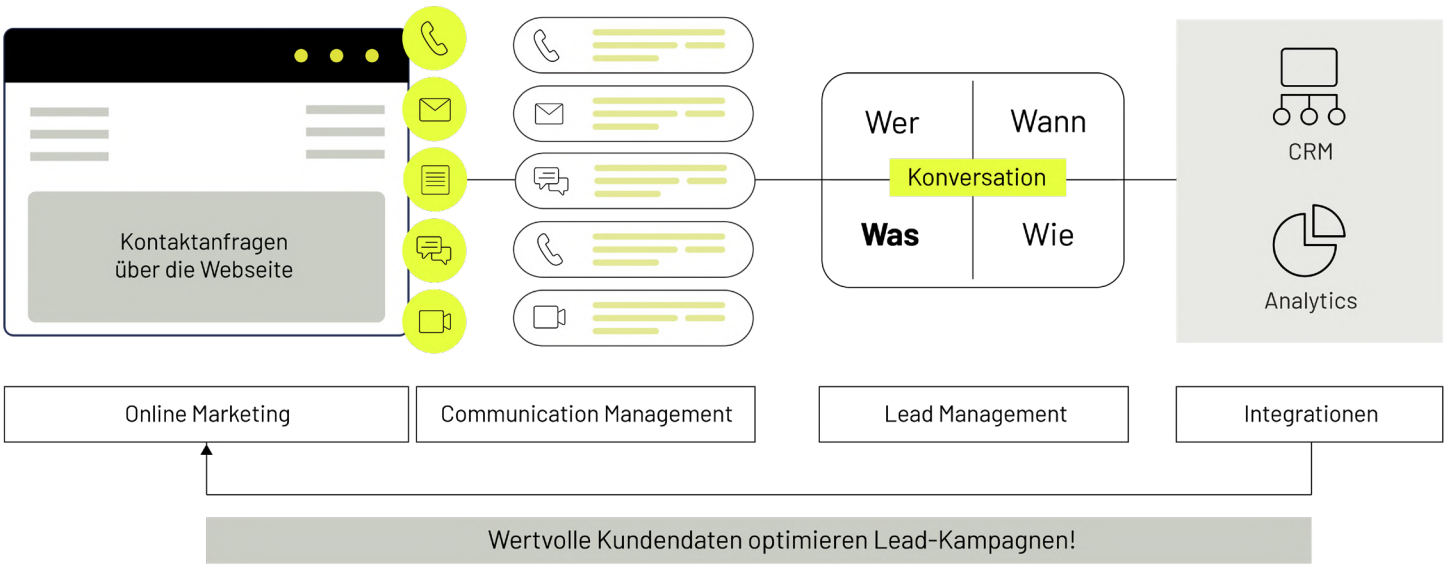
Nachdem Strategien wie hyper-targeted Campaigning implementiert sind, bleibt für Online-Marketer immer noch viel zu tun. Es geht darum, die individuellen Customer Journeys durch Analysen zu verstehen und Kunden aktiv zum Kauf zu führen. Dies umfasst die Verstärkung relevanter Kontaktpunkte sowie die Schaffung neuer, die noch stärker auf den Verkauf einzahlen. Das Ziel: das Kundenerlebnis und die Zufriedenheit erhöhen und den Kaufprozess beschleunigen.



Impact Journey Mapping

Durch Optimierung der Kundenreise steigt der Umsatz, während die Kosten pro Lead (CPL) deutlich fallen. Dies fördert langfristiges Wachstum und stärkt die Marktposition.

B2B-Lead-Kampagnen und Lead Management neu denken – mit der matelso platform



Marketing & Sales, stronger together

Um mit diesen sieben Tipps in 30 Tagen erfolgreiche Lead-Gen-Kampagnen zu realisieren, ist es für Online-Marketer und CMOs in B2B-Unternehmen entscheidend, Marketing- und Vertriebsprozesse nachhaltig zu verbinden. Diese zentrale Handlungsempfehlung ermöglicht es, effektivere Kampagnen zu entwickeln, umzusetzen und die Ergebnisse effizient zu messen.

Mit der matelso platform bieten wir eine SaaS-Lösung, die sich zwischen Marketing und Vertrieb positioniert und die Brücke zwischen beiden Abteilungen schlägt – als sogenannte Vertriebsmarketing-Lösung. Auf diese Weise werden Silos abgebaut und beide Abteilungen profitieren gleichermaßen von allen vorhandenen Kunden-Daten und -Insights – die Basis für gemeinsamen Erfolg.

Die Benefits der matelso platform im Überblick:

→ Ermitteln Sie mit robustem Tracking den Wert jedes Leads und die Performance jeder Kampagne.

→ Vermeiden Sie verpasste Leads durch eine zentrale Queue und individuelle Notifications.

→ Verbessern Sie Budget-Effizienz und -Transparenz im gesamten Marketing- und Lead-Management-Prozess.

→ Erhalten Sie wertvolle Einblicke in Ihre Customer Journeys.

→ Transferieren Sie Kundendaten nahtlos in Analytics-Tools und CRM, um Marketing und Vertrieb zu stärken.

Über matelso

Sie sind Online- oder Performance-Marketer und schlagen sich täglich mit diesen Herausforderungen herum:

- Ihre Lead-Kampagnen generieren nicht den gewünschten Wert
- Viele Leads verschwinden einfach im Nirvana und daher ist es schwer, einen guten ROI für Ihre Arbeit nachzuweisen
- Dadurch entstehen Spannungen zwischen Marketing & Vertrieb

Die Lösung:

Ein Ansatz muss her, mit der Sie mehr wertvolle Leads bei gleichbleibendem Budget bekommen – das freut das Unternehmen und macht den Vertriebskollegen das Leben leichter. Mit unserer SaaS-Plattform schaffen Sie genau das: In 30 Tagen zu besseren Marketing- und Lead Management-Prozessen – und damit zu mehr Liebe zwischen Marketing & Sales.

Nehmen Sie noch heute Kontakt auf und erleben Sie eine exklusive Live-Demo:

Termin vereinbaren →

Mehr Informationen zu matelso finden Sie hier:
www.matelso.com

Langjährige Geschäftspartner, die erfolgreich mit unserer Call Tracking-Technologie arbeiten.

SMARKETER Telefónica euronics AUTOLAND Deutschlands größter Autodiscounter PROMEDICA24 ImmoScout24

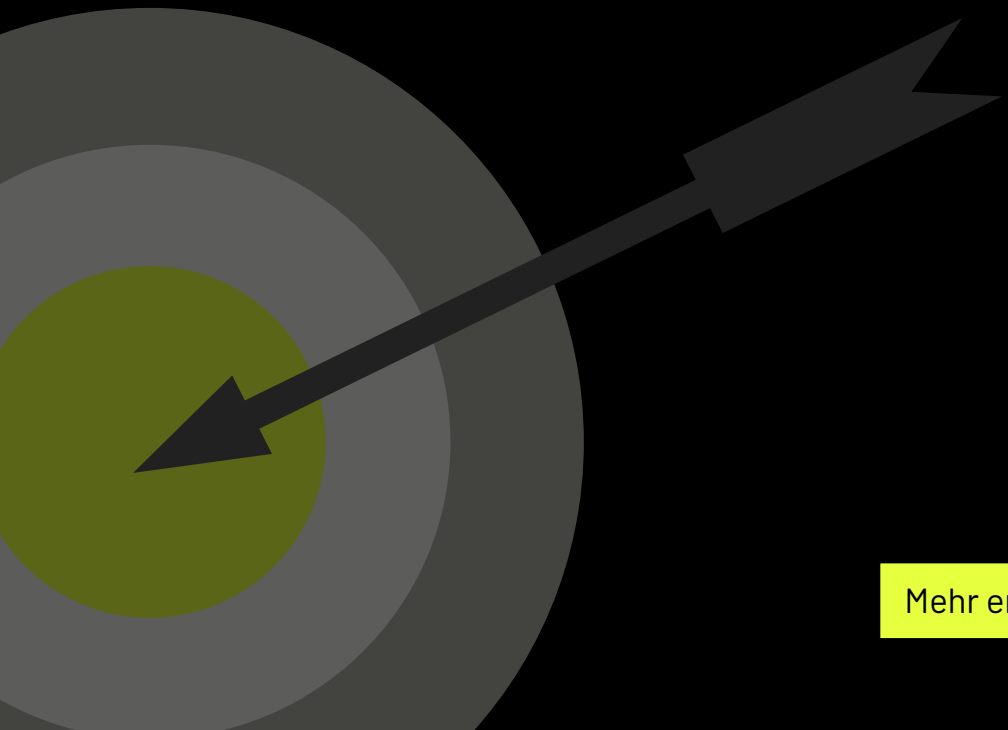
Contact Us

Europaallee 34
67657 Kaiserslautern

+49 631 91 46 44 90

business@matelso.com

www.matelso.com



Mehr erfahren →