

Workshop

Lead Management aufsetzen und messbar zum Unternehmenserfolg beitragen

Neukunden gewinnen | Integration verbessern | Prozesse gestalten



Mit einem funktionierenden Lead Management können Unternehmen systematisch Neukundengeschäft aufbauen. Im Workshop lernen die Teilnehmer alles Notwendige, um ein erfolgreiches Lead Management aufzubauen. In praxisnahen Übungen erarbeiten sie konkrete Ansätze zur unmittelbaren Umsetzung. Sie lernen bewährte Methoden kennen und bekommen Impulse zur Optimierung bestehender Prozesse. Neben der besseren Integration von Marketing und Vertrieb stellen Unternehmen eine bessere Messbarkeit von Marketing sicher. Lead Management wird im Rahmen eines umfassenden Funnel Managements behandelt mit konkreten Maßnahmen aus Vertriebs- und Marketingsicht. Fallstudien, Beispiele integrierter Online- und Offline-Kampagne sowie ein Überblick notwendiger Technologien veranschaulichen erfolgreiche Herangehensweisen. Die Teilnehmer profitieren von kompaktem Wissen und können gezielt Fragen mit dem Referenten behandeln. Im intensiven Austausch wird ein konkreter Maßnahmenplan mit Zielen und Verantwortlichkeiten entwickelt.

„Ich war überrascht, wie viel sich aus dem Sales Funnel noch herausholen lässt. Mit dem Profiblick packt Lutz Klaus an: Er bietet klare, praxisorientierte Handlungsempfehlungen. Der Teilnehmer profitiert dabei aus einem reichhaltigen Erfahrungsschatz. Zusätzlich gibt Lutz zahlreiche Impulse zum Einsatz der brandaktuellen digitalen Marketing-Werkzeuge. Damit schafft man Klarheit und Transparenz. Es vereinfacht und beschleunigt den Weg zu einem besseren Marketing ROI und mehr Erfolg.“

Sven Bedö, Leiter Marketing Flottweg SE

ZIELGRUPPE: B2B Marketing-, Vertriebs- und CRM-Verantwortliche, die den wirtschaftlichen Beitrag von Marketing zu den Unternehmenszielen steigern wollen und konkrete Ansätze zur Umsetzung suchen.

REFERENT: Lutz Klaus ist Experte für messbares Marketing, Automatisierung und datengetriebene Ansätze. Er verfügt über 32 Jahre internationale B2B Marketing- und Vertriebserfahrung und hat bei vielen Unternehmen erfolgreich Lead Management eingeführt. 2016 gründete er die Beratungsagentur Marketing ROI Experts. Er ist Buchautor und Gastdozent an zwei Hochschulen.

Tag 1

Einführung: Mehrwert im Marketing schaffen

- Messbares Marketing und ROI: Bedeutung, Möglichkeiten und Grenzen
- Erfolgsfaktor Kultur: Messen und optimieren im Unternehmen verankern
- Relevante online und offline Messgrößen sowie KPIs für Lead Management

Planung: Gut geplant ist halb gewonnen

- Integrierte Planung zwischen Marketing und Vertrieb als Erfolgsvoraussetzung: Identifikation von Zielsegmenten und Investitionsschwerpunkten
- Entwicklung eines übersichtlichen Marketingplans mit Schwerpunkt auf Demand Generation zum laufenden Monitoring der Zielerreichung
- Gemeinsames Funnel-Management und Optimierungsansätze: 3V-Methode

Umsetzung: In der Praxis die Grundlage für Erfolg legen

- Lead-Management und Nurturing: Kampagnenbeispiele aus der Praxis
- Lead Scoring zur Steigerung der Vertriebsproduktivität
- Sinnvolle Maßnahmen in den einzelnen Funnel-Phasen zur Verbesserung der Konvertierungsraten

Tag 2

Monitoring: Steuern Sie Ihr Marketing über operative Dashboards

- Erfolgsmessung von Kampagnen: Worauf es wirklich ankommt
- Reporting und Optimierung über Dashboards: Beispiele und Best Practices
- 7 Tipps für erfolgreiche eigene Dashboards

Technologie, Organisation und Budget: Rollen und Prozesse optimal aufsetzen

- Datenbank-Management, CRM und Technologie-Stack
- Organisation: Rollen, Prozesse und Kommunikation aufsetzen
- Zielorientierte Budgetplanung für Demand Generation: Wie viel Marketing darf es sein?

Die nächsten Schritte

- Checkliste: 10 Tipps für effektives Lead Management
- Priorisierung Arbeitspakete und Festlegung Maßnahmenplan für die nächsten 30, 60, 90 Tage
- Feedback und offene Fragen

Weitere Informationen und Buchung: 06402 8059081 | lklaus@marketing-roi.eu