

Interessenten in zahlende Kunden umwandeln

Zehn Tipps für erfolgreiche Zielgruppen-Daten Generierung

Die qualifizierte Generierung von Leads – also der Kontakt zu potenziellen Neukunden – ist in der Regel eine Aufgabe von Marketingabteilungen. Doch bevor man Interessenten in zahlende Kunden umwandeln kann, müssen diese im ersten Schritt identifiziert und das Interesse am Produkt geweckt werden.

net:dialogs, der Spezialist für Direkt- und Dialogmarketinglösungen innerhalb der AdLINK Group realisiert als Partner für Media Agenturen Performance basierte Kommunikationskampagnen für effektive und messbare Zielgruppenansprache im Full Service.

„Der Wachstumstrend im performance-basierten Online Direkt- und Dialogmarketing wird weiter anhalten. Werbetreibende Unternehmen investieren von Jahr zu Jahr mehr in diesen Kanal, der sich schnell weiterentwickelt und stark professionalisiert. Das sehen wir in der immer weiter steigenden Nachfrage nach performance-basierten Marketingmaßnahmen, welche wir mit unseren individuellen und mehrstufigen Direktmarketing-Kampagnen professionell besetzen“, so Mathias Seidler, Geschäftsführer der net:dialogs.

Seine zehn wichtigsten Tipps für erfolgreiche Zielgruppen-Datengenerierung, um die Adress- und Profildaten der möglichen Neukunden effizient und erfolgreich zu gewinnen:

Definieren Sie Ihre Ziele

Überlegen Sie als erstes, was Sie mit Ihren Online Direkt- und Dialogmarketing-Maßnahmen erreichen wollen. Wollen Sie lediglich Basisdaten einer Zielgruppe einholen oder verfolgen Sie die Gewinnung umfassender Personendaten bis hin zum Vertragsabschluss? Je genauer Sie Ihre Zielgruppe und Ihre Ziele definieren können, desto passender können Sie im Anschluss Ihre Maßnahmen platzieren.

Legen Sie Ihre Zielgruppe breit an

Fassen Sie die Zielgruppe Ihrer Kampagne möglichst breit, ohne sie aus dem Auge zu verlieren. Geht es zum Beispiel um mobile Technologien, haben Sie bei einer jüngeren Zielgruppe bessere Chancen, wenn sie die Produkte optisch und inhaltlich nicht zu geschlechtsspezifisch bewerben, auch wenn die tatsächliche Käuferschicht überwiegend männlich ist. Provozieren Sie spontane Entscheidungen.

Kampagnen zur Adress- und Profildatengenerierung sind erfolgreicher, wenn der User bei der Anmeldung eine spontane Entscheidung traf-



Mathias Seidler
Managing Director
net:dialogs GmbH,
Hamburg

fen muss. Kampagnen, bei denen der Nutzer viele verschiedene Dinge beachten und bedenken muss, sollten daher vermieden werden.

Schaffen Sie starke Anreize

Motivieren Sie die User, an Ihrer Kampagne teilzunehmen. Interessenten sind nur bereit, ihre Kontaktdaten zu hinterlassen, wenn ihnen ein gewisser Mehrwert geboten wird. Gewinnspiele, Produktproben oder andere Gratis-Angebote dienen als Entscheidungsbeschleuniger und steigern den Erfolg der Kampagne. Auch Online-Formate wie kostenlose Podcasts, Whitepapers, Guided Tours oder Ratgeber haben sich in der Praxis bewährt.

Steigern Sie die Performance z.B. durch Bundling Maßnahmen

Verknüpfen Sie das beworbene Produkt über Bundling-Maßnahmen mit einem verwandten weiteren Produkt, z.B. bei Versicherungen, oder bieten Sie über Freunde-werben-Freunde-Maßnahmen Möglichkeiten die Kampagne weiter zu empfehlen.

Setzen Sie die richtigen Werbemittel ein

Die eingesetzten Werbemittel müssen bei der Zielgruppe sofortige Aufmerksamkeit generieren und die Anreize möglichst direkt transportieren. Das gilt im zweiten Schritt auch für die Landingpage, auf der die Interessenten „landen“, nachdem Sie ein Werbemittel angeklickt haben.

Nutzen Sie Ihre Website und Ihren Newsletter

Vergessen Sie nicht, die eigene Website und Ihren Newsletter als Traffic Driver zur Leadgenerierung in Ihrer Maßnahme einzusetzen. Eine professionelle Maßnahme ist auch Kanal übergreifend eingesetzt und sorgt für den richtigen Zuspruch bei der Anforderung von Produktinformationen oder zur Bestellung von Produkten oder Katalogen. Ins-

besondere bei einer Aufnahme der Kommunikation in die Regelkommunikation wird ein erheblicher Vertrauensvorschuss für die Online-Performance-Maßnahme erreicht.

Bereiten Sie Ihren Vertrieb vor

Damit die generierten Leads vertrieblich weiterverarbeitet werden können und nicht liegenbleiben, sollten Sie Ihren Vertrieb sorgfältig vorbereiten und planen. Sorgen Sie daher für klare Workflow-Prozesse, zum Beispiel über ein zentrales Leadmanagement- oder CRM-Tool.

Holen Sie sich professionelle Unterstützung

Um eine professionelle Lead-Kampagne zu realisieren, sollten Sie auf den Support erfahrener Experten bauen. Spezialisten für Online Direkt- und Dialogmarketing übernehmen zum Beispiel das komplette Kampagnenmanagement und -handling von der strategischen Beratung über die kreative Umsetzung, das Mediabuying und die Auslieferung bis hin zur Erfolgskontrolle.

Das Unternehmen

net:dialogs ist der Spezialist für Direkt- und Dialogmarketinglösungen innerhalb der AdLINK Group mit Sitz in Hamburg. Als starker Partner von Media-Agenturen realisiert net:dialogs komplette performance-basierte Kommunikationskampagnen für eine effektive und messbare Zielgruppenansprache im Full Service. Von der Beratung, Konzeption und Kreation, über die Platzierung und Lead-Generierung, bis zur Auswertung der Kampagnen greift net:dialogs auf ein hohes technisches Know-how und eine selbst entwickelte Technologie zurück.

AdLINK GROUP
net:dialogs

net:dialogs GmbH

ABC-Straße 19
20354 Hamburg

T +49 (0) 40/2 26 92 90-10
F +49 (0) 40/2 26 92 90-22

Ansprechpartner: Mathias Seidler
mseidler@netdialogs.de

www.netdialogs.de