

LEAD TEMPERATUR



DIE KUNDENREISE

Problem



Analyse



Kauf



Option 1:

Kunden in der Such- und Kauf-Phase abholen

Leads: warm

Vorteil: Kunde ist aktiv, will handeln, oft Kaufabsicht

Nachteil: Konkurrenz wird auch eingeladen

Ideal für: Starkes Angebot / Positionierung / Marke, Kunde versteht Produkt, effizienter Vertriebsprozess

Lead Gen: SEO, Google Ads, Werbung in Fachmedien, Messen, Konferenzen

Option 2:

Kunden früh beim Problem abholen

Leads: heiß

Vorteil: Positionierung als vertrauter Experte

Nachteil: Aufwändig, dauert oft lange, viele kommen nie an

Ideal für: Wenige Kunden, hohe Margen, erklärungsbedürftige Produkte und Services

Lead Gen: Educational Content Marketing: Artikel, Videos, Keynotes, Bücher