

# Leads aus LeadLab – und jetzt?!

## Leitfaden für exzellente Akquise Ihrer Leads aus LeadLab

Viele unserer Kunden erkennen den Mehrwert von LeadLab sofort. Doch wenn es konkret wird und tatsächlich eine Liste kaufbereiter Firmen vor Ihnen liegt, kommen Sie ins Zögern. Was machen wir denn jetzt damit? Wie machen das andere? Unser Vertriebsteam hat die besten Tipps aus eigener Erfahrung zusammengestellt:

### Prüfen Sie die von LeadLab als *Kaufbereit* markierten Firmen in Ihrer bestehenden Kundendatenbank gegen

- Möglicherweise handelt es sich bereits um einen Bestandskunden. Der einfachste Fall, da Sie sich kennen und wissen wen es anzusprechen gilt.
- Vielleicht handelt es sich auch um einen Messekontakt aus der Vergangenheit (Visitenkarte lässt grüßen) oder es gab bereits in der Vergangenheit Kontakt mit dem Unternehmen.
- Ist der Ansprechpartner bekannt? Einfacher geht es nicht, Sie nehmen Kontakt auf und weiter geht es ab [Besuchen Sie das Unternehmen auf einer Messe.](#)

### Der Ansprechpartner des Unternehmens ist Ihnen persönlich noch nicht bekannt?

Tägliches Brot im Vertrieb. Sie ermitteln den richtigen Ansprechpartner. Denken Sie an Ihre bisherigen Geschäftspartner. Welche Stellen- oder Berufsbezeichnung trifft auf diese zu? Wer ist üblicherweise Entscheider?

Eventuell ist Ihr Ansprechpartner der Produktionsleiter. Es reicht jemanden aus dem Team zu erreichen um den ersten Kontakt herzustellen.

**Ganz wichtig:** Wenn Sie in der ersten Phase jemanden kontaktieren, der Sie noch nicht kennt, ist Ihr erstes Ziel nur Interesse zu wecken. Der Termin folgt dann automatisch.

## Recherchieren Sie den Ansprechpartner in Berufsnetzwerken wie Xing oder LinkedIn.

Diese Portale eignen sich hervorragend dazu Ihren Ansprechpartner zu finden. Anhand des Firmennamens, Tätigkeitsfeld des Ansprechpartners und weiteren Filtern ist dieser schnell ermittelt. Mit der Ansicht der besuchten Seiten in LeadLab wissen Sie sogar, an welchen Produkten Interesse besteht. Damit lässt sich das Feld weiter eingrenzen.

Lesen Sie dazu auch unseren Artikel, wie [Social Selling die Kaltakquise ergänzen kann](#)

## Besuchen Sie die Website des kaufbereiten Unternehmens

Auf Unternehmenswebsites wird das Personal manchmal namentlich und gelegentlich sogar mit Bildern aufgeführt. Das verleiht dem Unternehmen eine persönliche Note und liefert Ihnen den Ansprechpartner frei Haus.

## Besuchen Sie das Unternehmen auf einer Messe

Ein Weg den wir bei WiredMinds seit Jahren nutzen. Hier ist häufig Zeit für ein kurzes Gespräch und selbst wenn der richtige Ansprechpartner nicht vor Ort ist, erhalten Sie die Kontaktdaten und können sich auf das Gespräch vor Ort beziehen.

Der Messebesuch zeugt von echtem Interesse an ihrem potentiellen Kunden. Das weiß auch Ihr Kunde zu schätzen.

## Schreiben Sie Ihre Ansprechpartner direkt bei Xing oder LinkedIn an

Verschicken Sie z. B. eine Kontaktanfrage mit einer Einladung zu einem anstehenden Webinar. Wichtig ist ein persönlicher Bezug auf das Profil des angesprochenen. Das könnte z. B. wie folgt aussehen:

*„Guten Tag, sehr geehrte Frau Lutterbach, beim Besuch Ihres Profils habe ich bemerkt, dass Sie nach Kunden suchen und sich für Digitalisierung interessieren.“*

*Gerne möchte ich Sie zu unserem kostenfreien Xing-Erfolgswebinar „Wie der Kunde zum Vertrieb kommt. Digitale B2B-Akquise.“ am kommenden Mittwoch einladen.*

*Wollen wir uns vernetzen? Dann sende ich Ihnen im Anschluss eine persönliche Einladung zum Webinar.*

*Freundliche Grüße“*

Klingt simpel und ist es auch. Ist der Kontakt bestätigt geht es weiter. Als nächstes folgt eine Einladung zu einem persönlichen Gespräch oder die Einladung zu einem Event.

Folgen Sie uns gerne auch auf [Xing](#) und [LinkedIn](#) um regelmäßig Tipps für Ihre Akquise zu erhalten.

### Rufen Sie Ihre Ansprechender direkt an.

Telefonakquise ist der kürzeste Weg zum Kunden. Das wichtigste dabei: Übung macht den Meister und seien Sie authentisch.

Auswendig gelernte Phrasen will niemand hören. WiredMinds bereitet gerade einen Blog vor, der auf dieses Thema genauer eingeht und Hilfestellung liefert.

Wenn die Zeit für eigene Telefonakquise fehlt, helfen Ihnen Vertriebspartner, die sich auf die Telefonakquise spezialisiert haben.

Diese vereinbaren für Sie persönliche Präsentationstermine für Ihren Außendienst und generieren Anfragen und kümmern sich auch um die Ansprechpartner Ermittlung. Gerne stelle ich Ihnen hier einen Kontakt her.

Möchten Sie das Zepter nicht aus der Hand geben, aber haben noch wenig Erfahrung in der Telefonakquise?

Keine Sorgen. Damit sind Sie nicht alleine. Vielen Unternehmen und Vertrieblern ging es in den letzten Jahren sehr gut. Akquise war wenig nötig und es wurde gewartet, bis sich jemand meldet.

Der Trend zeigt, dass viele Unternehmen Aufgrund des Wettbewerbsdrucks und einem sich ändernden Markt zu einem aktiveren Vertrieb übergehen. In solchen Fällen lohnt eine Vertriebsschulung für die Telefonakquise, damit Ihre Vertriebler die PS auch auf die Straße bekommen. Ein Tagesworkshop reicht meistens schon. Gerne stelle ich einen Kontakt zu einem mir bekannten Anbieter her.

### Schreiben Sie Ihren potentiellen Neukunden einen Brief oder eine Postkarte.

Postalische Schreiben sind heute im B2B Umfeld ungewöhnlich, haben ein positives Image und sind damit sehr Aufmerksamkeitsstark. Wichtig ist es dabei, mit dem ersten Satz Neugier zu wecken.

Fangen Sie Ihren Empfänger ein und regen Sie ihn zum Weiterlesen an. Nutzen Sie das Persönliche Schreiben für eine call to action um z. B. eine Landingpage aufzurufen oder kündigen Sie Ihren Anruf mit Datum und Uhrzeit an.

Damit ist auch der erst Kontakt am Telefon wesentlich einfacher.

## Laden Sie zum Webinar ein

Es muss nicht immer der direkte Kontakt sein. Bieten Sie Ihren Interessenten offene Webinare zu Ihren Lösungen an. Als Technologieführer haben Sie garantiert etwas Spannendes für Ihre Kunden. Schauen Sie gerne mal bei unseren [Webinaren](#) rein.

Laden Sie gezielt die Firmen ein, die LeadLab markiert hat. Nutzen Sie Xing und LinkedIn um Einladungen zu verschicken oder gehen Sie den Weg via Post. Wir haben damit tolle erfolge in den letzten Wochen erzielt.

## Laden Sie Ihre Kunden gezielt zu Ihrer Messe ein.

Ob virtuell oder real spielt keine Rolle. Insbesondere, wenn LeadLab Ihnen zeigt, dass die Herkunft des Besuchers eine Messe Website war.

Sie wissen, dass die von LeadLab ermittelten Firmen bereits Interesse habe und sogar an welchem Produkt. Damit ist eine gezielt Einladung leicht platziert.

## Bleiben Sie auf dem Laufenden

Persönlich fand ich auch den Podcast von Stephan Heinrich sehr hilfreich: [„Verkaufen an Geschäftskunden – Vertrieb & Verkauf – Mit Stephan Heinrich Podcast“](#). In 817 gut sortierten Folgen ist für jeden Vertriebler was dabei. Und dieser ist sogar kostenlos.