

FDI - Infografik #015

Lead Management

Der richtige Content zur richtigen Zeit

Im Lead Management wird der Interessent mit hilfreichen Informationen zu seinem Problem gefüttert und soll so zum Kauf bewegt werden.

Bevor er allerdings etwas in Ihrem Unternehmen kauft, informiert er sich darüber und schaut genau hin, was die beste Lösung für sein Problem ist. Dabei durchläuft er die drei Phasen des Sale Funnels, in denen er von Phase zu Phase konkretere Informationen fordert.



Lead Management - Der richtige Content zur richtigen Zeit

1) Top of the Funnel

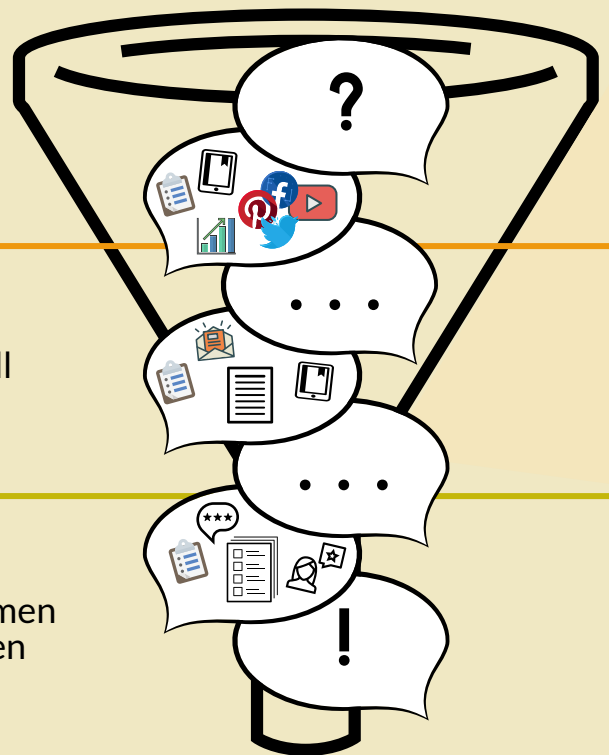
Den Lead verlangt es nach anregenden Inhalten. Er möchte sich einen Überblick verschaffen und erste Informationen sammeln.

2) Middle of the Funnel

Der Lead beschäftigt sich stärker mit dem Unternehmen und will hilfreiche Informationen, die verlässlich sind und ihm bei der Lösung helfen. Dafür investiert er auch mehr Zeit.

3) Bottom of the Funnel

Der Lead muss überzeugt werden, dass er bei diesem Unternehmen kaufen soll. Er braucht nun eine konkrete Lösung und die genauen Informationen zu dazu.



Welchen Content wann?

	Top of the Funnel	Middle of the Funnel	Bottom of the Funnel
Anwenderbericht	★	★ ★ ★	★ ★
Checklisten	★ ★ ★	★ ★ ★	★ ★ ★
E-Books	★ ★ ★	★ ★ ★	★ ★
HowTos	★	★ ★ ★	★ ★
Newsletter	★ ★	★ ★ ★	★ ★
Product Sheets	★ ★ ★	★	★ ★
Soziale Netzwerke	★ ★ ★	★	★
User Generated Content	★ ★ ★	★ ★	★ ★ ★
Veranstaltungen	★ ★ ★	★ ★ ★	★ ★ ★
Webseitentexte	★ ★ ★	★	★

Fazit

Wichtig ist es zu erkennen, in welcher Phase sich der Interessent befindet. Dann sollte auch klar sein, welche Informationen er braucht und über welche Kanäle er sie beziehen kann. Falls Sie Hilfe bei der Ausarbeitung und einer Strategie benötigen, helfen wir Ihnen gerne weiter.

[Mehr erfahren](#)