

Autoren: Tim Will, Fabian Bock

Step-by-step Guide zur automatisierten Neukundengewinnung

Wir sehen jeden Tag die üblichen Herausforderungen, die Berater bei der Kundengewinnung haben:

- Wenige oder "schlechte" Interessenten (Leads),
- die viel Zeitaufwand benötigen,
- dafür wenig bis mittelmäßigen Umsatz bringen.

Hier dein Realitäts-Check:

Um an deine Ziele zu gelangen, musst du hart aufs Gaspedal drücken. Das wird allerdings nicht funktionieren, wenn du all deine Zeit für manuelle Akquise aufwendest.

Fakt ist: Du benötigst für jeden Kunden in etwa die gleiche Zeit. Warum also nicht gleich hochwertige Kunden beraten, die deinen Wert erkennen, Vertrauen aufgebaut haben und echtes Interesse an deinem Angebot zeigen?

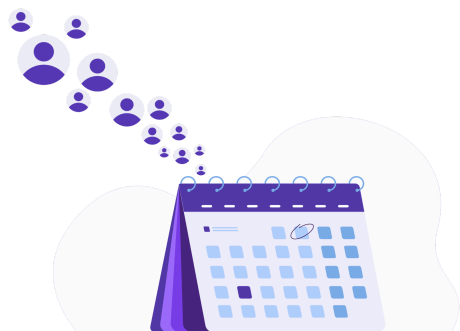
Aber wie kommt man an diesen Punkt? Was musst du tun, um automatisiert hochwertige Kunden online zu gewinnen?

Wir nennen es: **DCAS** - kurz für **D**igital **C**lient **A**cquisition **S**ystem.

Ein System, das dir die lästige Arbeit abnehmen wird, um dir mehr von der zielführenden Arbeit zu beschaffen. Nicht mehr und nicht weniger.

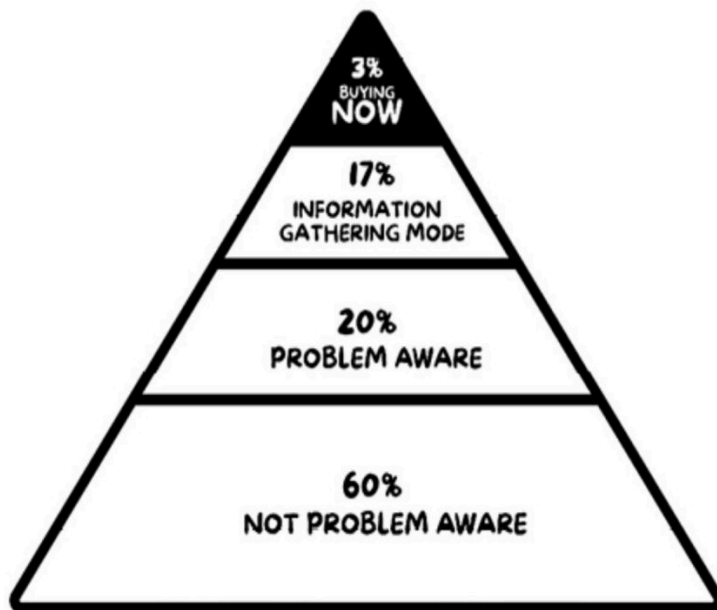
Das DCAS besteht aus 3 Schritten:

- 1. Positionierung + Auftritt im Markt**
- 2. Aufmerksamkeit erzeugen**
- 3. Leads einsammeln + verwerten**



Unser System basiert auf einem simplen Konzept: Aufmerksamkeit generieren, Vertrauen aufbauen und Interesse für dein Angebot kanalisieren.

Um einen möglichst großen Markt in deiner definierten Zielgruppe anzusprechen, beachten wir folgendes Modell:



Nur 3 % des Marktes sind direkt kaufbereit.

17 % des Marktes sammeln Informationen. Sie kennen Lösungen, wollen aber mehr erfahren oder vergleichen.

20 % des Marktes kennen ihr Problem und sind offen für Lösungen.

60 % des Marktes kennen ihr Problem nicht. Lösungen sind unsichtbar, bis es ihnen das Problem bewusst wird.

Der Fokus unseres Systems liegt auf 2 Punkten:

- A. Dem Verständnis deiner Zielgruppe
- B. Kontaktpunkten mit den potenziellen Kunden

Es ist mehr als unrealistisch, dass jemand proaktiv auf dich zukommen wird, wenn du kein ganzheitliches Online-System verwendest. Direkt von einem **de facto Fremden** will niemand beraten werden - vor allem bei vertraulichen Themen.

Denn es muss erst ...

- Vertrauen aufgebaut
- Mehrwert erklärt
- ein Alleinstellungsmerkmale aufgezeigt
- ein Expertenstatus etabliert
- Interesse geweckt

... werden.

Im Folgenden zeigen wir dir, wie du selbst ein DCAS in deinem Unternehmen implementieren kannst.

1. Positionierung + Auftritt im Markt

Alle Antworten auf die unten folgenden Fragen bilden die **Basis** deiner Positionierung und rechtfertigen dein Dasein im Markt. Der Tod der automatischen Neukundengewinnung ist nämlich die banale Vergleichbarkeit.

Ein Gedankenanstoß:

Du willst nicht **EIN** Berater sein.

Du willst **DER** Berater für (deine genaue Zielgruppe & ihre Probleme) sein!

Ein Beispiel:

Finanzberater in Augsburg
(*vergleichbar*)

ODER:

Der Finanzberater für Geschäftsführer von internationalen Unternehmen
(*wesentlich spezifischer*)

Eine klare und spezifische Positionierung bringt viele Vorteile:

- skalierbare & automatisierbare Prozesse (Abläufe sind immer gleich)
- hochwertige Kunden (du hast die Wahl)
- weniger direkte Konkurrenz & indirekte Konkurrenz ist schwächer
- du hast ein besseres Zielgruppenverständnis:
 - ◆ bessere, individuelle Lösungen für deine Zielgruppe
 - ◆ mehr Abschlüsse
 - ◆ höhere Kundenzufriedenheit, weil Beratung besser passt
 - ◆ mehr Empfehlungen aus deiner Zielgruppe

Traumkunden-Analyse

Entscheidung für **eine Zielgruppe** (z.B. Ärzte).

Dann analysiert du deinen Traumkunden innerhalb der Zielgruppe.

(Note: Traumkunde muss nicht 100 % realistisch sein, aber was man ausstrahlt, zieht man an.)

- Welche Wünsche & Ziele hat er?
- Welche Sorgen hat er?
- Welche Eigenschaften hat er (Charakter, Aussehen, Demografie, Sprache)?
- An welchem Zeitpunkt denkt er explizit über deine Dienstleistung nach?
An welchen Punkten kannst du ansetzen?
- Wo findest du deinen Traumkunden? Wo verbringt er seine Zeit
(Social-Media-Plattformen, Orte, ...)?
- Wonach sucht er online? Wie drückt er seine Probleme aus?

Zielgruppen-Analyse (Bezug auf Traumkunde)

- Welche Schmerzen hat dein Traumkunde?
- Was für Fehler macht er?
- Was muss er anders tun?
- Was gibst du deinem Kunden, damit sich seine Probleme lösen?
- Warum sind deine Methoden besser als die deiner Konkurrenten?
- Warum sollte dein Traumkunde genau JETZT bei dir kaufen? Was würde sich konkret für ihn ändern?
- Warum denkt dein Traumkunde, dass du ihm nicht helfen kannst?
- Welche üblichen Verständnisfragen werden dir von deinem Traumkunden gestellt?

Markenidentität & Angebot bestimmen

- Wie soll dein Unternehmen wahrgenommen werden?
- Welche Werte vertritt dein Unternehmen?
- Was macht dein Unternehmen einzigartig (USPs)? Warum DU und nicht jemand anderes?
- Warum machst du das (dein Warum)?
- Welchen Mehrwert soll deine Zielgruppe von dir bekommen?
- Wie gut ist der Wiedererkennungswert deines Unternehmens?
- Welche Farben, Schriftarten, Designstile, etc. (CI/CD) passen am besten zu deinem Unternehmen?

Online Auftritt

Dein Auftritt sollte dort stattfinden, wo deine Zielgruppe ihre Aufmerksamkeit hat. Heute findet man fast jede relevante Zielgruppe im Internet.

Damit dein Auftritt positiv wahrgenommen wird und potenzielle Kunden von dir überzeugt, sollte er folgende Werte widerspiegeln:

- A) Authentizität
- B) Wiedererkennbarkeit
- C) Expertenstatus
- D) Vertrauen

Wir betrachten für die **automatisierte** Neukundengewinnung deinen **Online** Auftritt.

An diesen Orten müssen deine Positionierung und dein Angebot für potenzielle Kunden sichtbar gemacht werden:

- A. Website
- B. Social Media

Einmal das Fundament gelegt, benötigst du jetzt die Aufmerksamkeit deiner Wunschkunden. Wenn niemand dich oder dein Angebot zu sehen bekommt, hast du die beste Garantie dafür, keine neuen Kunden zu gewinnen.

2. Aufmerksamkeit erzeugen

Organische Aufmerksamkeit (Content)

Dein Content stellt zusammen mit deiner Website das Rückgrat deines Außenauftritts dar. Vor allem hier sind neben dem Mehrwert die Wiedererkennbarkeit und die Authentizität enorm wichtig.

Menschen kaufen am liebsten Experten. Am zweitliebsten kaufen sie von anderen Menschen, nicht von Unternehmen. Dein größtes Alleinstellungsmerkmal bist **Du selbst**.

Wenn deine Zielgruppe mit deiner Nachricht auf einer Wellenlänge ist, bist du auf dem richtigen Weg.

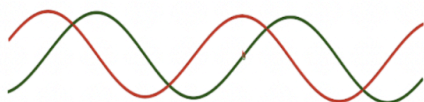


Figure 1: A message with the wrong wavelength achieves no resonance in the market

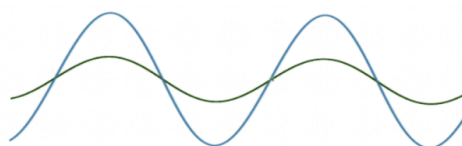


Figure 2: A message with the same wavelength as your customers will result in resonance

Was sollte dein Content also unbedingt erfüllen, damit deine Interessenten damit resonieren? Du solltest:

- Expertenstatus etablieren
- Vertrauen aufbauen
- Mehrwert schaffen (Informationen, Tipps, Entertainment, News, ...)
- Dich als Persönlichkeit authentisch darstellen
- Wiedererkennungswert schaffen

Während Content ein essentieller Teil der automatisierten Kundengewinnung ist, darf dieser nicht zu viel Zeit in Anspruch nehmen.

So erstellst du schnell und systematisch Content, der unsere oberen Kriterien erfüllt:

- Plattformen aussuchen
 - Siehe [Traumkunden Analyse](#)
 - Für den Anfang idealerweise **eine** Plattform, dafür konstant
- Content Pillars
 - **Experten-Content** - Tipps, Guides, Infografiken, Ratschläge, Analysen, Reactions -> Mehrwert schaffen
 - **Persönlicher Content** - Persönliche Einblicke, behind-the-scenes, Updates, Meinungen -> authentisch darstellen und Wiedererkennbarkeit schaffen
- Content Plan
 - Schreibe einen detaillierten Content Plan, der für jede Woche deine geplanten Posts enthält.
 - Nutze Templates und eine Content-Pyramide, um mit wenig Zeit viel Output zu generieren. So könnte dein Content Plan aussehen:

Day 1	Day 2	Day 3	Day 4	Day 5	Day 6	Day 7
How to	How to	Series Video	Value Bomb	Value Bomb	Response	Engagement Grab
-> Solve common problem	-> Solve common problem	-> Controversial Takes -> Quick Hacks -> Critiquing others	-> Very detailed Step by step videos to establish yourself as the expert	-> Very detailed Step by step videos to establish yourself as the expert	-> pick 1 comment and make a whole post around it	-> Your take on controversial topic -> Report on trending topic

Bezahlte Aufmerksamkeit (Ads)

Für Aufmerksamkeit kann man auch bezahlen. Entweder auf Social Media oder in einer Suchmaschine (meistens Google).

Für schnelle Ergebnisse und Skalierung ist bezahlte Aufmerksamkeit dein Mittel zur Wahl. Sie sollte gleichzeitig mit der organischen Aufmerksamkeit aufgezogen werden.

Um mit Ads gute Ergebnisse zu erzielen, solltest du folgende Schritte befolgen:

1. Einen Lead Magneten mit einem spitzen Angebot für eine sehr spezifische Zielgruppe erstellen (z.B. Informationen zur Lösung eines Schrittes in einem mehrstufigen Prozess)
2. Eine Kampagne auf dem Kanal deiner Zielgruppe inklusive verschiedener Ad Creatives erstellen
3. Performance-Tracking, um lukrative Ads festzustellen
4. A/B Testing bis du eine lukrative Ad feststellst
5. Skalierung deiner lukrativen Ads (Erhöhung des Adspents bis zum Limit)

Damit am Ende aber Termine und dann Kunden aus der gewonnenen Aufmerksamkeit werden, braucht es noch einen letzten wichtigen Schritt.

3. Leads einsammeln & verwerten

Grundsätzlich kannst du über deine Website oder über einen separaten Funnel Leads einsammeln. Alle Wege führen am Ende nach Rom bzw. zu einem Termin.

Allerdings ist es oft sinnvoller, einen dedizierten Funnel aufzubauen (z.B. mit Perspective, Funnelforms, oder Typeform). Er hat nur einen einzigen Zweck zu erfüllen: Den Interessenten zum nächsten Schritt bewegen.

Nehmen wir an, jemand hat sich durch Werbung oder durch deinen Content für dich interessiert und hat jetzt einen Link geklickt, der ihm etwas versprochen hat.

Meistens ein **kostenloser Lead Magnet** in Form eines / einer:

- Erstgespräch
- Analyse
- PDF Guide
- Webinar
- Cheat Sheet
- etc.

Jetzt geht es darum, den Interessenten an seinem Problem abzuholen. Es sollte ein klarer Mehrwert, Simplität & Interaktivität gegeben sein.

Was löst du wie für wen, warum mit welcher Glaubwürdigkeit?

Kannst du den Nutzer treffend und überzeugend bei diesen Fragen abholen, ist er auch bereit, dir im Gegenzug deines kostenlosen Angebots seine Kontaktdaten zu geben.

Glückwunsch, jetzt hast du einen Lead.

Wenn dein Lead sich jetzt noch mit deinem kostenlosen Lead Magneten auseinandersetzt, hast du im besten Fall sogar einen informierten Lead.

Es geht aber noch weiter: Nun zählt **Geschwindigkeit**.

Du musst noch mehr Vertrauen aufbauen, ohne den Draht zu verlieren. Gerade bei einem Lead per Werbeanzeige ist es sehr wichtig, sonst versandet dein Lead ins Nichts.

-> Möglichst zeitnah in Kontakt treten und einen ersten Termin ausmachen oder den Lead direkt qualifizieren.

Ansonsten

-> Newsletter, weitere Lead Magnets, Fuß-in-die-Tür Angebote (kleine Hemmschwelle, niedriger Preis)

Für die Skalierbarkeit des DCAS ist ein CRM (Customer Relationship Management) System **essentiell**.

5, 10, 20 Leads kannst du vielleicht noch manuell bearbeiten, ohne den Überblick zu verlieren. Aber was ist mit 50, 100, 200?

Wer hat dir davon schon zurückgeschrieben? Wann sollst du jemandem noch schreiben? Wie wäre es mit automatischen Terminerinnerungen?

Für die meisten Fälle ist HubSpot empfehlenswert, da es eine all-in-one Lösung und verhältnismäßig preiswert bei kleineren Paketen ist.

In allen Fällen solltest du weiterhin regelmäßig deine Leads pflegen und in Kontakt bleiben. Für ein ganzheitliches System zur Kundengewinnung geschieht das automatisch über dein CRM.

Sobald du ins erste Gespräch kommst, sprichst du jetzt mit einem viel qualitativeren Lead:

- Er ist bereits (teilweise) informiert
- Du hast ihm bereits (gratis) Mehrwert gegeben -> Reziprozität, Expertenstatus
- Er "kennt dich" bereits ein wenig -> Vertrauensbasis

Hier kommst du an den Punkt, den wir anfangs erwähnt haben.

Anstatt:

- wenige oder "schlechte" Interessenten (Leads),
- die viel Zeitaufwand benötigen,
- dafür wenig bis mittelmäßigen Umsatz bringen,

hast du jetzt mehr zielführende Arbeit, die dich nicht einnimmt, sondern deinen Zielen näher bringt.

Umsetzung: Was nun?

Deine Ziele sollen nicht an mangelnder Zeit scheitern. Deshalb implementieren wir Web & Socials für automatisierte Kundengewinnung in deinem Unternehmen.

Sichere dir jetzt einen unverbindlichen Überblick über deine Möglichkeiten mit einem unserer Experten:

[Book A Call](#)

Ps.: Es steht dir natürlich frei, alle deine Unterlagen aus unserem Gespräch mitzunehmen und selbst umzusetzen! No hard feelings! 🍷