

Schnell und ohne Budget neue Leads gewinnen: bewährte Kaltakquise-Strategien

Präsentiert von Mireille van Reenen

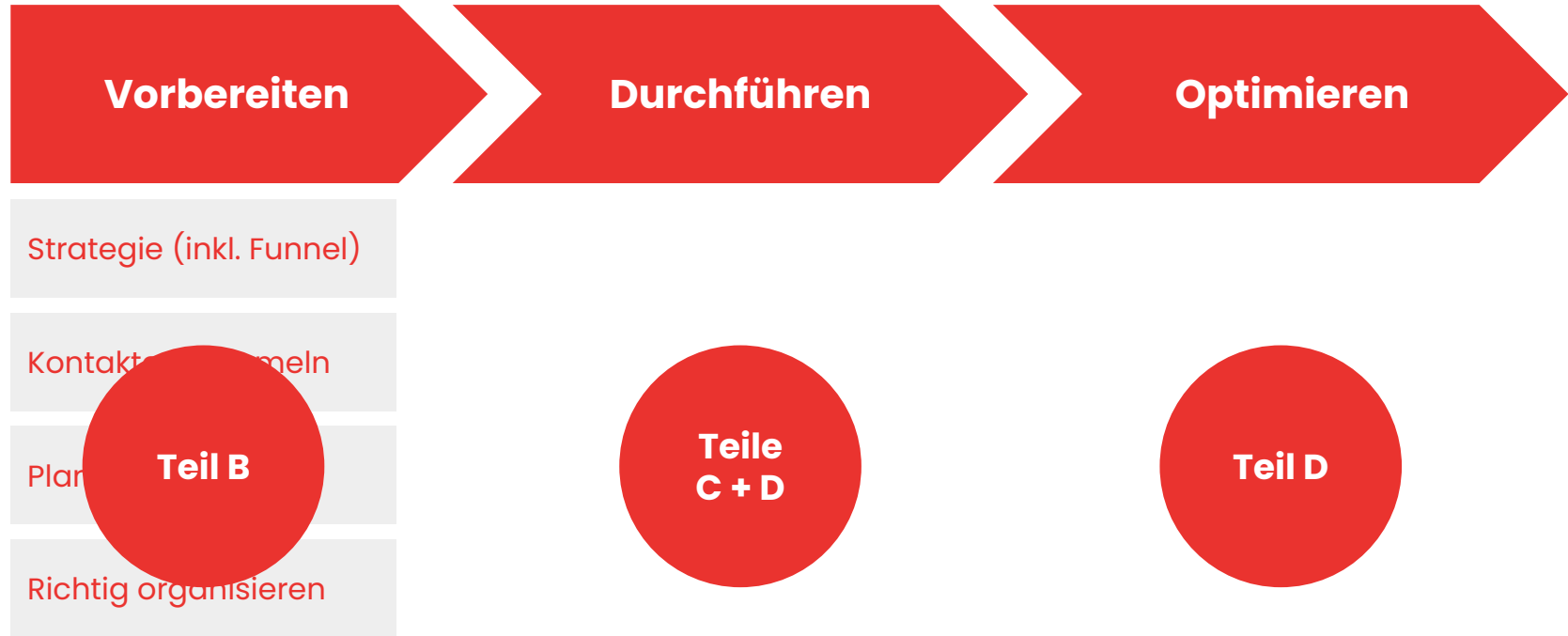
04

Bewährte Kaltakquise Strategien (inkl. Beispiele)

Kaltakquise, Schritt für Schritt



Kaltakquise, Schritt für Schritt



DSGVO und Kaltakquise

B2C: Einzelperson

- Eine ausdrückliche vorherige Einwilligung ist erforderlich (+ dokumentieren)
- Double Opt-in nicht geeignet
- Bestandskunden: separate Einwilligung nicht erforderlich (ähnliche Waren oder Dienstleistungen)

-- Bei Werbeanrufen dürfen Sie die Rufnummernanzeige nicht unterdrücken --

B2B: Firmen

- Interessenabwägung: könnte eine mutmaßliche Einwilligung an der Kontaktaufnahme bestehen, ist die Kaltakquise erlaubt.
- Empfehlung: auch hier Einwilligung einholen

Kaltakquise ist mehr als Telefonieren

Haustürbesuch

Marktschreier

Messe



Ansprechen
in der
Öffentlichkeit

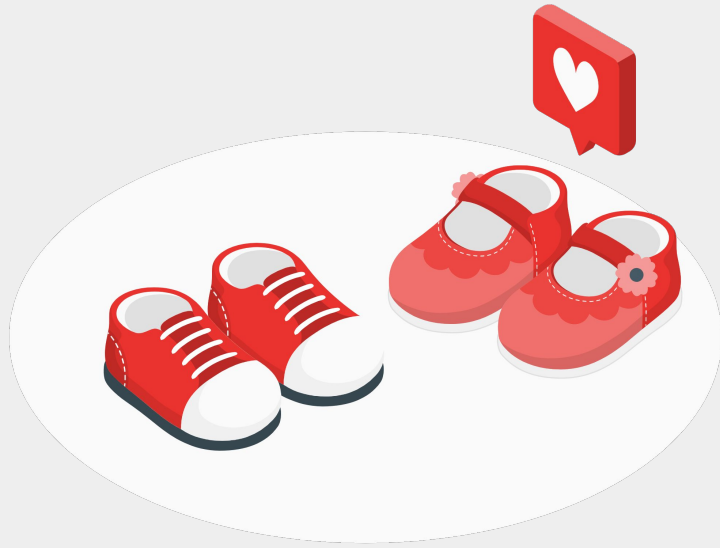
E-Mail und
Mailings

usw. usw.

**“Ich könnte es jedem raten sich zu überlegen, was sind
die einfachsten Dinge.
Nicht nach den Sternen greifen.
Wo verkehrt das Klientel?”**

René Torghele

Beispiele



Renés simpler Akquise-Prozess

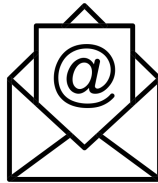
Wunschkunden auf Xing oder
direkt über die Webseite
suchen

Direkt anschreiben (inkl.
Funnel-Link und 8-seitiger
Broschüre als Untermauerung)

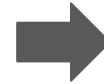
Telefongespräch oder
Mittagessen



Renés simpler Akquise-Prozess



The central part of the process features a video player and a form. The video player has a 'DIVIDA' logo at the top and a video thumbnail showing a man in an orange shirt. Below the video is a green banner with the text 'Mach's Neu mit Folienlaminat' and 'Ihre neuen Oberflächen mit preisgeprobter Folienlaminat-Methode'. Below the video is a white form with the heading 'Tragen Sie Ihre Daten für die kostenfreie Folienberatung ein:'. The form includes fields for 'Name*', 'E-Mail*', 'Telefon*', 'Mitarbeiter*', 'Firma', and 'Wohnort'. A large grey arrow points from the bottom of this section towards the right.



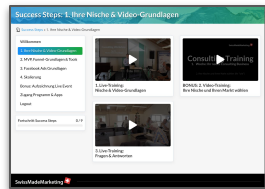
Hinweis:

26.08.2020 – Fallstudie: Wie kann René seine Website-Besucher segmentieren, um Ihnen das richtige Produkt in seinem Funnel anzubieten?

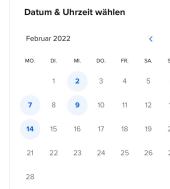
Beispiel SwissMadeMarketing



E-Mail Liste



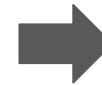
Landing Page



Termin-
vereinbarung

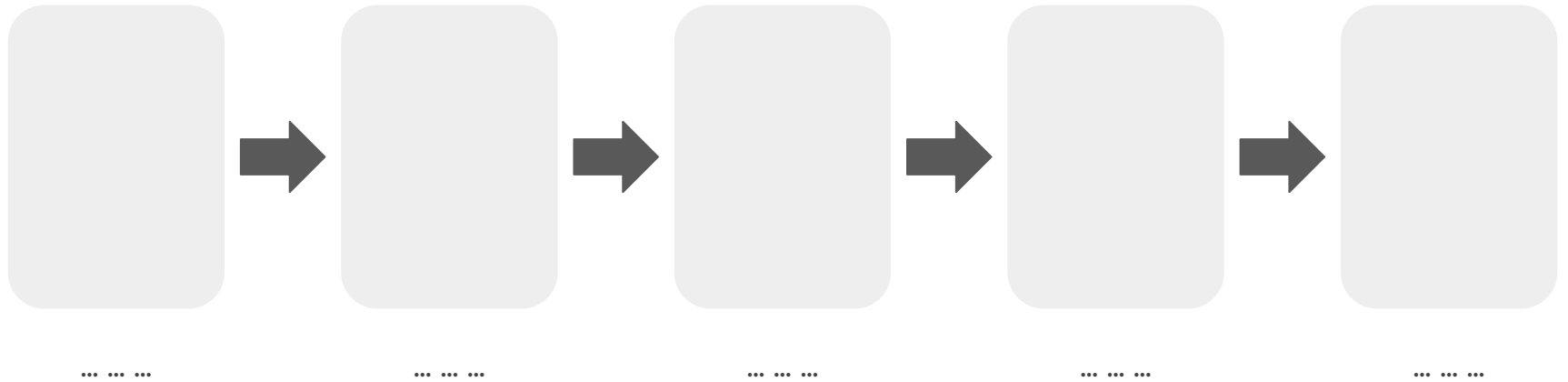


Erstgespräch



Folgegespräch

Wie könnte Ihre Strategie aussehen?



**“Haben Sie keine Angst, etwas falsch zu machen.
Machen Sie es einfach einmal!”**

René Torghele

support@swissmademarketing.com