

## Ziele

- Als relativ junges Unternehmen (2020 gegründet) hochwertige Leads für das eigene Weiterbildungsangebot generieren
- Erfahrene Vertriebler:innen, die ihre Kompetenzen erweitern möchten, erreichen und den Kontakt zu ihnen pflegen

## Lösung

- Definition der Zielgruppe anhand von Kriterien wie Tätigkeitsbereich, Kenntnisse der Mitglieder, Jahre an Berufserfahrung, LinkedIn Gruppen und Eigenschaften (an Weiterbildung interessiert), um die vielversprechendsten Personen zu identifizieren
- Einsatz eines Imagefilms im TOFU, um Awareness zu steigern
- Anbieten einer kostenlosen Schulung im BOFU, um über Lead Gen Forms hochwertige Leads zu generieren

## Ergebnis

**86 %** geringere Kosten pro Lead

**1,75-mal** höhere Lead-Gen-Form-Ausfüllrate

**3-mal** höhere Click-Through-Rate ggü. Benchmarks

„Wir betreiben Marketing auf LinkedIn, weil unsere potenziellen Kund:innen auf LinkedIn aktiv sind. Durch die von den Mitgliedern zur Verfügung gestellten Daten und die Targeting-Möglichkeiten von LinkedIn können wir unsere Zielgruppe präzise und effizient ansprechen.“



Alfonso Bastida  
Co-Founder & Sales Mentor  
NowToBizness

„Marketing und Vertrieb müssen strategisch zusammengedacht werden: Was geschieht nach der Lead-Generierung? Wir bieten allen Prospects dasselbe konsistente Markenerlebnis – von unseren Anzeigen über die Produktberatung bis hin zur Anmeldung für unsere Programme.“



Christian Helmut  
Co-Founder & Sales Mentor  
NowToBizness