

Digitalisierung

Finanzen

Nachfolge

Arbeit

Marvin Schulz

Funnelmarketing vs. Hoffnungsmarketing

Strategie im digitalen Marketing

21. Oktober 2019

Funnelmarketing vs. Hoffnungsmarketing

Strategie im digitalen Marketing

Die Werbe- und Marketingmaßnahmen haben sich durch die Digitalisierung in den letzten Jahren stark verändert. Wo man vor einigen Jahren noch viel Geld dafür bezahlte, Plakate irgendwo auf der Straße aufzuhängen und Flyer vor beliebten Restaurants zu verteilen, wird das Geld heutzutage in intelligente Marketingmaßnahmen eingesetzt, die sich auch wirklich steuern lassen. Man spricht von einem sog. Online Funnel.

Früher konnte man auch nie wissen, wer die teuren Plakate denn tatsächlich gesehen hat und welches der Plakate letztendlich effektiv war und Umsätze für das Unternehmen generierte. Aus diesem Grund bezeichne ich diese Form von Marketing auch als *Hoffnungsmarketing*: Man investierte in verschiedenste Marketingmaßnahmen und hoffte so, seine Bekanntheit zu steigern und mehr Kunden zu gewinnen. Ob das letztendlich jedoch funktioniert, werden wir in den seltensten Fällen erfahren.

Hoffnung ist kein Marketing-Plan!

Als Marketing Experte und Unternehmer helfe ich Mittelstandsunternehmen neue Interessenten zu generieren, qualifizieren und diese zu Kunden konvertieren. Doch die neuen Marketingstrategien haben mit dem früheren Hoffnungsmarketing wenig zu tun, denn die Digitalisierung ermöglicht es uns, Marketingkampagnen zu entwickeln, die tatsächlich performant sind und sich zudem auch messen lassen. Man spricht hierbei vom sogenannten *Funnelmarketing*.

Aber Achtung! Auch in der digitalen Welt gibt es immer noch viele Ansätze, die aus meiner Sicht in die Kategorie Hoffnungsmarketing fallen. Heute mal einen Blog-Artikel zu schreiben, morgen ein Youtube Video zu produzieren, auf Facebook einen Post zu verfassen und auf Instagram noch eine Story zu veröffentlichen. Das alles mögen für sich großartige Möglichkeiten sein, manch einer spricht hier von einem ausgewogenen Marketing-Mix. Steckt dahinter jedoch keine glasklare Strategie, die auch gemessen wird, so ist auch das Hoffnungsmarketing.

Was genau ist Funnelmarketing und warum ist es für Unternehmen so wichtig?

Die größte Herausforderung, die Unternehmen mit der Digitalisierung haben, ist die Frage, wie sie über das Internet zu neuen Interessenten (Kunden, Mitarbeiter etc.) kommen. Es gibt heutzutage so viele Strategien, dass es für viele Unternehmen schwer ist, sich für die richtige zu entscheiden und diese auch effektiv umzusetzen. Wichtig dabei ist, dass wir im Marketing in Funnel-Prozessen planen. Funnel ist die englische Bezeichnung für Trichter. Wenn wir uns so

¹ [Marvin Schulz](#) leitet sein Online Marketing Unternehmen aus Hamburg mit Kunden aus Deutschland, Österreich und Schweiz. Er unterstützt Mittelstandsunternehmen bei der Digitalisierung der Leadgenerierung, Personalbeschaffung und des Vertriebsprozess. Mit einem Team aus hoch qualifizierten und erfahrenen Marketing Experten entwickelt Marvin digitale Marketingkonzepte zur Automatisierung der Interessenten- und Personalgewinnung. Zur Optimierung des Verkaufsprozesses werden Unternehmen bei der Vorqualifizierung von Interessenten unterstützt. Der Fokus liegt dabei auf Digitalisierung, Personalgewinnung und Gewinnen von Interessenten durch Online Marketing Prozesse.

einen Trichter vorstellen, haben wir eine größere Öffnung oben und eine kleinere Öffnung unten. Bei einem echten Funnel kommt unten eigentlich genauso viel raus, wie man oben reinschüttet.

Bei einem Marketing Funnel handelt es sich jedoch um eine Art Filter System mit mehreren Phasen:

- ❖ Die erste Phase ist quasi die Öffnung. Das kann zum Beispiel eine Werbeanzeige sein, eine Marketing-Email oder ein Werbebanner. Also alles das was Traffic (Besucher) in den Funnel bringt. In der ersten Phase des Funnels sprechen wir noch von einem Besucher.
- ❖ Unser Ziel ist es aus dem kalten Besucher einen warmen Interessenten zu machen und diesen durch die einzelnen Phasen zu leiten. In jeder Phase steigt ein gewisser Teil aus und verlässt den Funnel, wobei der andere Teil im Funnel bleibt und damit weiter qualifiziert und aufgewärmt wird.
- ❖ Nach weiteren Funnel-Schritten und am Ende des Funnels ist es das Ziel, den Interessenten zum Kunden zu konvertieren. Also ein Produkt oder eine Dienstleistung zu verkaufen. Bei höherpreisigen Angeboten findet dieser Prozess oft in der „Offline-Welt“ (am Telefon oder Vorort) statt.

Wie funktioniert Funnelmarketing genau?

Ziel des Funnelmarketings ist es, Leute, die das Unternehmen noch nicht kennen, vom Zustand kalt und interessiert zum Zustand heiß und begeistert zu bringen, sodass Sie zum Kunden werden.

Das Ganze funktioniert in mehreren Schritten. So startet man beispielsweise mit einer Facebook oder Google Anzeige. Wenn jemand auf diese Anzeige klickt, gelangt die Person auf eine sogenannte Landing Page. Auf dieser Page gibt es einen kostenlosen Lead Magneten. Hierbei handelt es sich um ein kostenloses, wertvolles Wissenspaket, welches dabei hilft, Vertrauen aufzubauen. Das kann ein Ebook, ein Webinar oder auch ein klassisches Seminar sein. Um den Lead Magneten zu erhalten, gibt der Besucher im Gegenzug seine Daten an (Name und Email-Adresse).

Im Anschluss an das Ebook, Seminar oder Webinar werden Interessenten auf eine Seite mit einem Button für ein gratis Erstgespräch geführt (Strategie-, Analyse- oder auch klassisch Beratungsgespräch). Anschließend öffnet sich ein Fragebogen, der sich auf das Erstgespräch fokussiert. Das Gespräch soll dann letztendlich zum Verkauf führen. Je nach Produkt/Preis sind mehrere Telefongespräche notwendig.

Wenn sich die Person jedoch nicht für ein Erstgespräch entscheidet, bekommt sie vom Unternehmen weiterhin wertvolle Emails mit kostenlosem Content zugeschickt, bis sich das Vertrauen verstärkt hat und irgendwann wieder eine E-Mail mit dem Erstgespräch Button gesandt wird. Der gesamte Funnel-Prozess erfolgt dabei vollautomatisiert und lässt sich zudem auch messen.

Warum profitieren Unternehmen von Funnel-Marketingkampagnen?

Diese Frage lässt sich sehr einfach beantworten. Eine Funnel-Marketingkampagne verläuft, wie oben schon erwähnt, automatisiert. Das bedeutet für Unternehmen, dass sie sich mit einem Funnel eine Menge Zeit und Geld sparen, anstatt alles manuell machen zu müssen.

Ein Funnel bietet die Möglichkeit, verschiedenste Touchpoints (Kontaktpunkte) individuell einzubauen und lässt sich somit an jedes Unternehmen perfekt anpassen.

Mit einem Funnel können Unternehmen, mit Hilfe von sogenannten Triggern (Auslösern) Vertrauen aufbauen und Neukunden für sich gewinnen.

Ein Beispiel für einen verkaufpsychologischen Trigger ist, dass sich das Unternehmen als Experte positioniert und erstmals kostenloses Wissen verschenkt. Das bedeutet, dass man den potentiellen Kunden zuerst etwas gibt, ohne gleich etwas zu wollen, um das Vertrauen erstmals aufzubauen. Es wird somit versucht, sich mit kleinen Schritten langsam an den Kunden zu nähern und ihn anschließend von sich und seinen Produkten zu überzeugen. Das kann man sich so vorstellen, wie bei einem ersten Date: Man heiratet nicht gleich beim ersten Treffen, sondern lernt den Partner erstmals kennen, baut Vertrauen auf und heiratet erst etwas später – zum Beispiel beim dritten Date ;-).

Funnelmarketing bedeutet eine ganz bestimmte Zielgruppe durch ein bewährtes System zu leiten. Vor der Erstellung des Funnels wird bestimmt, wer der Wunschkunde ist, wo hält er sich auf, welcher Lead Magnet ist besonders effektiv und welche Lösung bietet das Unternehmen dem Kunden? Anhand von diesen Fragen wird die Funnel-Marketingkampagne so aufgebaut, dass sie letztendlich auch messbare Erfolge mit sich bringt.

Funnel Marketing vs. Hoffnungsmarketing

Hoffnungen können enttäuschen, Strategien halten, was sie versprechen! Unter Hoffnungsmarketing zählt man grundsätzlich alles, das zufallsorientiert ist und ohne Strategie erfolgt. Millionen von Klicks auf unsere Webseite haben keinen Wert, wenn sie nicht in Kunden resultieren.

Als Marketing Experte habe ich bei jeder Kampagne ein klar definiertes Hauptziel: Conversions. Da ein Funnel immer in mehrere Schritte unterteilt ist, können wir auch Mikro-Conversions bewerten. An welcher Stelle im Funnel steigen die Leute aus? Wo sind die Zahlen besonders gut oder besonders schlecht? Daraus leiten sich Optimierungsmöglichkeiten ab. Funnelmarketing wird auch oft als Performance-Marketing bezeichnet, denn es handelt sich um eine gut durchdachte, intelligente und messbare Strategie.

Fazit

Ein Funnel ist eine effektive Möglichkeit für verschiedenste Unternehmen, Mitarbeiter, Neukunden oder Geschäftspartner zu generieren. Es handelt sich hierbei um eine vollautomatisierte und langfristige Strategie, die sich zudem auch messen lässt. Die verschiedenen Elemente benötigen anfangs kleine Optimierungen, bis der Funnel profitabel läuft, jedoch lohnt es sich auf jeden Fall. Wenn der Funnel dann nämlich einwandfrei funktioniert, hat sich nicht nur die Online-Präsenz stark verbessert, sondern natürlich auch die Verkaufszahlen.

Hinweis: Wenn wir mit diesem Fachbeitrag auch Ihr Interesse geweckt haben, dann freuen wir uns, Sie zu einem unverbindlichen Beratungsgespräch einladen zu können. Als Leser bieten wir Ihnen zusätzlich eine kostenfreie Analyse Ihres Webauftritts und Vertriebssystems an: www.marvinschulz.net