

## Der Lead-Loop®: ... wie Sie heute neue Kunden gewinnen



Roger Rankel

**Kunden haben in den letzten Jahren ihr Kaufverhalten dramatisch verändert. Sie entscheiden, kaufen und bewerten anders. Und meist auf eigene Faust. Offline und Online. Die üblichen Ansätze sind veraltet.**

Sie wissen ja: Jeder Kunde durchläuft verschiedene Phasen, bis er ein Produkt kauft. Experten nennen das die Customer Journey, also Kundenreise. Mit Kundenreise meint man den Weg, den der Kunde geht, bis es zu einem Abschluss kommt. Doch die klassische Kundenreise, so wie wir sie alle gelernt haben, funktioniert heute nicht (mehr).

### Vom Touchpoint zum Catchpoint!

In jeder Phase gilt: Der Kunde soll ins Handeln kommen. Dafür braucht es jeweils eigene Call-to-Action-Elemente, auf die er reagiert. Sie müssen die richtigen Trigger auslegen. Das ist des Pudels Kern. Und bringt Ihnen Anfragen. Haben Sie sich einmal nach dem Lead-Loop aufgestellt, verspreche ich Ihnen: Die Kunden kommen – offline und online.

### Eine Reise ohne Ende: die Lead-Spirale

Hauptproblem aktueller Kundenreisen ist und bleibt: Sie enden nach dem Kauf! Wie absurd ist das? Halten Sie sich mal vor Augen: Sie haben einen zufriedenen Kunden, alle seine Bedürfnisse erfüllt, er ist gut aufgestellt, von Glück beseelt. Dieses Stimmungshoch nicht zu nutzen, ist Wahnsinn. Es liegt ein riesen Pfund vor Ihnen. Und die meisten machen nichts daraus. Weil Sie nicht wissen wie.

Anders beim Lead-Loop: Nach dem Kauf wird der Kunde nicht fallengelassen. Die Fürsprecherphase leitet ihn automatisch wieder in den Kaufprozess. Ohne, dass Sie ihn erneut angehen müssen. Wie? Ganz einfach: Erstens, sorgen Sie dafür, dass er Ihre Dienstleistung positiv bewertet. Auf Ihrer Homepage, Ihrer Facebook-Seite oder in Vergleichsportalen, egal. Zweitens, machen Sie Ihren Kunden zum Fürsprecher! Richtig aufgestellt, machen Sie so aus Bewertungen echte Empfehlungen! Das produziert zusätzliche Leads. Dieser letzte Schritt macht den Loop zum Kreislauf. Und die permanente Kundengewinnung beginnt.

### Der ewige Neustart

Kurzum: Wie Kunden auf Produkte kommen, sich informieren und kaufen, hat sich stark verändert. Das heißt für Sie: Sie müssen Ihre Kunden anders abholen. Wer sein Geschäft mit dem Lead-Loop aufstellt, erhöht seine Anfragen und Kaufquote. Und profitiert vom ewigen Neustart. Alte Kunden steigen wieder ein. Neue werden über Trigger und Empfehlungen „eingefangen“. Der zufriedene Kunde wird zum Verkaufsbooster, er akquiriert sich selbst. Ist der Loop einmal angestoßen, gibt es kein Halten mehr.

Sie wollen mehr zum **Lead-Loop** erfahren?

Das erzähle ich Ihnen gerne bei meinem Vortrag auf der Jahrestagung in Fleesensee. Ich freue mich auf Sie! Ihr Roger Rankel

### Vorträge. Bücher. Beratung.

DER EXPERTE FÜR  
**KUNDENGEWINNUNG**  
ROGER RANKEL

„Der Verkaufstrainer in der Finanzdienstleistungsbranche.“

Roger Rankel ist langjähriger „Haus- und Hoftrainer“ der Apella-Makler und auch dieses Jahr wieder Keynote-Speaker auf der Apella-Jahrestagung in Fleesensee. Dort wird er den Lead-Loop® und die sich daraus ergebenden Möglichkeiten der permanenten Kundengewinnung genauer erläutern.

### Warum?

Der moderne Kunde schaut sich selber auf. Und der moderne Kunde ist nicht nur schlau, sondern auch initiativ. Und mobil. Er weiß, was er will und sucht gezielt danach. Er informiert sich selbstständig, vergleicht und teilt. Auf dem Weg zum Produkt hat er vorsortiert, Angebote ausgeschlossen. Und nur, wer den Kunden in dieser Phase der Recherche überzeugen kann, wird überhaupt angerufen! Besser noch: Sie müssen ihn auf Ihr Produkt und auf Ihre Beratungsleistung stoßen. Zur Not auch, bevor er überhaupt weiß, dass er Sie braucht.

### Lösung

Der Lead-Loop – das aktuellste, was es an Kundenreisen gibt. Der Lead-Loop ist DIE neue, wirksamste und modernste Art der Kundengewinnung. Er ist nach den aktuellen Kenntnissen der Kaufforschung aufgebaut und basiert auf 40 Studien mit Zehntausenden von Kunden. Ich verspreche Ihnen: Dieser niemals endende Kreislauf bringt Ihr Geschäft nach vorn! Dauerhaft! Einmal angestoßen, läuft die Spirale von alleine weiter. Wie ein Perpetuum Mobile.



Jede Phase bringt eigene Touchpoints, besser gesagt: Berührungspunkte mit. Diese müssen Sie kennen und nutzen. Das Geheimnis des Lead-Loops: den Kunden eben nicht nur „berühren“, sondern über diese verschiedenen Kanäle „eingefangen“. Überlegen Sie sich in der ersten Phase zum Beispiel einen besonderen Hook. Einen Haken, an dem der Kunden hängenbleibt.