

# Erfolgreich verkaufen mit Leads



Was wirklich gute Leads ausmacht

Wie sich Leads auszahlen

Wie Sie Leads erfolgreich einsetzen

## Inhalt

Dafür steht abakus24 .....	3
Das Besondere an Leads .....	5
Lead-Generierung im Internet .....	7
Anlaufstelle Finanzportale .....	9
Lead-Qualität .....	12
Lead-Lebenszyklus .....	14
Erfolgsfaktoren .....	16
Erster Erfolg Beratungstermin .....	19
Gute Leads machen sich bezahlt .....	22
Geld zurück bei Reklamationen .....	24
Ein Nein ist noch nicht das Ende .....	26
Exemplarische Kosten-Nutzen-Analyse .....	28
Was wir leisten und wie wir arbeiten .....	29
Anhang: Leitfaden zum Terminierungsgespräch .....	31

# Dafür steht abakus24

## Erfolgreiche Kundenkontakte seit über 20 Jahren

abakus24 ist der starke Partner für Finanzierungsberater. Und das schon seit mehr als 20 Jahren.

Wir akquirieren Ihre Kunden von morgen und liefern genau die Adressen, die Sie brauchen. Adressen aus Ihrer Vertriebsregion. Aktuelle Adressen von Interessenten für Ihr Angebot. Qualifizierte Adressen, hinter denen echtes Interesse steckt.

### Qualität vor Quantität

Wir holen Ihre Kunden da ab, wo heute fast jeder auf Informationssuche geht: im Internet. Dabei generieren wir ausschließlich Adressen, bei denen man von einem grundsätzlichen Interesse ausgehen kann.

Und wir setzen eigene Scoring-Verfahren ein, um diese Adressen zusätzlich zu verifizieren. Das Ergebnis sind hochwertige Leads, die sich durch eine hervorragende Abschlussquote auszeichnen.

#### Leads mit Qualität

- ✓ Verifizierte Kontaktdaten
- ✓ Hohe Abschlussquote
- ✓ Hohe Aktualität
- ✓ Schnelle Bereitstellung der Leads
- ✓ Exklusivität pro Vertriebsregion

## **Aktuell und exklusiv**

Bei uns können Sie sicher sein, dass wir jede Adresse nur einmal ausliefern. Das ist alles andere als selbstverständlich. Es liegt auf der Hand, dass eine Adresse, die an mehrere Anbieter gleichzeitig ausgeliefert wurde, nur von begrenztem Wert ist.

## **Schnelligkeit, auf die es ankommt**

Online generierte Interessenten erwarten schnelle Reaktionen und konkrete Angebote. Deshalb reichen wir jeden Interessenten aus Ihrer Region umgehend an Sie weiter. Wenn Sie möchten, erhalten Sie zusätzlich eine SMS und können den Interessenten ohne Zeitverzögerung kontaktieren.

In unserem Partnerbereich können Sie eine Textvorlage hinterlegen, die als automatische Antwort (Autoresponder) an den Interessenten übermittelt wird. Diese Antwort wird versendet, sobald wir Ihnen den Lead zugestellt haben.

# Das Besondere an Leads

## Heiße Tipps, die gute Geschäfte versprechen

Die entscheidende Hürde für jeden ist eine erfolgreiche Kundenakquise. Geschäftsleute haben es sich schon immer etwas kosten lassen, wenn eine gute Empfehlung zum erfolgreichen Verkaufsabschluss geführt hat. Große Unternehmen haben eigene Akquiseprozesse entwickelt, bei denen es darum geht, potenzielle Kunden anzusprechen und gezielt diejenigen herauszufiltern, die ein erfolgreiches Geschäft versprechen.

Im englischen Sprachraum werden diese potenziellen Kunden als Sales Leads bezeichnet. Sie gelten als eine wichtige Ressource, denn sie sind die Basis für das Geschäft von morgen.

### Adressen von besonderem Wert

Wer eine Wohnung kaufen oder ein Haus bauen möchte, braucht die passende Finanzierung. In diesem Zusammenhang brauchen viele auch die eine oder andere Versicherung bzw. Absicherung. Für Sie als Finanzierungsberater ist es jedoch entscheidend, genau zu dem Zeitpunkt zur Stelle zu sein, wenn konkretes Interesse besteht und die Aussichten auf einen erfolgreichen Vertragsabschluss am größten sind.

Genau an dieser Stelle kommen „Leads“ ins Spiel. Leads sind Adressen, hinter denen ein aktuelles Interesse an einem bestimmten Produkt steht. Zum Beispiel Adressen von Menschen, die sich erst kürzlich im Internet über Baufinanzierungen informiert haben.

## **Die Spreu und der Weizen**

Leads kann man aktiv generieren, indem man das Interesse der Zielperson an einem bestimmten Produkt abfragt. Dies kann durch telefonische Akquise erfolgen, über ein Gewinnspiel oder eine Befragung. Die dabei erzeugten Adressen deuten zwar auf ein latentes Interesse hin, aber die Wahrscheinlichkeit eines Vertragsabschlusses ist eher bescheiden.

Deutlich wertvoller sind da schon Adressen von Menschen, die selbst aktiv geworden sind und konkretes Interesse an einem Produkt gezeigt haben. abakus24 bietet Ihnen ausschließlich Leads solcher potenziellen Kunden an. Denn nur Sie sind Ihre Anstrengungen wert, weil sie große Chancen auf einen erfolgreichen Vertragsabschluss bieten.

### **Definition: Leads**

Ein Lead ist ein Interessent, der sich für ein Unternehmen bzw. ein Produkt interessiert und dem Werbungstreibenden aus eigenem Antrieb seine Kontaktdaten für einen weiteren Dialog überlässt. Leads in hoher Qualität zu generieren ist eine fundamentale Aufgabe zur Neukundengewinnung.

# Lead-Generierung im Internet

## Wo Informationen zur Entscheidung führen

Das Internet hat nicht nur unser Kommunikationsverhalten nachhaltig verändert. Es hat auch völlig neue Vertriebswege geschaffen. Und es hat sich zum wichtigsten Kanal für die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen entwickelt.

### Entscheidungen beginnen bei Google

Wer sich heute informieren will, beginnt normalerweise bei Google oder einer der anderen Suchmaschinen. Wer eine Finanzierung einer Immobilie sucht, landet dabei schnell bei einem Branchenportal und informiert sich online über die unterschiedlichen Angebote.

Das macht das Internet zur wichtigsten Plattform um Kunden genau in dem Augenblick zu akquirieren, in dem sie Interesse an einem bestimmten Produkt haben und sich in einer wichtigen Phase des Entscheidungsprozesses befinden.

### Werbung am Ort des Interesses

Was es in der Papierwelt gibt, findet man auch im Internet. Zum Beispiel die klassische Werbung in Form von Anzeigen, Preisausschreiben und Gewinnspielen. Normalerweise werden dabei auch alle relevanten Kontaktdaten abgefragt und der Internetnutzer als „Interessent“ vermarktet.

Um qualifizierte Leads zu generieren sind diese Werbeformen jedoch eher ungeeignet. Ganz besonders, wenn es sich um beratungsintensive Produkte aus dem Bereich Finanzierung handelt.

Die Gründe sind nachvollziehbar: Wer einfach nur aus Neugier einen Werbebanner oder eine Pop-up-Anzeige anklickt, muss deswegen noch lange kein konkretes Interesse am beworbenen Produkt haben..

## **Echte Interessenten, beste Chancen**

Ganz anders sieht es aus, wenn die Kontaktdaten genau in dem Augenblick abgefragt werden, in dem der Internetnutzer kurz vor der Entscheidung steht und ein ganz gezieltes Interesse äußert. Zum Beispiel wenn er eine Informationsbroschüre bestellt, Produkte vergleicht, einen Newsletter abonniert oder sogar eine persönliche Beratung anfordert.

Solche Leads sind wertvoll, denn hinter ihnen steckt ein Mensch, der sich ganz konkret mit einem bestimmten Thema beschäftigt. Ein Mensch, der Beratungsbedarf hat, der in der Entscheidungsphase steckt und eine hohe Bereitschaft zu einem persönlichen Beratungsgespräch mitbringt.

## **Je aktueller, desto besser**

Leads haben einen kurzen Lebenszyklus. Je aktueller sie sind, desto wertvoller sind sie und je mehr Zeit seit ihrer Entstehung vergangen ist, desto geringer ist die Aussicht auf Erfolg. Das macht zum Beispiel Börsen-Leads zu einer zweifelhaften Sache, denn sie beziehen sich meist auf Anfragen, die schon ein paar Tage zurückliegen und erst auf dem zeitraubenden Weg über das höchste Angebot zum Anbieter finden.

Ein Grund mehr, auf eine exklusive Partnerschaft mit abakus24 zu setzen. Wir versorgen Sie mit topaktuellen Leads aus Ihrer Sparte und Ihrem Vertriebsgebiet, unmittelbar nach dessen Entstehung, anstatt sie meistbietend zu versteigern.



# Anlaufstelle Finanzportale

## Wo Kunden konkrete Informationen finden

Das Internet macht Kaufentscheidungen schnell, einfach und bequem. Doch wenn es um komplexe Produkte geht, sind spontane Entscheidungen eher die Ausnahme. Eine gezielt auf die eigene Lebenssituation abgestimmte Finanzierung schließt man nicht einfach per Mausklick ab, sondern erst nach reiflicher Überlegung.

Dabei ist das Internet zwar die erste Anlaufstelle. Aber es ist selten der Ort der endgültigen Entscheidung. Vielmehr geht man ins Web, um Informationen zu sammeln, sich schlau zu machen und einen ersten Überblick über Alternativen und Angebote zu gewinnen.

## An Google führt kein Weg vorbei

Google ist in Deutschland mit Abstand die am häufigsten genutzte Suchmaschine. Google verfolgt das Ziel, auf jede Suchanfrage möglichst zielsicher genau die Websites zu liefern, die mit höchster Wahrscheinlichkeit genau die gesuchte Information enthalten.

Um auf den ersten Plätzen der Google Ergebnisliste zu landen, muss eine Website ganz konkrete Voraussetzungen erfüllen. Außerdem bietet Google zahlreiche Werbeformen, mit denen ein Angebot genau dann auf den Bildschirm erscheint, wenn der Anwender bestimmte Suchbegriffe eingibt.

## Portale im Blickfeld

Wenn ein Interessent über Google nach einer Baufinanzierung sucht, dann landet er mit großer Wahrscheinlichkeit auf einem Portal, bei dem genau dieses Thema im Mittelpunkt steht.

abakus24 generiert Leads über verschiedene Webportale rund um die Themenwelt Baufinanzierung. Sie erscheinen regelmäßig auf den vordersten Plätzen unter den Google Suchergebnissen und ziehen damit genau die Zielgruppe an, die für Finanzierungsberater interessant ist.

### Finanzportale online

- ✓ Bevorzugte Anlaufstelle
- ✓ Stichwortsuche über Google
- ✓ Google-Ranking ist entscheidend
- ✓ Neutrale Informationen
- ✓ Basiswissen über komplexe Produkte
- ✓ Fragen und Antworten
- ✓ Kontakt zu Beratern / Anbietern

## Von der Information zur Beratung

Bei beratungsintensiven Produkten wie Baufinanzierungen macht der direkte Vertrieb über das Internet wenig Sinn. Hier ist nach wie vor eine gründliche persönliche Beratung zwischen dem Interesse und dem Vertragsabschluss notwendig. Eine Erkenntnis, die sich abakus24 zunutze macht.

Auf den Finanzportalen von abakus24 findet der Interessent keine maschinell generierten Produktvergleiche. Hier werden vielmehr fachkundige Informationen rund um das Thema Baufinanzierung angeboten. Dazu kommt eine umfangreiche Liste von Fragen und Antworten

(FAQ), die fundiertes Wissen zu den am häufigsten gestellten Fragen bietet.

Wer sich hier kundig gemacht hat, besitzt bereits ein recht gutes Grundlagenwissen. Aber er ist noch lange nicht bereit für eine endgültige Entscheidung. Deshalb dienen die abakus24 Finanzportale ausschließlich dazu, Interessenten mit Beratern in Verbindung zu bringen.

# Lead-Qualität

## Den Kunden im richtigen Moment abholen

Adressen sammeln kann jeder und das Internet ist voll von Gewinnspielen, Preisausschreiben und anderen Angeboten, bei denen man nach den kompletten Kontaktdaten gefragt wird, um teilnehmen zu können. Qualifizierte Leads entstehen dabei jedoch nur selten.

Deshalb geht abakus24 einen besseren Weg.

### Internet: Adressqualität

- Pop-up-Werbung
- Bannerwerbung
- Preisausschreiben
- Gewinnspiele
- + Informationsanforderung
- + Newsletter
- + Produktvergleiche

## Leads, hinter denen konkrete Anfragen stecken

Wer auf einem der abakus24-Portale landet, erhält nicht nur umfassende Informationen über die unterschiedlichen Finanzierungsmöglichkeiten. Er kann auch direkt online einen Angebotsvergleich anfordern. Der Weg dazu ist ein moderner Online-Fragebogen, mit dem alle für einen ersten Kontakt notwendigen Informationen erfasst werden.

Wer sich die Mühe gemacht hat, diesen Fragebogen auszufüllen, dokumentiert damit, dass er wirklich Interesse an dem Thema Baufinanzierung hat. Diese Kontaktdaten bilden damit einen hochwertigen Lead mit besten Aussichten auf einen erfolgreichen Vertragsabschluss.

## **Uninteressante Anfragen bleiben außen vor**

Die eine oder andere Anfrage wird nur aus einer Laune heraus abgeschickt. In anderen Fällen lassen widersinnige Angaben vermuten, dass die Sache nicht ernst gemeint ist. Viele branchenfremde Portale verschicken auch solche Anfragen und verursachen damit zeitraubende Kundenbesuche, die zu keinem Abschluss führen.

abakus24 filtert nicht ernst gemeinte Anfragen wirkungsvoll heraus. Wenn es um Baufinanzierung geht, werden zum Beispiel die konkreten Einkommens- und Vermögensverhältnisse angefragt, um bereits im Vorfeld zu prüfen, ob eine Finanzierung überhaupt darstellbar ist.

Das Ergebnis sind Leads, die ihr Geld wert sind und eine hohe Abschlussquote versprechen.

# Lead-Lebenszyklus

## Ein schnelles Medium verlangt schnelle Reaktionen

Das Internet ist ein schnelles Medium. Informationen sind jederzeit verfügbar. Von der Frage zur Antwort sind es nur wenige Mausklicks. Märkte werden transparent und Angebote sind direkt vergleichbar. Doch gerade bei komplexen Produkten ist es oft schwer, die Besonderheiten zu erkennen, die Unterschiede zu sehen und vor allem die Fallstricke zu durchschauen.

So zum Beispiel auch, wenn es um eine Baufinanzierung geht.

### Von der Information zur Beratung

Wer sich im Internet informiert hat und eine persönliche Beratung wünscht, befindet sich in einer wichtigen Phase der Entscheidungsfindung. Seine Gedanken kreisen um eine Finanzierung und er ist ungeduldig und will möglichst schnell die bestehenden Wissenslücken schließen.

Wir von abakus24 wissen, wie entscheidend es ist, in solchen Situationen umgehend zu reagieren.

### Vom Lead zum Termin

1. Kunde füllt Online-Formular aus
2. Die Angaben durchlaufen unser Scoring
3. Qualifizierte Leads werden unmittelbar verschickt (E-Mail, optional SMS)
4. Antwortnachricht in Ihrem Namen geht an den Interessenten
5. Anruf beim Kunden zur Vereinbarung eines Termins

Deshalb erhalten Sie von uns innerhalb kürzester Zeit genau die Adressen, die geografisch und inhaltlich zu Ihrer Anforderung passen. Ohne Verzögerung. Direkt in Ihr E-Mail-Postfach. Auf Wunsch zusätzlich per SMS an Ihr Handy.

Auf Wunsch können Sie auch unseren automatischen Mailservice nutzen. Dann erhält der Kunde unmittelbar auf seine Anfrage eine E-Mail in Ihrem Namen, mit der Ihr baldiger Anruf angekündigt wird. Das ist Service im Stil des Internet-Zeitalters und der entscheidende Schritt von der Online-Welt zum ersten persönlichen Kontakt.

## **Der Erste hat die größten Chancen**

Manche Interessenten besuchen mehrere Portale und fordern von mehreren Stellen Informationen an. Doch weil wir Sie schnell über die neuesten Anfragen informiert haben, können Sie umgehend reagieren und sind mit großer Wahrscheinlichkeit der Erste, mit dem der Kunde ins Gespräch kommt.

Sie erhalten von uns nicht nur eine Adresse, sondern konkrete Informationen über die Anfrage des Kunden. Greifen Sie also zum Telefon und vereinbaren Sie umgehend einen Gesprächstermin. Dieser Termin ist Ihre Chance, den Kunden zu beraten, Fragen zu klären, Überzeugungsarbeit zu leisten und zum Abschluss zu kommen.

# Erfolgsfaktoren

## Es kommt ganz darauf an, was Sie daraus machen

Ein Lead ist keine Garantie für einen erfolgreichen Abschluss. Er enthält lediglich Informationen über einen Menschen, der Interesse an einem bestimmten Produkt oder einer Dienstleistung hat. Er stellt somit eine erfolgversprechende Chance dar. Die Chance, mit diesem Menschen ins Gespräch zu kommen, ihn zu beraten, zu überzeugen und sein Interesse in eine konkrete Entscheidung zu verwandeln.

### **20% Abschlussquote ist schon ein Spitzenwert**

Auch wenn Sie bei abakus24 qualitativ hochwertige Leads kaufen, wird nicht jeder Lead zu einem Vertragsabschluss führen. Beim professionellen Arbeiten mit Leads kann man von einer Abschlussquote von rd.10% ausgehen. Doch das ist ein Durchschnittswerte, der sich erst nach einem gewissen Zeitraum einstellen wird.

### **Leads: Erfolgsfaktoren**

- Zeitnahe Kontaktaufnahme
- Gut vorbereiteter Erstkontakt
- Kundenorientiertes Beratungsgespräch
- Gutes Gespür für Kundenbedürfnisse
- 10-20% Abschlussquote



## **Mäßiger Erfolg hat eindeutige Ursachen**

Hochwertige Leads sind eine entscheidende Voraussetzung für gute Ergebnisse. Aber sie sind keine Garantie. Liegt jedoch die Abschlussquote deutlich unter 10%, stecken dahinter meist ganz konkrete Ursachen.

### **Keine zeitnahe Kontaktaufnahme**

Schon wenige Tage nach der Anfrage eines Interessenten kann sich viel verändert haben. Das Interesse kann nachgelassen haben, der Interessent hat es sich anders überlegt oder ein anderer Berater war einfach schneller. Deshalb ist es entscheidend, möglichst zeitnah auf einen Lead zu reagieren. Im Idealfall sofort.

### **Unzureichende Terminierung**

Das erste Telefonat mit dem Interessenten ist der Schlüssel zum Erfolg. Werden hier entscheidende Fehler gemacht, ist die Chance verfallen und wird nie wiederkommen. Gehen Sie daher bestens vorbereitet in das Gespräch. Legen Sie sich eine gezielte Vorgehensweise fest und überlassen Sie nichts dem Zufall. Einen Leitfaden für ein typisches Gespräch zur Terminvereinbarung finden Sie im Anhang.

### **Mangelndes Interesse**

Kunden spüren, mit welcher Motivation ein Berater zur Sache geht. Haben Sie das Gefühl, nicht in Ihrem Interesse beraten zu werden, ist es eher unwahrscheinlich, dass Sie sich zur Unterschrift entscheiden.

Gehen Sie daher mit dem Ziel ins Beratungsgespräch, in erster Linie die beste Lösung für Ihren Kunden zu finden. Denn gut ist auf Dauer nicht, was Ihrem Umsatz steigert, sondern Ihrem Kunden einen echten Nutzen bringt.

### **Fehlendes Gespür**

Kunden sagen nicht immer das, was sie wirklich denken. Und sie wissen nicht immer, was wirklich die richtige Entscheidung für sie ist. Als guter Berater erkennen Sie die wahren Anforderungen des Kunden. Und Sie verstehen es, ihn taktvoll auf den richtigen Kurs zu bringen. Sie wissen auch, wie man mit den unterschiedlichen Kundentypen umgeht und haben für jedes Bedürfnis die richtige Lösung.

# Erster Erfolg Beratungstermin

## Entscheidend ist das Gespräch von Mensch zu Mensch

Ein Lead signalisiert Interesse. Doch bevor der Kunde zum Vertragsabschluss bereit ist, will er beraten werden. Er will Wissenslücken schließen und hat Fragen, die es zu beantworten gilt. Vor allem aber muss er Vertrauen zu seinem Berater entwickeln und das Gefühl haben, in guten Händen zu sein.

Erwartungen, die sich nur im gut vorbereiteten Beratungsgespräch erfüllen lassen.

### Zunächst geht es nur um einen Termin

Der erste Schritt zu einem erfolgreichen Vertragsabschluss ist die Vereinbarung eines Beratungstermins. Das und nichts anderes sollte das Ziel Ihres ersten Anrufs beim Interessenten sein.

Für den Interessenten sind Sie in dieser Phase noch ein völlig Fremder.

#### **Profi-Tipp: Die optimale Terminvereinbarung**

Im Anhang finden Sie einen in der Praxis erprobten Leitfaden für ein erfolgreiches Telefongespräch zur Vereinbarung eines Beratungstermins.

Sie sind eine Stimme am Telefon, ein Mensch, der etwas verkaufen will. Es kommt daher darauf an, gute Gründe zu nennen, weshalb er sich ausgerechnet mit Ihnen auf ein Gespräch einlassen soll.

Und es ist entscheidend, Erwartungshaltungen zu erfüllen und Neugier zu wecken. Neugier auf interessante Aspekte. Neugier auf ein besonderes Angebot. Neugier auf Sie als Gesprächspartner.

## Vier Punkte, die den Erfolg bestimmen

Das erste Kontaktgespräch sollte nicht lang sein. Es sollte auf keinen Fall bereits ein Verkaufsgespräch sein. Es sollte vor allem gezielt zu einer Terminvereinbarung führen. Der Weg dazu besteht aus vier Schritten:

1. **Vertrauen aufbauen:** Knüpfen Sie an die Informationen an, die Sie aus dem Lead entnehmen können. Zeigen Sie Interesse an seiner Person und seinen Bedürfnissen.
2. **Nutzen aufzeigen:** Bestätigen Sie dem Interessenten, dass er auf dem richtigen Weg ist. Nennen Sie in groben Zügen den Nutzen Ihres Produkts. Erwähnen Sie, dass eine genau passende Lösung von mehreren Details abhängt, die man am besten persönlich bespricht.
3. **Von Anderen differenzieren:** Überlegen Sie, was Sie von der Masse der anderen Makler und Berater unterscheidet. Führen Sie die Gründe an, weshalb der Interessent gerade mit Ihnen ins Gespräch kommen sollte.
4. **Erwartungen erfüllen und übertreffen:** Fragen sie sich, welche Erwartungshaltung der Interessent hat und überlegen Sie, wie sie diese Erwartungen noch übertreffen können.

## **Bestätigen heißt bekräftigen**

Ihr erstes Telefongespräch ist der Auftakt zu einer persönlichen Kundenbeziehung. Doch Sie sollten es nicht einfach dabei belassen und den Gesprächstermin notieren. Bekräftigen Sie daher die Wichtigkeit dieses Termins, indem Sie ihn schriftlich bestätigen. Bleiben sie nicht nur als Stimme am Telefon in Erinnerung, sondern als Mensch, der seine Beratungsaufgabe ernst nimmt.

Das kann in Form einer E-Mail geschehen oder noch besser in schriftlicher Form. Auf jeden Fall sollte der Interessent die Möglichkeit haben, problemlos mit Ihnen in Kontakt zu treten.

Stellen Sie sich und Ihr Unternehmen in einem kleinen Kurzportrait vor, damit der Interessent eine konkrete Vorstellung davon erhält, mit wem er es zu tun hat. Wiederholen sie noch einmal, was Sie von anderen Beratern unterscheidet und welchen Nutzen der Interessent dabei hat.

Schicken Sie den Brief oder die E-Mail noch am selben Tag ab!

# Gute Leads machen sich bezahlt

## Weitsichtig Denken heißt Kosten als Investitionen sehen

Akquise kostet Zeit und Geld. Akquise mit Leads spart Zeit und macht sich praktisch immer bezahlt. Denn hinter jedem Lead steckt ein potenzieller Kunde. Dabei gibt es mehrere Faktoren, die den Wert eines solchen Leads bestimmen:

### Ihr Erfolg bestimmt die Kosten

Je mehr Leads Sie in einen erfolgreichen Vertragsabschluss verwandeln können, desto geringer ist der konkrete Kostenaufwand. Der Wert eines Leads hat also ganz entscheidend auch mit Ihrem persönlichen Erfolg zu tun. Wobei die Qualität der Leads von abakus24 beste Voraussetzungen für eine hohe Abschlussquote bietet.

### Die Provision rechtfertigt den Aufwand

Je höher die Provision ist, die sich aus einem Vertragsabschluss ergibt, desto günstiger ist das Verhältnis zwischen Kosten und Nutzen. Der Preis, den ein Lead wert ist, ist also auch eine Frage der Umsatzchance, die dahintersteckt.

### Umsatz, den die Zukunft bringt

Es ist kurzsichtig, die Kosten eines Leads nur in Bezug zum unmittelbaren Vertragsabschluss zu sehen. Besonders im Baufinanzierungsgeschäft ist jede Kundenbeziehung auch eine Basis für weitere Geschäfte.

Je jünger und je kaufkräftiger der Kunde ist, desto höher ist dabei auch die Chance, mit zukünftigen Verträgen weitere Umsätze zu generieren.

## **Zufriedene Kunden bringen neue Kunden**

Ein zufriedener Kunde wird seine guten Erfahrungen nicht für sich behalten. Konnten Sie im Beratungsgespräch überzeugen, bestehen daher beste Chancen, dass Sie weiterempfohlen werden. Das Ergebnis ist ein Kreis potenzieller Kunden und damit neue Chancen auf zusätzliche Umsätze. Und das, ohne weitere Kosten.

## **Kunden pflegen heißt Kunden binden**

Auch wenn es mit dem Vertragsabschluss nicht geklappt hat, ist der Kunde nicht verloren. Vorausgesetzt, Sie geben nicht auf und halten den Kontakt aufrecht. Eine Möglichkeit dafür ist ein regelmäßiger Newsletter, den alle Kunden erhalten, mit denen Sie schon einmal Kontakt hatten. Denn wer sich in Erinnerung ruft, wird nicht vergessen.

## **Der erste Vertrag ist erst der Anfang**

Besonders bei komplexen Produkten wie Finanzierungen verlassen sich Menschen gerne auf einen Berater, der ihnen vertraut ist und mit dem sie bereits gute Erfahrungen gemacht haben. Das ist Ihre Basis für ein erfolgreiches Cross-Selling und macht einen erfolgreichen Lead zur Eintrittskarte für eine lebenslange Kundenbetreuung.

# Geld zurück bei Reklamationen

## Wenn der Lead nicht das ist, was er verspricht

Eine dauerhafte Geschäftsbeziehung verlangt klare Regeln und einen fairen Umgang miteinander. abakus24 möchte auf lange Sicht mit Ihnen zusammenarbeiten und ist daher auch in strittigen Fällen an einer konstruktiven Lösung interessiert.

Ein Beispiel dafür sind Leads, die nicht halten, was sie versprechen und für einen erfolgreichen Vertragsabschluss von vornherein ungeeignet sind.

### Hohe Leadqualität durch gezieltes Scoring

Nicht jede Anfrage ist ernst gemeint und nicht jeder Interessent bringt die Voraussetzungen für einen erfolgreichen Vertragsabschluss mit.

Deshalb durchläuft jede von uns erfasste Adresse einen umfangreichen Plausibilitätstest und jede Finanzierungsanfrage wird einem eingehenden Scoring unterworfen. Dabei werden nicht vorhandene Adressen erkannt und Interessenten ohne ausreichende Bonität werden nicht als ein qualifizierter Lead angesehen.

### Reklamationen BauFi: Typische Gründe

- Falsche Anschrift oder Telefonnummer
- Anfrage eines Wettbewerbers
- Alter unter 18 Jahre oder über 65 Jahre
- Darlehenssumme unter 50.000 €
- Negative Schufa
- Vertrag bereits abgeschlossen



## **Reklamation ganz einfach**

So schnell wir Sie über Interessenten an Ihren Produkten informieren, so einfach ist auch die Abwicklung von Reklamationen. Im Kundenbereich unserer Website gibt es dafür eine eigene Rubrik, in der Sie Leads zur Reklamation einreichen können.

# Ein Nein ist noch nicht das Ende

## Steter Tropfen höhlt den Stein

Eine Abschlussquote von über 10% gilt als Spitzenwert beim Verkaufen mit Leads. Doch selbst eine derart hohe Quote bedeutet, dass natürlich viele Leads nicht zum gewünschten Ergebnis führen.

Doch auch diese Leads wurden nicht umsonst bezahlt. Sie sind alles andere als eine Fehlinvestition. Vielmehr sind sie nach wie vor wertvoll für Ihr Geschäft von morgen.

## Kontakte, auf die Sie bauen können

Auch wenn ein Anruf nicht zum Termin geführt hat, war es doch ein Gespräch, das Spuren im Gedächtnis des Interessenten hinterlassen hat. Auch wenn ein Beratungsgespräch erfolglos verlaufen ist, haben Sie doch einen Menschen kennengelernt, der sich für Ihre Produkte interessiert.

Eine Basis, auf der Sie aufbauen können. Denn wer sich bei der Baufinanzierung erst einmal anders entschieden hat, ist vielleicht bereit, zu einem späteren Zeitpunkt nochmals dieses Thema anzugehen oder entscheidet sich erst zu einem deutlich späteren Zeitpunkt für eine Beratung durch Sie.

## **bleiben Sie in Erinnerung**

Wer es bei einem einmaligen Kontakt belässt, gerät schnell in Vergessenheit. Doch wer immer wieder auf sich aufmerksam macht, bleibt am Ball und damit in Erinnerung. Nutzen Sie daher scheinbar erfolglose Leads als Chance für zusätzliche Abschlüsse.

Verschicken Sie zum Beispiel von Zeit zu Zeit eine E-Mail, in dem Sie aktuelle Themen rund um Ihr Produktportfolio aufgreifen.

Verschicken Sie elektronische Geburtstags-, Oster- und Weihnachtsgrüße. Laden Sie zu Vorträgen und anderen Veranstaltungen ein. Das kostet nur ein wenig Zeit und eröffnet Chancen für neue Geschäfte.

Vielleicht hatte der Interessent gute Gründe, Ihr Angebot abzulehnen, hat sie aber als guten Berater in Erinnerung, den er gerne im Verwandten- und Freundeskreis weiterempfiehlt.

### **Leads: Cross-Selling**

- ✓ Erfolglose Leads sind kein Abfall
- ✓ In Kontakt bleiben
- ✓ Newsletter versenden
- ✓ Einladungen zu Veranstaltungen
- ✓ Grüße zu Fest- und Feiertagen
- ✓ Chance auf spätere Umsätze
- ✓ Chance auf Weiterempfehlung

# Exemplarische Kosten-Nutzen-Analyse

## Was Sie investieren und was Sie erzielen können

Werbung kostet Geld und man weiß nie, was am Ende dabei herauskommt. Auch Leads haben ihren Preis und auch sie bieten keine Garantie auf den Erfolg. Doch ein näherer Blick auf die Fakten macht schnell deutlich, dass sich Leads durchaus rechnen und eine gute Investition in die Zukunft Ihres Geschäfts sind.

### Fallbeispiel Baufinanzierung (20 Leads)

Gerade im Bereich der Baufinanzierung kommt es auf hochwertige Leads an, hinter denen ernsthafte Interessenten stecken, die am unmittelbaren Abschluss einer Finanzierung interessiert sind. Wer hier schneller als der Wettbewerb reagiert und ein maßgeschneidertes Finanzierungs-konzept bietet, hat beste Chancen auf lukrative Gewinne.

#### Konservative Modellrechnung:

Abschlussquote	10%
Produkt und Vergütung	Durchschnittliches Finanzierungsvolumen von 310.000 € bei einer Vergütung von 1,0%
Bruttoertrag	6.200 €
Leads	20 Leads zu je 89 € (zzgl. 19% MwSt.)
Kosten	2.118 €
Nettoertrag	4.082 €

# Was wir leisten und wie wir arbeiten

## Beste Voraussetzungen für gute Zusammenarbeit

abakus24 kennt Ihr Geschäft und weiß, worauf es ankommt. Wir sind seit vielen Jahren am Markt und wissen, was einen Lead ausmacht, in dem gute Chancen für einen erfolgreichen Abschluss stecken. Das unterscheidet uns von Anbietern, die lediglich Adressen sammeln und macht uns zu einem verlässlichen Partner für eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

## Faire Bedingungen

abakus24 steht für Leads, die sich rechnen. Wir sind von der Qualität unserer Adressen überzeugt. Deshalb gibt es bei uns weder versteckte Kosten noch einschränkende Bedingungen. Sie müssen keine Abnahmeverpflichtung eingehen und sich auf keine Mindestabnahme einlassen. Stattdessen legen Sie Vertriebsregion und Liefermenge selbst fest und können diese jederzeit ändern.

Sie können unseren Service bis zu drei Monate unverbindlich testen und jederzeit eine Lieferpause einlegen. Und Sie können innerhalb von 4 Wochen reklamieren. Dabei gilt unsere besonders weitreichende Liste an Reklamationsgründen.

## Reibungslose Zusammenarbeit

Qualifizierte Leads sind ein hervorragendes Akquiseinstrument. Mit abakus24 setzen Sie dabei auf einen Partner der kurzen Wege. Automatisierte Prozesse sorgen dafür, dass eine für Sie interessante Adresse innerhalb von Sekunden in Ihrem E-Mail-Postfach liegt.

Ein spezieller Online-Partnerbereich erlaubt die einfache und problemlose Abwicklung von Reklamationen. Auf Wunsch wird sogar unser Terminierungs-Center aktiv und vereinbart in Ihrem Namen einen Termin, solange das Interesse noch frisch und der Kunde an einem Beratungsgespräch interessiert ist.

## **Unabhängigkeit**

Mit abakus24 erhalten Sie sich Ihre Freiheit als Berater. Sie können Ihr eigenes Produktportfolio vertreiben und nutzen dabei die Dienste eines erfahrenen Lead-Anbieters.

### **abakus24: Faire Partnerschaft**

- ✓ Langjährige Branchenerfahrung
- ✓ Keine versteckten Kosten
- ✓ Keine Mindestabnahme
- ✓ Sparten und Regionen frei wählbar
- ✓ Testzeitraum bis zu 3 Monate
- ✓ Vereinbarungen jederzeit anpassbar
- ✓ Weitreichende Reklamationsgründe
- ✓ Online-Partnerbereich
- ✓ Terminierung als Serviceleistung

# Anhang: Leitfaden zum Terminierungsgespräch

## Vom ersten Kundenkontakt zum Beratungstermin

### Einstieg

Sie wissen nicht, in welcher Situation Sie Ihren Gesprächspartner erreichen. Doch es ist entscheidend, seine Aufmerksamkeit zu gewinnen und seine Bereitschaft zu erlangen, sich mit Ihnen auf ein Gespräch einzulassen.

*„Guten Tag Herr/Frau ... Schön, dass ich Sie erreiche.  
Mein Name ist ... Ich bin unabhängiger Finanzierungsberater  
von ...“*

*„Wissen Sie, weshalb ich mit Ihnen Kontakt aufnehmen?“*

Warten Sie unbedingt die Antwort ab. Nur so stellen Sie seine Aufmerksamkeit sicher. Erzwingen Sie aber nicht das Gespräch, wenn Sie den Interessenten in einer denkbar ungünstigen Situation erwischen. Vereinbaren Sie in diesem Fall einen neuen Gesprächstermin.

### Vorstellung

Im nächsten Schritt kommt es darauf an, Ihrem Gesprächspartner bewusst zu machen, dass Ihr Anruf die konkrete Reaktion auf seine Online-Anfrage ist. Und Sie sollten sich vorstellen, damit er sofort ein Bild davon bekommt, mit wem er es zu tun hat. Fahren Sie also je nach Reaktion auf die Frage im Einstieg sinngemäß fort:

*„Ganz richtig, Sie haben sich für eine Baufinanzierung interessiert und über das Internet einen Vergleich bzw. ein Angebot angefordert. Ich möchte auf Ihre Anfrage zurückkommen und Ihnen eine unabhängige Beratung zu diesem Thema anbieten.*

*Aber zunächst kurz etwas zu uns, damit Sie wissen, mit wem Sie es zu tun haben.*

*Wir sind ein unabhängiger Finanzierungsvermittler und auf den Bereich Baufinanzierungen spezialisiert. Da wir nicht an einzelne Partner gebunden sind, können wir Ihnen aus über 600 Finanzierungspartnern genau die Finanzierung anbieten, die zu Ihrer persönlichen Situation am besten passt.“*

## **Kundennutzen**

In der nächsten Phase kommt es darauf an, an die Online-Anfrage des Kunden anzuknüpfen. Dabei ist es wichtig, dem Gesprächspartner zu vermitteln, dass er von Ihnen eine auf seine ganz persönliche Situation zugeschnittene Lösung erhält.

Es geht darum, weitere Eckpunkte der Finanzierung zu erfragen und den konkreten Nutzen herauszustellen, die der Kunde durch Sie hat.

*„Die wichtigsten Daten zu Ihrem Finanzierungswunsch habe ich bereits aus Ihrer Anfrage erhalten. Ich möchte Ihnen jedoch einen Finanzierungsvorschlag ausarbeiten, der genau zu Ihrer Situation passt, und hätte dazu gerne einige ergänzende Informationen.*

*Bevorzugen Sie eine spezielle Bank oder haben Sie bereits ein Angebot vorliegen?“*



Bei Ja:

*„Verraten Sie mir, um welche Bank es sich handelt und zu welchen Konditionen Ihnen die Finanzierung angeboten wurde? Entspricht das Angebot Ihren Vorstellungen?“*

*Sie sollten wissen, dass Sie Ihre Finanzierung ernsthaft gefährden können, wenn Sie bei mehreren Banken anfragen. Viele Banken melden Ihre Anfrage der Schufa und mit jeder Anfrage schwindet die Chance, dass Sie überhaupt eine Finanzierung erhalten.*

*Wir sind in der Lage, anonyme Anfragen zu tätigen und können damit mehrere Vergleichsangebote einholen ohne dabei Ihre Bonität zu gefährden.“*

Bei Nein:

*„Haben Sie sich schon konkrete Gedanken über die Konditionen Ihrer Finanzierung gemacht? Welche monatliche Belastung ist für Sie tragbar?“*

*Übrigens: Sie sollten wissen, dass Sie Ihre Bonität ernsthaft gefährden können, wenn Sie bei mehreren Banken anfragen. Viele Banken melden Ihre Anfrage der Schufa und mit jeder Anfrage schwindet die Chance, dass Sie überhaupt eine Finanzierung erhalten.*

*Wir sind in der Lage, anonyme Anfragen zu tätigen und können damit mehrere Vergleichsangebote einholen ohne dabei Ihre Bonität zu gefährden.“*

## Kompetenz unterstreichen

In der nächsten Gesprächsphase kommt es darauf an, Ihre Kompetenz als ein Berater zu unterstreichen, der im Sinne des Kunden denkt und seine Interessen wahrnimmt. Dazu gehören auch alle Aspekte, die Sie vom Wettbewerb unterscheiden und einzigartig machen.

*„Nur am Rande gefragt: Hat Sie schon jemand zu den Risiken einer Baufinanzierung angesprochen? Dazu gibt es einige interessante Aspekte, die nur wenigen Menschen bewusst sind.“*

*„Wir legen nicht nur großen Wert darauf, Ihnen eine maßgeschneiderte Finanzierung zu bieten. Wir denken auch einen Schritt weiter und wollen, dass Sie auf lange Sicht auf einem sicheren Weg sind.“*

## Terminvereinbarung

In dieser entscheidenden Gesprächsphase geht es darum, dem Gesprächspartner zu vermitteln, dass die richtige Finanzierungslösung mehr als eine Frage der Konditionen ist und dass es eine ganze Reihe von Aspekten gibt, die man am besten persönlich bespricht.

*„Eine Baufinanzierung ist eine recht komplexe Angelegenheit. Da liegen die Fallstricke oft im Detail und es kommt darauf an, den Antrag gezielt so vorzubereiten, dass ihm die Bank zustimmen kann.“*

*„Ich würde daher gerne ein persönliches Gespräch mit Ihnen vereinbaren, in dem wir die weiteren Einzelheiten durchgehen können.“*

*Wann passt es Ihnen denn am besten, tagsüber oder abends?“*

## **Gesprächsabschluss**

*„Zum Abschluss noch eine Frage, Herr/Frau ... Angenommen, mein Angebot entspricht Ihren Vorstellungen. Kann ich dann davon ausgehen, dass wir ins Geschäft kommen und ich Ihren Antrag an den von Ihnen gewählten Finanzierungspartner weiterleiten kann?“*

Bei Ja:

*„Dann bedanke ich mich ganz herzlich für das Gespräch. Ich möchte Ihnen nur noch meine Telefonnummer mitteilen, falls Sie zwischenzeitlich noch Fragen haben. Ich freue mich, Sie am ... persönlich kennenzulernen.“*

Bei Nein sollten Sie zuvor auf die Argumente eingehen, die einem Vertragsabschluss im Wege stehen könnten. Auf jeden Fall sollten Sie jedoch darauf achten, dass es der Kunde ist, der das Gespräch beendet. Erst dann legen Sie auf.

## **Gesprächsatmosphäre**

Die Kommunikationswissenschaft hat nachgewiesen, dass ein Großteil der Kommunikation zwischen Menschen nicht über Worte erfolgt, sondern nonverbal und unbewusst über die Körpersprache.

Bei einem Telefongespräch ist es vor allem die Stimme, die unterschwellige Signale aussendet, die darüber entscheiden, wie Ihre Worte wahrgenommen werden.

Achten Sie daher auf folgende einfache Hinweise:

- Ihre Stimme sollte am Ende eines Satzes immer nach unten gehen. Das signalisiert Sicherheit und Bestimmtheit. Schwankt Ihre Stimme hingegen und steigt sie am Satzende an, signalisieren Sie Unsicherheit und schwächen damit das Gesagte ab.
- Benutzen Sie zum Telefonieren ein Headset. Dadurch haben Sie die Hände frei und können sich ungehindert Notizen machen. Klemmen Sie keinesfalls den Hörer zwischen Ohr und Schulterblatt. Dabei klingt Ihre Stimme eher unnatürlich und gepresst, was einer angenehmen Gesprächsatmosphäre entgegenwirkt.
- Erfolg ist auch eine Frage Ihrer persönlichen Stimmungslage. Telefonieren Sie daher nur, wenn Sie bei guter Laune sind und ihre Stimme eine positive Ausstrahlung hat.

Wir wünschen Ihnen maximale Erfolge  
beim erfolgreichen Verkaufen mit Leads.

Ihr Team vom abakus24 Partnerservice

## **Erfolgreich verkaufen mit Leads**

### **Herausgeber**

abakus24 Service GmbH  
Rudolf-Diesel-Straße 10  
23617 Stockelsdorf  
Deutschland  
Telefon: +49 451 88919840

### **Umsetzung**

Autor: Verbale Kommunikation - Stephan Erich Wolf  
Layout: Herold Unternehmensberatung GmbH  
Fotos: fotolia

### **Stand**

November 2023

### **Rechtliche Hinweise**

Diese Broschüre ist urheberrechtlich geschützt. Die auch auszugsweise Verwendung von Inhalten, sowie Nachdruck oder sonstige gewerbliche Nutzung oder deren Duldung sind nicht gestattet.