

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Grundlagen Lead-Management	5
2.1	Definition Leads & Lead-Management	5
2.2	Lead-Management als Teil des Vertriebsprozesses	7
2.3	Ein Lead ist nicht gleich ein Lead	8
2.4	Lead-Management und Sales Funnel	9
2.5	Lead-Management und Customer Journey	11
2.6	Prozesse – Menschen – Daten	13
2.7	Der Weg zur Lead-Management-Exzellenz	15
3	Rahmenbedingungen des Lead-Managements	17
3.1	Die Bedeutung der Geschäftstypen	17
3.2	Weitere Rahmenbedingungen	18
4	Der Lead-Management-Prozess	21
4.1	Einzelne Prozessschritte, Zielsetzung und Strategie	21
4.2	Lead-Generierung	23
4.3	Lead-Qualifizierung und -Segmentierung	28
4.4	Lead-Nurturing	33
4.5	Lead-Integration	39
4.6	Controlling	41
5	Künstliche Intelligenz (KI) im Lead-Management	43
6	Exzellenz im Lead-Management	47
6.1	Prozesse	48
6.2	Menschen	50

6.3	Daten	52
6.4	Der Weg zur Exzellenz im Lead-Management	53
7	Checkliste zur Einführung eines Lead-Managements	57
8	Fazit und Blick in die Zukunft	65
	Was Sie aus diesem <i>essential</i> mitnehmen können	67
	Literatur	69