



WEITERBILDUNG

DIGITALE LEAD- GENERIERUNG

mit **DISTART** 



DIGITALE LEADGENERIERUNG

INHALT DER WEITERBILDUNG

Digital Leadgen steht für die gezielte **Gewinnung qualifizierter Leads** über digitale Kanäle. Dieses Modul bietet Teilnehmer:innen aus Marketing, Vertrieb und Unternehmensführung die Möglichkeit, **praxisnah effektive Leadgenerierungsstrategien** zu erlernen. Dabei werden folgende Kernkompetenzen vermittelt:

- ▶ **Implementierung von Leadgenerierung:** Aufbau strukturierter Prozesse zur Gewinnung potenzieller Kund:innen.
- ▶ **Effektiver Einsatz von Online-Kanälen:** Nutzung digitaler Plattformen zur Ansprache und Bindung von Leads.
- ▶ **Content-Marketing in der Leadgenerierung:** Erstellung relevanter Inhalte, die Interessent:innen ansprechen und überzeugen.
- ▶ **Social Ads:** Entwicklung gezielter Kampagnen zur Steigerung der Leadqualität.
- ▶ **Digital Sales:** Integration digitaler Verkaufstechniken zur Optimierung des gesamten Sales-Funnels.

Das Modul umfasst **praxisorientierte Aufgaben, Lektionsprüfungen** sowie **Live-Q&A-Sessions**, um offene Fragen zu klären und die Inhalte zu vertiefen. Teilnehmer:innen werden so optimal darauf vorbereitet, digitale **Strategien zur Leadgenerierung** erfolgreich in der **Praxis** umzusetzen.

DIE WICHTIGSTEN FAKTEN VORAB

 **Maßnahmennummer:** 075 / 367 / 25



Zeitlicher Aufwand

320 UE / 240 Zeitstunden
über einer Dauer von:
Teilzeit – 13 Wochen
Vollzeit – 7 Wochen



Abschluss

Anerkanntes **Arbeitsmarktzertifikat:** "Digitales Marketing, Management und KI: Digitale Leadgenerierung der Distart Education GmbH"



Kosten

Dieses zubuchbare Modul ist **in der Förderung** (über den Bildungsgutschein / das Qualifizierungschancengesetz) **inbegriffen**.

KUR SINHALTE

DIGITALE LEADGENERIERUNG

EINFÜHRUNG & GRUNDLAGEN

grundlegende Konzepte der **Leadgenerierung**, einschließlich der Unterschiede zwischen Wunschvorstellungen und Realität, **Kundengewinnung** und **-bindung** sowie die Bedeutung von **KPIs**, was ein solides Verständnis der zentralen Prinzipien fördert.

ONLINE-KANÄLE IM LEADGEN

wichtigste **Online-Kanäle** für die **Leadgenerierung** werden vorgestellt, wobei der Fokus auf **Social Media**, **Landing Pages**, der **Website** und dem Einfluss von **Bewertungen** liegt. Dies schafft ein umfassendes Verständnis für die strategische Nutzung digitaler Plattformen.

ORGAN. CONTENT-MARKETING

Die **Grundlagen** des **organischen Content-Marketings** liegen in der proaktiven Ansprache von **Kunden**, **effektive Strategien** und die Nutzung des **Value Proposition Canvas**.

SOCIAL ADS

Grundlagen effektiver **Social Ads**, einschließlich **Plattformauswahl**, **Meta Business Manager-Setup**, kreative **Inhalte** und **Kampagnenaufbau**. Dazu gehören auch **A/B-Tests** und **Community Management** für eine erfolgreiche Umsetzung.

DIGITAL SALES

Die Grundlagen des **digitalen Vertriebs** umfassen **Sales-Journey**, **KPIs**, **digitale Einwandbehandlung**, **CRM-Systeme** und **virtuelle Telefonanlagen**, strategische und technische **Umsetzung von Empfehlungsprogrammen**

PRAXISÜBUNG

Jetzt geht es an die Praxis: Präsentieren von **Leadgenerierungsmaßnahmen** in einer Videoaufnahme. Der Fokus liegt auf der Auswahl von **Online-Kanälen**, **Content-Marketing-Strategie**, **Social Ads**, **Tracking-Tools** und der **Sales-Journey**.

+ individuelles Feedback

ABSCHLUSSPRÜFUNG

Vorbereitung auf die **Abschlussprüfung** und Erhalt von Zertifikaten für einen qualifizierten Abschluss

DIGITAL LEDGEN IN DER PRAXIS

Ein Software-Unternehmen möchte **mehr Anfragen** für sein Produkt erhalten. Durch eine Kombination aus **gezielten LinkedIn-Kampagnen**, einer **optimierten Landingpage** und einem kurzen, **erklärenden Video** konnte das Unternehmen innerhalb von 3 Monaten:

- **30 % mehr qualifizierte Leads** generieren.
- Die **Absprungrate** auf der **Website** um **20 % senken**.

Digitale Leadgenerierung zeigt, wie gezielter Content und digitale Tools dazu beitragen, mehr Interessenten zu gewinnen und langfristig zu Kunden zu machen.

