

Deine
DIGITAL
ESSSENCE



Engagement & Background

- Studium **BA Management Sozialer Innovation (MSI)**
- **+10 Jahre Erfahrung** im Bereich digitales Marketing
- Digitales Marketing für **Konzerne & KMUs** erfolgreich umgesetzt
- **Dozentin** für Social Media Marketing (BDS Social Media Akademie & Hochschule Landshut)

Mindset & Erfolge

- Mit sozialen Netzwerken aufgewachsen
- Wachstumsraten von Projekten:
 - Nach 2 Monaten **40% mehr Umsatz** vgl. Vorjahr
 - **200% Mehr Reichweite** in einem Monat im vgl. zum Vormonat
 - **Return on Invest von 8,96** erzeugt (Marketing Invest)

Cases

WER IST
JULIA?



warum brauche
ich einen Lead Funnel?

warum?

Follower sind nicht automatisch Kunden

Social Media Marketing dient dem **Aufbau von
Beziehungen (Netzwerken)**.

Kosten und Maßnahmen sollen auf Umsatzziel
einzahlen, daher sollten viele dieser **(noch losen)
Kontakte zu echten Kunden konvertieren!**



Lead Funnel



Definition

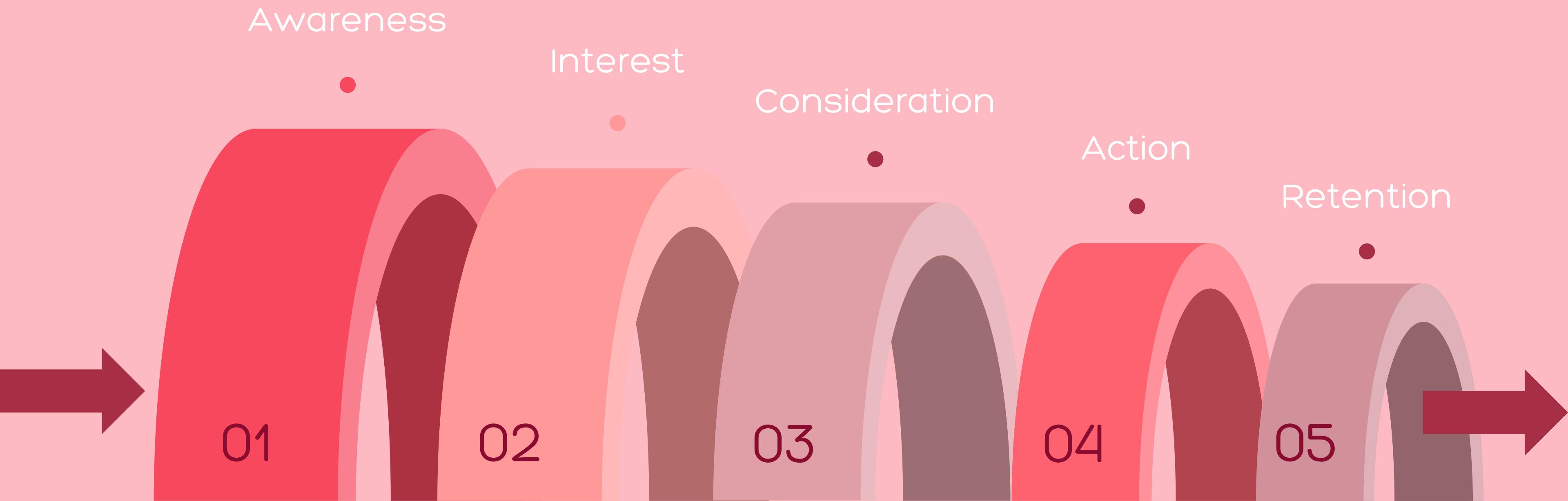
Ein **Lead Funnel** ist ein geplanter Prozess, der Menschen von der ersten Aufmerksamkeit (z. B. durch einen Social-Media-Post) Schritt für Schritt bis zu einer **konkreten Handlung führt** - zum Beispiel einer Kontaktanfrage, Newsletter-Anmeldung oder einem Kauf.

Man kann ihn sich wie einen Trichter vorstellen:

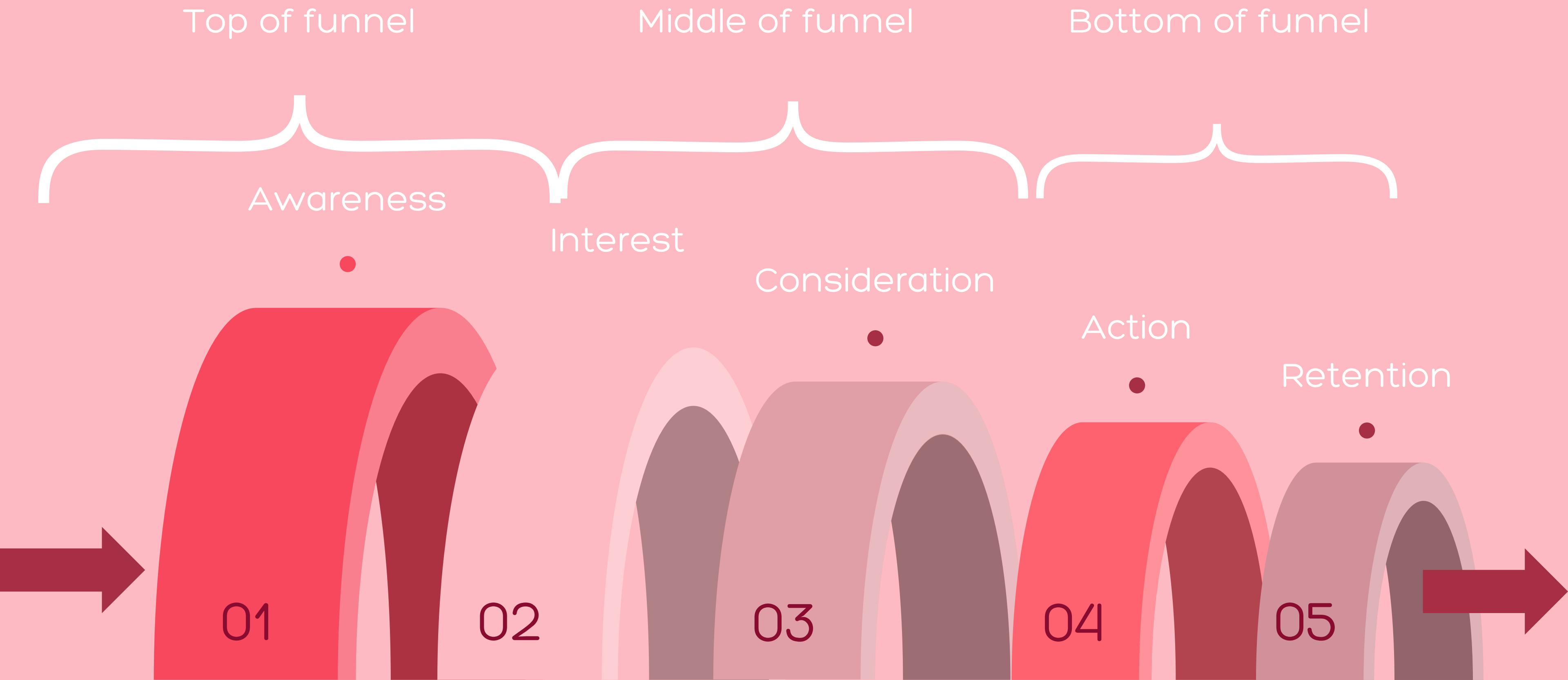
- **Oben** kommen viele Interessenten hinein (Reichweite auf Social Media).
- In der **Mitte** werden die wirklich Interessierten durch relevante Inhalte weitergeführt (z. B. Freebie, Webinar, Landingpage).
- **Unten** bleiben die qualifizierten Leads übrig - also die Menschen, die wirklich bereit sind, mit dir in Kontakt zu treten oder Kunde zu werden.

Vom Kontakt zur Kundin

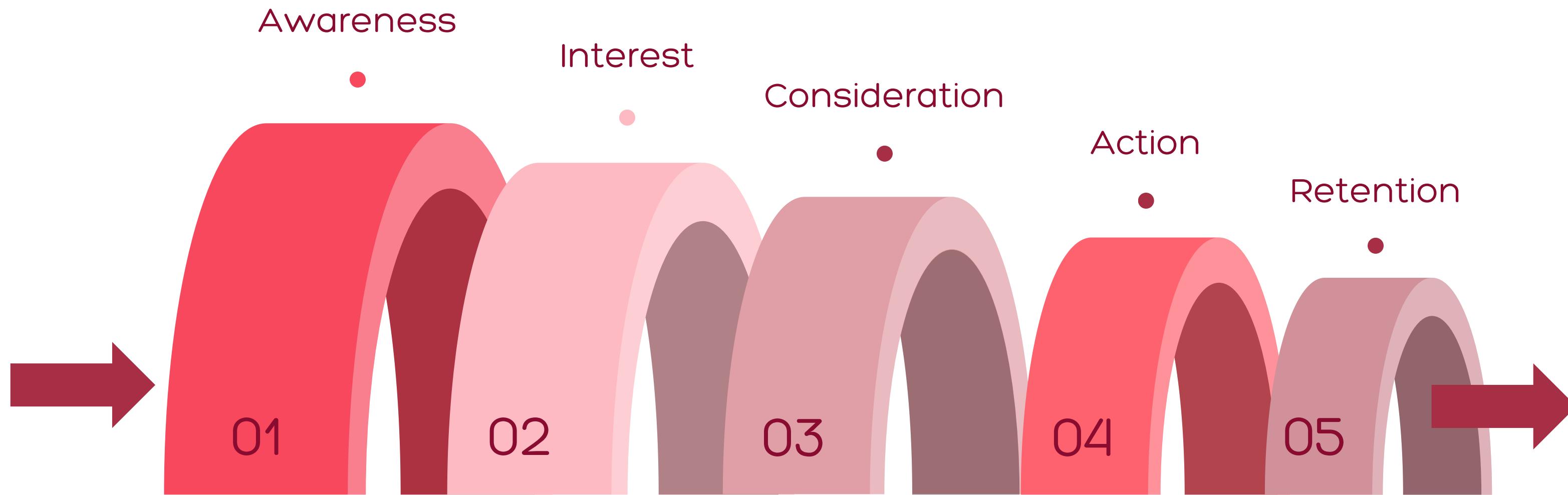
Die digitale Kundenreise



Die digitale Kundenreise



Die Phasen erklärt



Setze auf knackige Ads und smarte Content-Platzierung, um die Aufmerksamkeit deiner Zielgruppe zu fesseln.

Setze auf interaktiven Content, um wirklich mit deiner Zielgruppe ins Gespräch zu kommen.

Gib deiner Zielgruppe alle Infos, Vergleiche und Bewertungen an die Hand, damit sie leichter wählen können.

Mach deinen Kunden den Kauf leicht: klare Schritte, starke CTAs und überzeugende Angebote.

Persönliche Kommunikation = starke Kundenbeziehungen.

Ein Beispiel...



A close-up, slightly blurred photograph of a person's hands. One hand holds a pen and is writing in a spiral-bound notebook. The other hand rests on the notebook. The person has dark red-painted fingernails. The notebook has some handwritten text on the page, which is mostly illegible but includes words like 'Sicher' and 'Wissen'.

Was wäre dein perfekter
Lead Funnel?

Welche Geräte nutzt deine Zielgruppe?

Was wäre eine logische Folge?

Was liefert echten Mehrwert?

Wo kannst du KI und Automation nutzen?

Was ist dein Angebot?





Aus Follower Kunden gewinnen!

Consideration

- Mail senden
- Infos als PN senden wie zum Beispiel eine Landingpage oder PDF

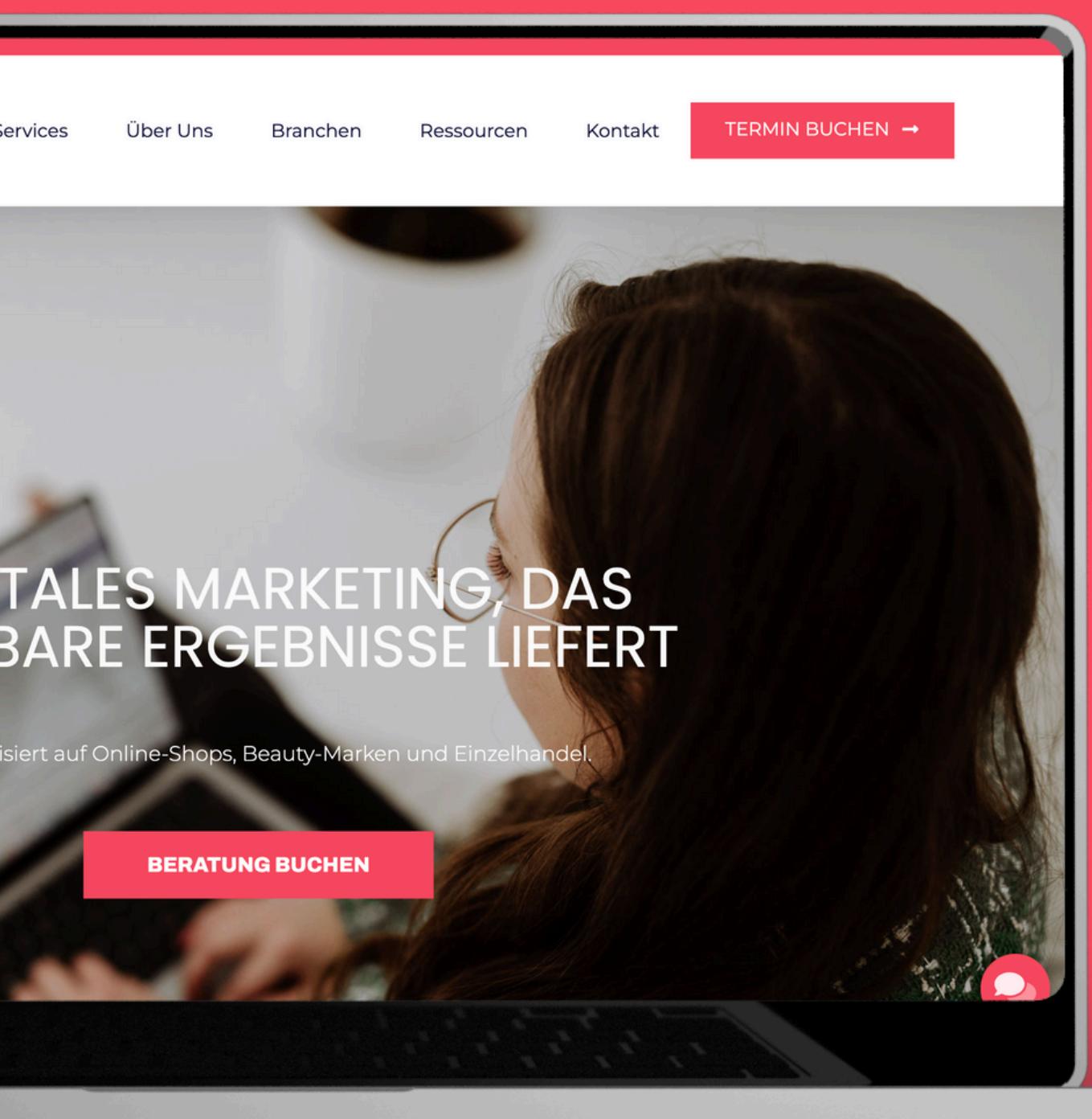
Action

- Termine buchen lassen
- Gespräch führen
- in ein Webinar einladen
- Konkretes Angebot senden
- Rabattcode senden

Landingpage?



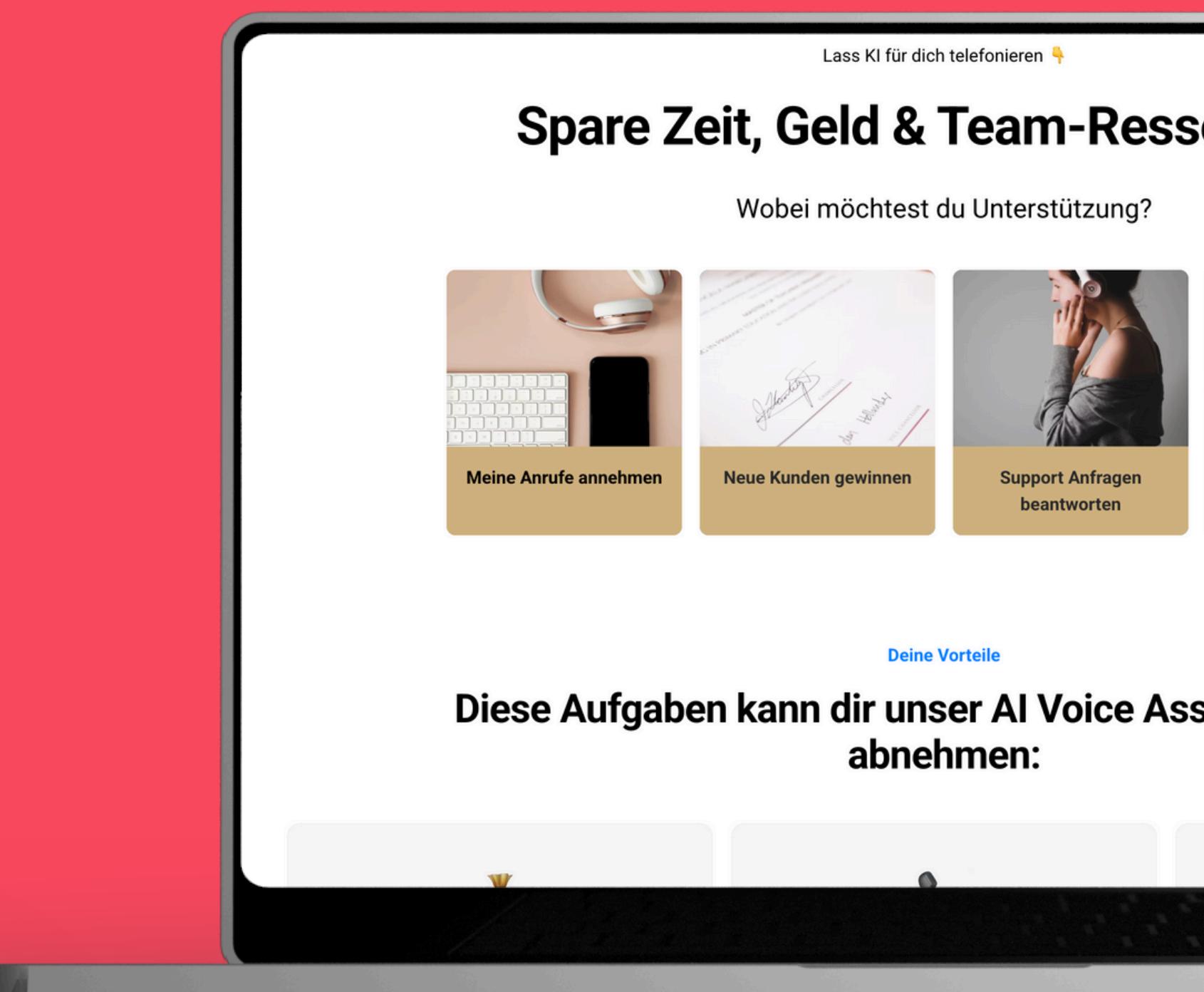
Website vs. Landingpage!



TALES MARKETING, DAS BARE ERGEBNISSE LIEFERT

BERATUNG BUCHEN

Services Über Uns Branchen Ressourcen Kontakt TERMIN BUCHEN →



Lass KI für dich telefonieren ☎

Spare Zeit, Geld & Team-Ress

Wobei möchtest du Unterstützung?

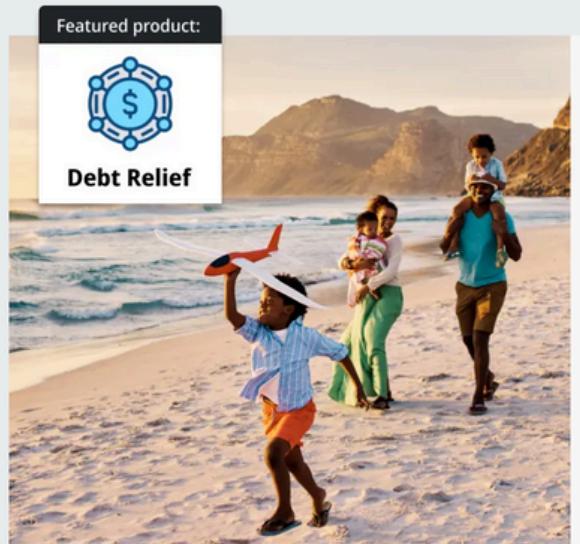
Meine Anrufe annehmen Neue Kunden gewinnen Support Anfragen beantworten

Deine Vorteile

Diese Aufgaben kann dir unser AI Voice Ass abnehmen:

Der Unterschied.....

Find smart money products so you
can move forward



Get rid of your debt faster with
debt relief

Choose your debt amount

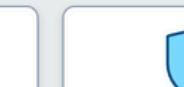
\$25,000

\$1,000 \$100,000

See if you qualify

Or speak to a debt consultant
844-731-0836

Check out other financial products that fit your needs



Verfolgt EIN ZIEL!
Qualifiziert
Bildet Vertrauen

Der Aufbau

1. Hero-Section (oben sichtbar ohne Scrollen)

- Klare, kurze Headline → Nutzen statt Feature („So gewinnen Sie in 7 Tagen 50 neue Interessenten“)
- Subheadline mit kurzer Erklärung
- Starker CTA (Button: „Jetzt anmelden“, „Gratis sichern“)
- Optional: ein Bild/Video, das den Nutzen emotional zeigt

2. Problem & Lösung

- Beschreibe kurz das Problem deiner Zielgruppe („Viele posten auf Social Media, aber es kommen keine Anfragen“)
- Liefere deine Lösung in einem Satz („Mit einem klaren Lead Funnel machst du aus Followern Kunden“)

The image shows a digital marketing landing page. At the top left, there is a small logo for 'QUOTENCHINESE'. The main title 'TEXT, TEXT, BABY!' is displayed in large, bold, white letters. Below the title, a subtitle reads 'Die erste Copywriting-Ausbildung, die süchtig macht.' A pink button at the bottom right says 'Ich will Texte schreiben können, die verkaufen'. In the background, there is a man with glasses and a cigarette in his mouth, holding a book. The book cover features a woman's face and the text 'TEXT, TEXT, BABY!'. The top right of the page has navigation links: 'KURSINHALT', 'KUNDENMEINUNG', and 'TEXT, TEXT, BABY!'.

Der Aufbau

3. Vorteile / Nutzen-Argumentation

- 3-5 Bulletpoints mit konkreten Vorteilen
- Fokus: Was hat der Nutzer davon? (z. B. Zeit sparen, mehr Umsatz, weniger Aufwand)

4. Trust-Elemente (Vertrauen schaffen)

- Kundenstimmen (Testimonial-Zitat mit Foto/Name)
- Logos von Partnern/Referenzen
- Zertifikate, Siegel, Auszeichnungen

5. Call to Action (erneut, prominent)

- Wiederholung der Handlungsaufforderung
- Button in einer auffälligen Farbe
- Kurze Erklärung, was danach passiert (z. B. „Jetzt anmelden - Sie erhalten sofort den Download per Mail“)

Lesen Sie DIE ZEIT im Wunschformat

DIE ZEIT klassisch
mit 37 % Ersparnis!
[zum Angebot](#)

DIE ZEIT digital
mit 37 % Ersparnis!
[zum Angebot](#)

jetzt im Angebot

Ihre Vorteile als ZEIT-Abonnent

- ✓ Wöchentlich frei Haus: Hintergründe und Details in ZEIT-Qualität
- ✓ Extra-Lesegenuss: ZEITmagazin, ZEIT Literatur, ZEIT Doctor und weitere Beilagen
- ✓ Exklusiver Zugang zum Veranstaltungsprogramm von Freunde der ZEIT
- ✓ Risikofrei, jederzeit kündbar

Der Aufbau

Details & Einwände abbauen

- FAQs: „Was passiert mit meinen Daten?“ / „Kostet mich das etwas?“
- Kurze Antworten, die Sicherheit geben

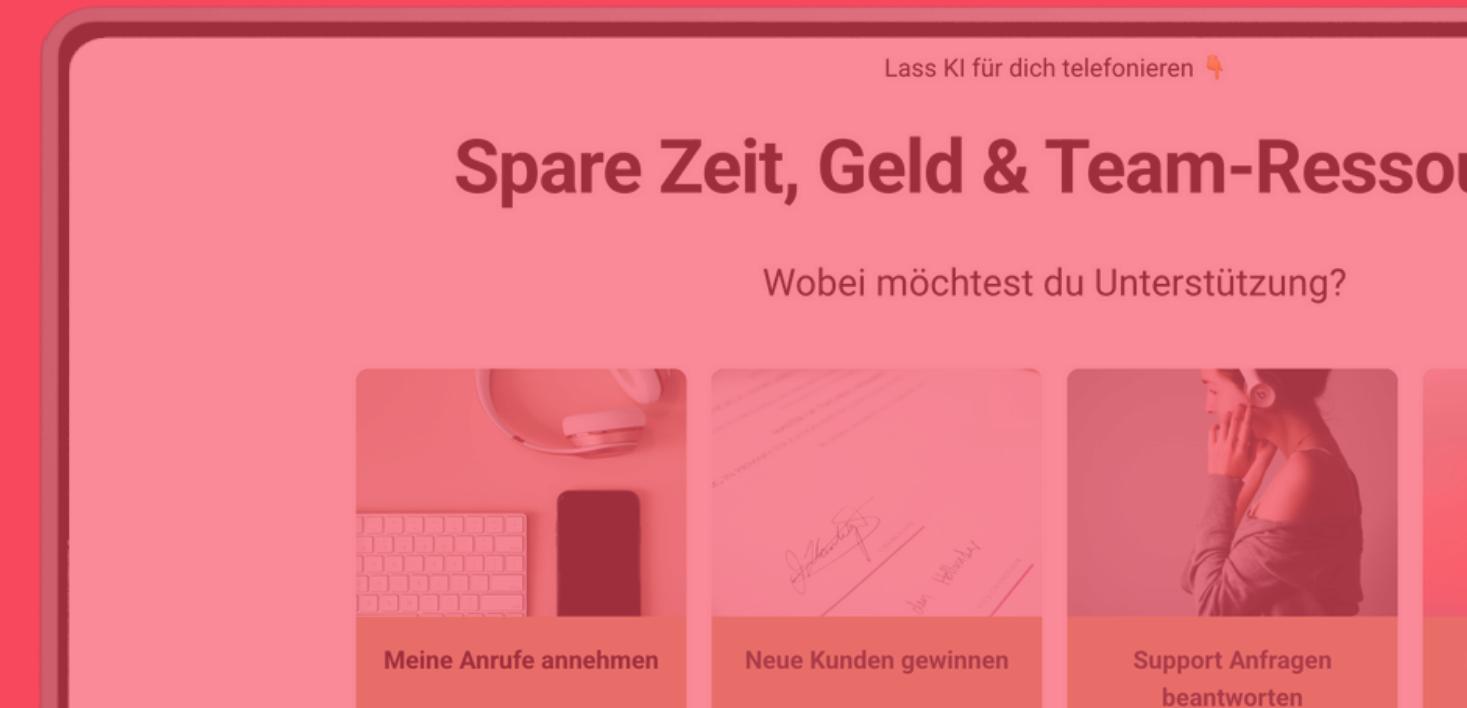
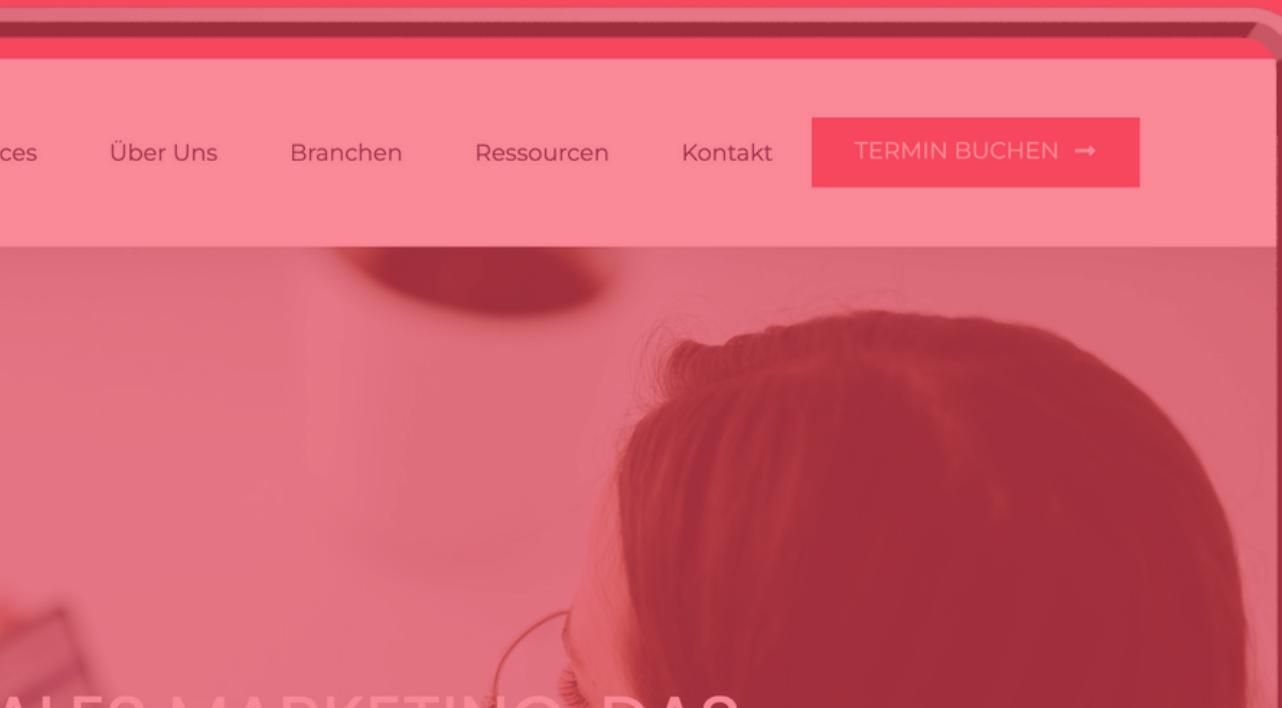
Abschluss mit finalem CTA

- Einfacher, klarer Satz:
- ➡ „Jetzt eintragen und sofort starten - unverbindlich & kostenlos.“
- Letzter Button

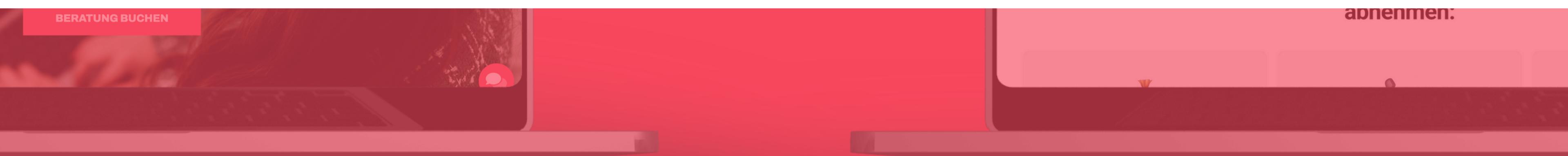
Wichtige Prinzipien:

- Ein Ziel pro Landingpage! (z. B. Newsletter-Anmeldung oder Webinar-Registrierung - niemals beides gemischt)
- So kurz wie möglich, so lang wie nötig.
- Mobile First: **Buttons groß genug, Text lesbar, keine Ablenkung.**

The screenshot shows a website for 'sayang gmbh' with a navigation bar for 'Was wir tun', 'Wer wir sind', 'News', and 'Jobs'. The main content is titled 'Fragen & Antworten – Alles, was sie noch wissen wollen'. It features a list of questions with expandable answers. The first question is: 'Wie kurzfristig kann ich buchen?'. The answer explains that bookings are possible within a few days before the fair begins, depending on available slots, and recommends booking early to secure a desired date. It notes that pre-fair content (e.g., social media posts or newsletters) may not be executable during bookings, and suggests finding a solution together. Other questions listed include: 'Wie schnell bekomme ich die fertigen Inhalte?', 'Wie läuft die Freigabe?', 'Welche Nutzungsrechte habe ich?', 'Sind Untertitel und Branding enthalten?', and 'Können Interviews oder Statements aufgenommen werden?'. The website has a dark header and a light body with a dark sidebar.



**Eine Landingpage ist wie ein Verkaufsgespräch auf einer Seite:
klar, überzeugend, ohne Ablenkung - und endet immer mit einem Ja-Klick**



Und wie baue
ich das jetzt?



Tool Tipps

Landingpages erstellen

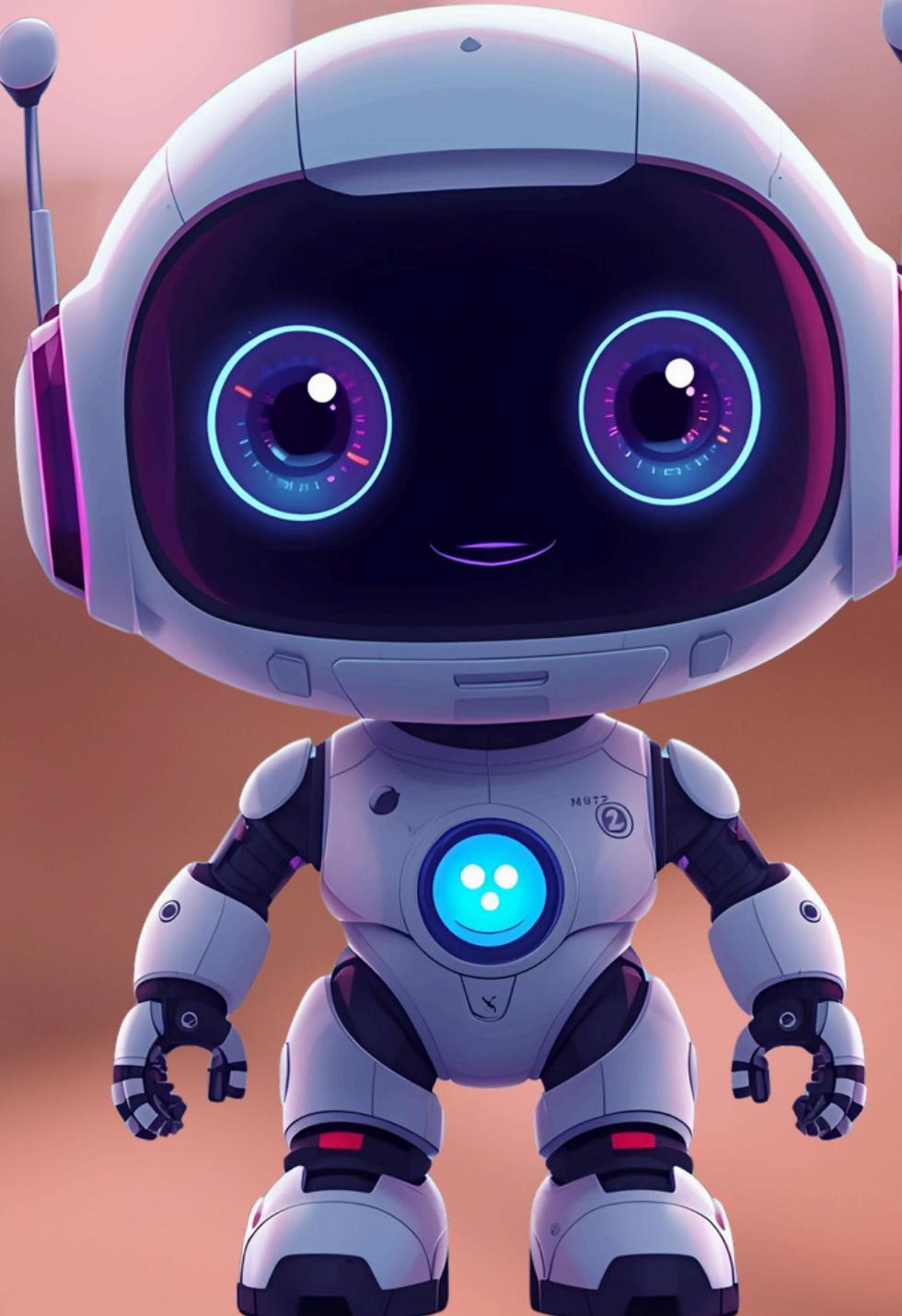
- Canva Websites → super einfach, visuell schön, kostenlos startbar
- Perspective Funnels → speziell für Funnels (Drag & Drop, deutsche Oberfläche)
- Mailchimp Landingpages → wenn man Newsletter + Landingpage kombinieren will
- WordPress oder anderes CRM das schon genutzt wird

Tipp: Am Anfang reicht eine einzige Landingpage mit einem klaren Ziel völlig aus.

E-Mail-Marketing & Automatisierung

- Mailchimp → für Newsletter und einfache Automationen
- Brevo (ehemals Sendinblue) → DSGVO-konform, Sitz in Europa
- ActiveCampaign → wenn man später komplexere Automationen braucht

Tipp: Double-Opt-In nutzen (rechtlich sicher + höhere Qualität der Leads).



Tool Tipps

Design & Content

- Canva → für Grafiken, Social Ads, Präsentationen
- Unsplash / Pexels → kostenlose Stockbilder
- ChatGPT 😊 → für Textideen, Übersetzungen, Werbeformulierungen

Tipp: Lieber wenige, klare Botschaften statt bunter Overload.

Analyse & Tracking

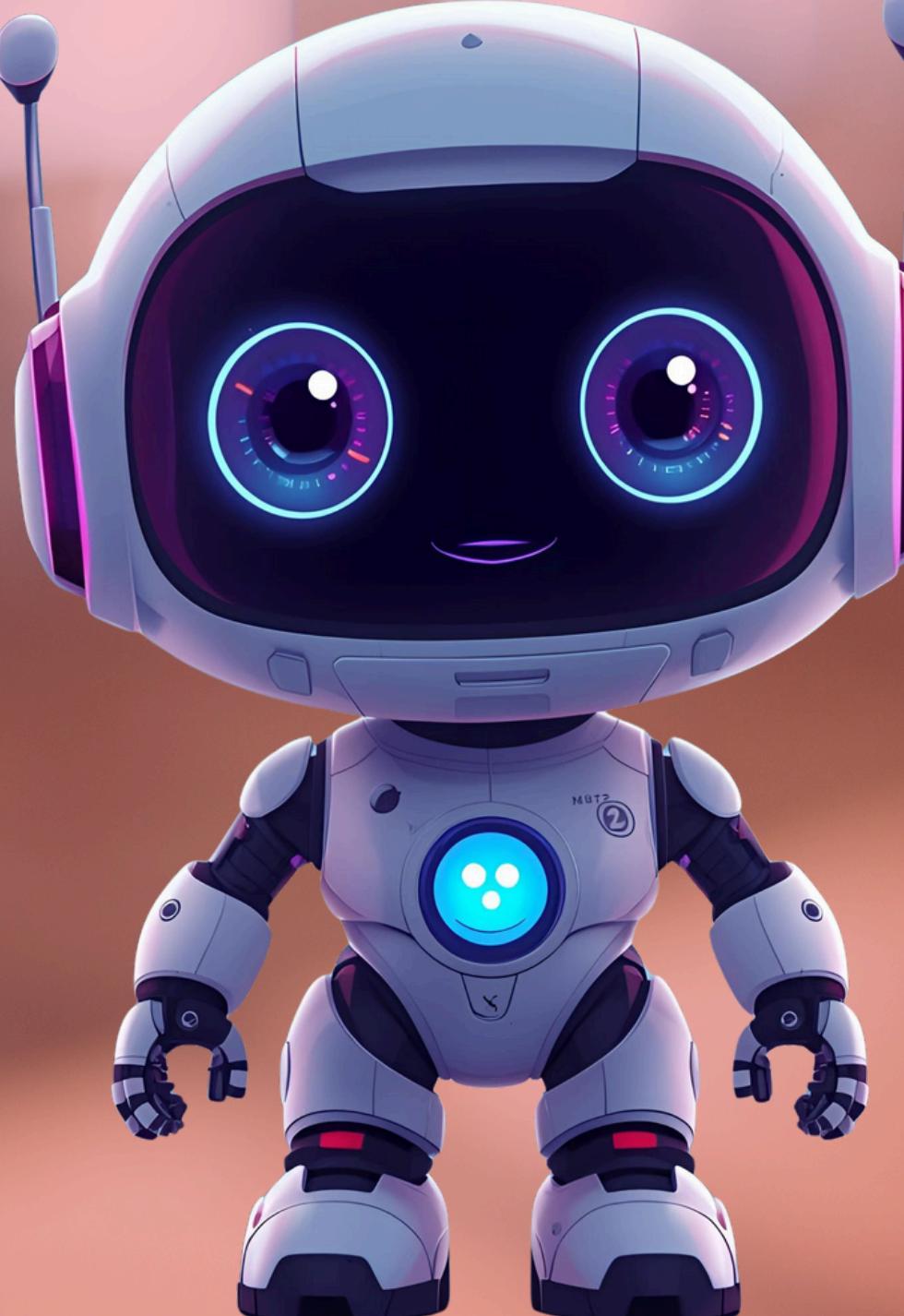
- Google Analytics 4 (GA4) → um zu sehen, wie Nutzer auf der Landingpage interagieren
- Meta Pixel / LinkedIn Insight Tag → für Retargeting und Anzeigen-Optimierung
- Hotjar → Heatmaps & Klickverhalten, sehr visuell

Tipp: Erst Grundtracking einrichten (Conversion-Ziele), nicht alles auf einmal.

Organisation & Planung

- Trello / Asana → für Content- und Funnelplanung
- Google Drive / Notion → zentrale Ablage & Struktur

Tipp: Am Anfang reicht oft ein einfacher Google Sheet Funnel-Plan (Welche Plattform? → Welches Angebot? → Welche Landingpage?).



QUICK WINS

Strategie

- Definiere dein Ziel (Was soll die Landingpage erreichen?)
- Wer ist deine Zielgruppe und was braucht diese wirklich?

Angebot

- Erstelle 1 klaren Lead-Magneten (z. B. PDF, Webinar, Free Call)
- Erstelle ein unwiderstehliches Angebot

Conversion & System

Baue eine einfache Landingpage mit nur einem Ziel!
Platziere einen klaren CTA (z. B. „Jetzt anmelden“)

Setze auf Automation.

Überlege dir echte Touchpoints und verbinde diese smart.

Teste & optimiere (Headline, Buttonfarbe, Länge des Formulars)





Fragen



In Kontakt bleiben!



E-Mail-Adresse

julia@digital-essence-marketing.de



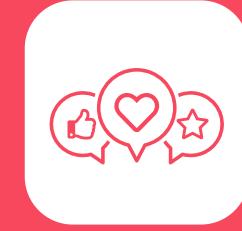
Mobil

[+49 151 52516958](tel:+4915152516958)



LinkedIn Profil

[Jetzt vernetzen!](#)



Social Media

[@digital_essence_marketing](#)