

LEAD FRAMEWORK READINESS CHECK

Wie gut ist dein Setup wirklich aufgestellt?

Bewerte dein Lead Gen Setup entlang des Frameworks und finde heraus, wie stabil deine Datenbasis ist – und wo aktuell Potenzial liegen bleibt.

Diese Checkliste zeigt dir, wo du aktuell stehst.

1. CLARITY

Weißt du, was ein guter Lead ist?

- Wir haben eine klare Definition eines qualifizierten Leads
- Marketing und Vertrieb nutzen dieselbe Definition
- Wir wissen, welche Leads tatsächlich zu Kunden werden
- Wir kennen die Merkmale von hochwertigen Leads
- Wir unterscheiden zwischen mehreren Lead-Stufen (nicht nur „Lead“)
- Wir wissen, welche Lead-Typen den höchsten Umsatz bringen
- Wir wissen, wie lange ein Lead bis zum Abschluss braucht

2. CAPTURE

Erfasst ihr die richtigen Daten?

- Wir wissen, über welche Kanäle unsere Leads kommen
- Kampagnen-Daten (Quelle, Medium, Kampagne) werden pro Lead gespeichert
- Unser Formular erfasst relevante Qualifizierungsinformationen
- Diese Daten landen vollständig im CRM
- Unsere Landingpage ist auf Conversion und Leadqualität optimiert
- Wir erfassen Klick-IDs (z. B. Google oder Meta)
- UTM-Parameter werden korrekt übergeben und gespeichert
- Es gehen keine Daten zwischen Landingpage und CRM verloren
- Wir nutzen ein Lead-Formular, das alle relevanten Daten technisch erfassen kann
- Unsere Formulare sind flexibel anpassbar (z. B. für Qualifizierungsfragen)

3. SYSTEM

Ist eure Infrastruktur bereit für datengetriebene Leadgenerierung?

- Wir nutzen ein CRM, das alle relevanten Lead-Daten sauber speichern kann
- Marketing und Vertrieb arbeiten im selben System / auf derselben Datenbasis
- Alle Informationen aus dem Lead-Prozess sind zentral im CRM verfügbar
- Lead-Status und Qualifizierungsstufen werden sauber gepflegt
- Unser CRM ist technisch in der Lage, Daten an Werbepattformen zu übermitteln
- Es gibt keine Datensilos zwischen Marketing, Sales und Tracking

4. SIGNAL

Gebt ihr die richtigen Signale zurück?

- Wir spielen CRM-Daten zurück an Google Ads oder Meta
- Wir nutzen mehrere Lead-Typen (nicht nur Formularabschlüsse)
- Wir unterscheiden zwischen automatisierten und Sales-basierten Signalen
- Wir definieren unterschiedliche Lead-Qualitätsstufen
- Unsere Conversion-Ziele basieren auf echten Business-Ergebnissen
- Unsere Daten werden regelmäßig aktualisiert (z. B. täglich)
- Wir gewichten unterschiedliche Lead-Typen unterschiedlich
- Wir kombinieren mehrere Signale für die Optimierung

5. SCALE

Könnt ihr eure Kampagnen wirklich skalieren?

- Wir können Budgets erhöhen, ohne dass die Leadqualität sinkt
- Broad Targeting funktioniert bei uns zuverlässig
- Performance Max Kampagnen liefern qualitativ gute Leads
- Video- oder Display-Kampagnen funktionieren bei uns
- Wir optimieren auf Lead-Wert statt nur auf Lead-Anzahl
- Wir kennen unseren Cost per Qualified Lead
- Wir können Kampagnen über mehrere Kanäle skalieren
- Unsere Kampagnen sind nicht auf wenige Keywords beschränkt

AUSWERTUNG

- ➔ 0-8 Punkte
Dein Setup optimiert aktuell auf die falschen Signale – ein Großteil deines Potenzials bleibt ungenutzt.
- ➔ 9-20 Punkte
Dein Setup hat eine solide Basis, lässt aber messbar Performance liegen.
- ➔ 21+ Punkte
Dein Setup ist gut aufgestellt und bereit für skalierbares Wachstum.

WICHTIGSTE ERKENNTNIS

Wenn du mehrere Punkte nicht abhaken konntest, liegt dein größter Hebel nicht in deinen Kampagnen – sondern in deinem Tracking, deiner Datenstruktur und deinen Signalen.

- ➔ Kampagnen optimieren dann nicht auf die besten Leads, sondern auf die am einfachsten messbaren.

NÄCHSTER SCHRITT

Du hast jetzt eine klare Einschätzung, wo dein Setup steht.

Wenn du wissen willst, welche konkreten Maßnahmen in deinem Fall den größten Impact haben, sichere dir einen kostenlosen Tracking Audit.

[Jetzt Tracking Audit buchen!](#)