

}essentials{

Ulrich Vossebein ·

Gabriele Hildmann · Stefan Wengler

# Lead-Management

Prozesse – Menschen – Daten



Springer Gabler

---

**essentials**

*Essentials* liefern aktuelles Wissen in konzentrierter Form. Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der gegenwärtigen Fachdiskussion oder in der Praxis ankommt. *Essentials* informieren schnell, unkompliziert und verständlich

- als Einführung in ein aktuelles Thema aus Ihrem Fachgebiet
- als Einstieg in ein für Sie noch unbekanntes Themenfeld
- als Einblick, um zum Thema mitreden zu können

Die Bücher in elektronischer und gedruckter Form bringen das Fachwissen von Springerautor\*innen kompakt zur Darstellung. Sie sind besonders für die Nutzung als eBook auf Tablet-PCs, eBook-Readern und Smartphones geeignet. *Essentials* sind Wissensbausteine aus den Wirtschafts-, Sozial- und Geisteswissenschaften, aus Technik und Naturwissenschaften sowie aus Medizin, Psychologie und Gesundheitsberufen. Von renommierten Autor\*innen aller Springer-Verlagsmarken.

---

Ulrich Vossebein · Gabriele Hildmann ·  
Stefan Wengler

# Lead-Management

Prozesse – Menschen – Daten

 Springer Gabler

Ulrich Vossebein  
Labor für Innovationsmanagement  
Technische Hochschule Mittelhessen  
Kronberg/Taunus, Deutschland

Gabriele Hildmann  
Kronberg/Taunus, Deutschland

Stefan Wengler  
Fakultät Wirtschaftswissenschaften  
Hochschule Hof  
Bayreuth, Deutschland

ISSN 2197-6708

ISSN 2197-6716 (electronic)

essentials

ISBN 978-3-658-44534-8

ISBN 978-3-658-44535-5 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-44535-5>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <https://portal.dnb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert an Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2024

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geographische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Barbara Roscher

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Das Papier dieses Produkts ist recycelbar.

---

## Was Sie in diesem *essential* finden können

- Grundlagen des Lead-Managements und die notwendige Erweiterung des Lead-Management-Prozesses zur Entschärfung der Schnittstelle Marketing – Vertrieb.
- Eine umfangreiche Darstellung der einzelnen Schritte im Lead-Management-Prozess sowie operative Hilfestellungen zur Effizienzerhöhung.
- Die Ableitung der hohen Bedeutung der digitalen Transformation sowie einen Einblick in die Möglichkeiten und Grenzen der Künstlichen Intelligenz im Lead-Management.
- Den Weg zur Exzellenz im Lead-Management durch die synchrone Weiterentwicklung der Basisdimensionen Prozesse, Menschen und Daten. Hinweise, wie sich sinnlose Investitionen im Lead-Management vermeiden lassen.
- Eine praxisorientierte Checkliste zur Einführung oder Verbesserung eines Lead-Management-Prozesses. Durch die strategischen und operativen Aspekte, können sowohl die Effektivität als auch die Effizienz im Lead-Management deutlich erhöht werden.

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	1
<b>2</b>	<b>Grundlagen Lead-Management</b>	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
<b>3</b>	<b>Rahmenbedingungen des Lead-Managements</b>	17
3.1	Die Bedeutung der Geschäftstypen	17
3.2	Weitere Rahmenbedingungen	18
<b>4</b>	<b>Der Lead-Management-Prozess</b>	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
<b>5</b>	<b>Künstliche Intelligenz (KI) im Lead-Management</b>	43
<b>6</b>	<b>Exzellenz im Lead-Management</b>	47
6.1	Prozesse	48
6.2	Menschen	50