

Digitalisierung mit Struktur: Der PDRN-Baukasten

protagx

Exported on 03/31/2025

Table of Contents

| | |
|--|-----------|
| 🦋 Der PDRN Leitfaden | 3 |
| PDRN steht für..... | 4 |
| Warum Automatisierung immer dein bester Freund ist..... | 5 |
| P – Problem / Pain Point..... | 6 |
| D – Design / Solution Architecture | 7 |
| R – Realisierung / Rollout | 9 |
| N – Nurture / Customer Success & Expansion | 11 |
| Anhang..... | 13 |
| So baust du echte Verkaufsmaschinen mit Landingpages & Sales-Mails! 🦋 ✉️ | 14 |
| Landingpages mit Lösungen aufladen 🌐 ⚡ | 15 |
| Beispiel-E-Mail – Der Mix aus Emotion & Zahlen 🎯 | 16 |
| Der Copy-Baukasten für Conversion-Optimierung – mit A/B-Testing-Plan 📄 ✨ | 17 |
| A/B-Testing-Strategie – So testest du wie ein Profi 🔍 📝 | 18 |
| ↻ Automatisierte Follow-up-Sequenz: Up-/Cross-Selling | 20 |
| 🔄 Zusätzliche Automatisierungsideen für Hubspot / Make / Brevo..... | 22 |
| 📊 Tabellarische Darstellung für dein Team | 25 |

Der PDRN Leitfaden

Du willst deine Geschäftsprozesse digitalisieren – aber nicht mit irgendwelchen Tools wild drauflosarbeiten? Dann brauchst du mehr als nur Software. Du brauchst ein **System**, das Struktur, Strategie und Skalierbarkeit verbindet.

Genau dafür haben wir den **PDRN-Leitfaden** entwickelt – ein pragmatisches, modulares Konzept, das dich durch alle Phasen der digitalen Transformation führt. Ob Sales, Marketing, Service oder Operations: Mit der PDRN-Methode erkennst du systematisch, **wo dein Hebel sitzt – und wie du ihn klug einsetzt.**

PDRN steht für:

P – Problem / Pain Point

- Welche Prozesse sind unklar, überholt oder manuell?
- Wo entstehen Reibungsverluste, Frust oder Zeitverschwendung?

D – Design / Solution Architecture

- Wie sieht die ideale Lösung aus?
- Welche Tools, Automationen und Datenflüsse brauchst du, um das Problem nachhaltig zu lösen?

R – Realisierung / Rollout

- Wie setzen wir das Ganze schnell, sauber und skalierbar um?
- Welche Ressourcen brauchst du – intern wie extern?

N – Nurture / Customer Success & Expansion

- Was passiert nach dem Go-Live?
- Wie entwickelst du deine Prozesse, dein Team und deine Kundenbindung weiter?



PDRN ist mehr als eine Methode – es ist dein **digitale Wegweiser**, mit dem du moderne Tools wie **Hubspot, Make, Brevo, Apollo oder PandaDoc** nicht nur nutzt, sondern **wirklich zum Arbeiten bringst**. Intelligente Prozesse statt Tool-Wildwuchs. Skalierung statt Systemchaos.

Warum Automatisierung immer dein bester Freund ist

Du bist Gründer:in oder Unternehmer:in und willst 2025 so richtig durchstarten? Willkommen im Club! 🤖
Aber mal ehrlich, hast du dir schon Gedanken gemacht, wie du deine Kundenpflege smart und effizient rockst – vom ersten Kontakt bis zum treuen Stammkunden?

Kundenpflege: Kein Buzzword, sondern Must-Have! 🧠

Klar, „Customer Nurturing“ klingt erstmal nach einem fancy Begriff aus irgendeinem Marketing-Handbuch. Aber hey, es geht hier um was ganz Einfaches: Deine Kund:innen langfristig glücklich machen – und das ohne, dass du ständig am Rad drehst.

Pre-Sales, Sales und After-Sales – diese drei Phasen sind deine Goldminen. Nur ist das Ding: Wenn du alles manuell machst, verstaubt die Hälfte davon, bevor du überhaupt einen Fuß auf den Markt gesetzt hast.

Automatisierung als Gamechanger ✨

2025 läuft anders. Und das bedeutet: Automatisierung ist dein bester Buddy!
Stell dir vor:

- **Pre-Sales:** Deine Leads werden automatisch erfasst, analysiert und mit personalisiertem Content gefüttert, der sie richtig heiß macht, bevor du überhaupt das erste Verkaufsgespräch führst. 🔥
- **Sales:** Automatisierte Tools nehmen dir lästige Admin-Aufgaben ab, während du dich aufs Closing konzentrieren kannst – also das, was wirklich zählt. 📁
- **After-Sales & Service:** Chatbots, smarte E-Mail-Sequenzen und personalisierte Follow-ups halten deine Kund:innen glücklich und loyal. Und das Beste: Alles läuft smooth im Hintergrund. 😊

Warum du jetzt einsteigen solltest 🚀

Die Konkurrenz schläft nicht. Und ja, wir haben 2025 – wenn du nicht automatisierst, hinkst du hinterher. Automatisierung ist nicht nur ein Tool, sie ist der Hebel, der deine Customer Journey auf das nächste Level katapultiert.

i Ready, dein Business mit smarterer Kundenpflege zu rocken? Dann ist JETZT die Zeit, dein Automatisierungs-Game auf's nächste Level zu bringen. Nurture your Customer – und watch your Business thrive! 🧠

P – Problem / Pain Point

Der Stolperstein vor dem Wachstum: Wenn das „Dranbleiben“ zur größten Hürde wird

Viele kleine und mittlere Unternehmen – vom Produkthersteller über Solar- und Windkraftanbieter bis hin zu Real Estate Services, Kanzleien und Gesundheitsdienstleistern – haben eines gemeinsam: **Sie gewinnen Aufmerksamkeit, führen erste Gespräche, schicken ein Angebot raus... und dann?** Nichts. Kein Follow-up. Kein Plan B. Kein zweites Angebot.

Der Grund? Kapazitäten. Und fehlende Struktur.

In der Praxis sieht das oft so aus:

- **Qualifizierte Leads zu identifizieren ist mühsam** – und passiert häufig manuell.
- Nach einem ersten Gespräch **verläuft vieles im Sande**, weil Folgeprozesse nicht automatisiert oder klar geregelt sind.
- Die Angebotsphase endet **oft nach einem Versuch** – obwohl Kund:innen häufig mehrere Impulse, Varianten oder einfach Zeit brauchen.
- **Vermeintlich verlorene Leads** landen im Nirwana – ohne Reaktivierung, ohne smarte Nachverfolgung.

Noch gravierender: **Der gesamte Prozess vom Erstkontakt über Beratung, Angebotsphase, Terminkoordination bis zum Vertragsabschluss läuft häufig unstrukturiert ab.** Wichtige Informationen liegen in Mails, Excel-Listen oder gar nur im Kopf einzelner Teammitglieder.

Das Resultat? Verpasste Chancen, verlorene Kunden, stagnierendes Wachstum.

D – Design / Solution Architecture

Standardisiert, aber nicht starr – der smarte Baukasten für digitale Customer Journeys

Was alle erfolgreichen Digitalisierungsprojekte gemeinsam haben? **Sie folgen einer klaren Struktur.** In deiner Zielgruppe – vom mittelständischen Hersteller über Real Estate bis zur Kanzlei – mag jedes Business anders aussehen, **aber die Erfolgsarchitektur ist erstaunlich ähnlich:**

- Erstkontakt → Beratung → Informationsmaterial → Angebot → Follow-up → Abschluss → Betreuung

Und genau dieses Muster ist die Basis für eine **standardisierte Lösung mit modularen Elementen.** Nicht kompliziert. Sondern **klar, wiederholbar und sofort einsatzbereit.**

Wer ist involviert?

Die Konzeption ist Chefsache – im wahrsten Sinne:

- Geschäftsführung & Management-Level
- Vertriebsleitung / Head of Sales
- Inhouse-/Projektteams, die für Prozesse & Tools verantwortlich sind

Gemeinsam gestalten sie die Grundlage für langfristiges, systemisches Wachstum – nicht durch Einzelaktionen, sondern durch eine **automatisierte, skalierbare Architektur.**

Die Tool-Kombinationen: Dein intelligenter Tech-Stack

1. Hubspot CRM:

-  Zentrale Steuerung von Kontakten, Deal-Stages, Pipelines, Tasks & Workflows
-  Standardprozesse: Lead-Qualifizierung, Angebots-Follow-ups, Statusabhängige Automationen

2. Make:

-  Die Brücke zwischen Systemen – für nahtlose Datenflüsse & smarte Workflows
-  Use Cases: Trigger aus Hubspot für Brevo, PDF-Erstellung aus Formularen, Segment-Updates

3. PandaDoc:

-  Automatisierte Dokumente & E-Signatur für Verträge, Kataloge & technische Infos
-  Perfekt für standardisierte, aber personalisierte Angebote und Vertragsprozesse

4. Brevo (ehemals Sendinblue):

-  GDPR-konformes E-Mail-Marketing & smarte Sequenzen
-  Einsatz: Follow-up-Kampagnen, personalisierte Strecken, sprachsensitive Segmentierung

5. Apollo:

🔗 Outreach & Lead-Scoring direkt am Start der Reise

🎯 Nutzung für: Zielgerichtete Lead-Generierung, Qualifizierung & automatisierte Ansprache

📐 Wie das Design aussieht:

- **Standardpakete mit 80 % Wiederverwendbarkeit**
- **20 % Anpassung** je nach Branche, Sprache, Kommunikationsstil
- Visuelle Workflows, einfache Journeys, klare Trigger

i Diese Systematik ermöglicht es, Prozesse **einmal klug zu bauen – und dann beliebig oft zu wiederholen**. Mit klarer Übergabe, messbarer Qualität und automatisierten Nachfass-Mechanismen.

R – Realisierung / Rollout

Vom Konzept zur Umsetzung: Strukturierter Aufbau statt Tool-Feuerwerk

Der Moment, in dem's ernst wird: Die Architektur steht, die Tools sind ausgewählt – jetzt muss es sauber, zielgerichtet und skalierbar umgesetzt werden. Doch genau hier verlieren viele Projekte an Tempo oder Qualität.

Mit dem PDRN-Ansatz **verhindern wir dieses typische Rollout-Chaos**, indem wir mit einer klaren Methodik und festem Framework arbeiten – immer mit Fokus auf das, was wirklich zählt: **ein System, das funktioniert und mitwächst**.

Typische Schritte im Rollout: Dein zuverlässiges Framework

- 1. Analyse des Status Quo**
Was läuft bereits, wo hakt's, welche Tools sind vorhanden?
 - 2. Kostenanalyse & Lizenzstrategie**
Welche Tools & Features sind nötig, wo kann man sparen, welche Free- & Pro-Pläne kombinieren sich clever?
 - 3. Tooling-Entscheidungen & Infrastruktur-Check**
Auswahl & Verknüpfung der Plattformen: Hubspot, Make, Brevo, Apollo, PandaDoc
 - 4. Custom Properties & Datenmodellierung**
Definition aller relevanten Felder, Typen, Berechnungen, Segmentierungslogiken
 - 5. Integration & Sonderfälle**
 - Kalkulierte Felder
 - Webhooks & Make-Scripting
 - API-Verbindungen & Systemabhängigkeiten
 - 6. Work Breakdown Structure & Milestones**
Sobald das Setup steht: Umsetzung in klaren Arbeitspaketen & Meilensteinen
-

Projektmanagement: Agil starten, strukturiert liefern

- **Start:** Agile Konzeptionsphasen – flexibel, explorativ, iterativ
 - **Ab Umsetzung:** Milestone-orientiert – mit klaren Zuständigkeiten, Fristen & Ergebnissen
 - **Kommunikation:** Transparent & eng mit den verantwortlichen Entscheider:innen auf Kundenseite
-

! Go-Live – das große Aber



Wichtig: Datenmigrationen aus alten Systemen (Excel, Insellösungen, veraltete CRMs etc.) sind *nicht* Teil des Standard-Scopes. Diese werden gesondert betrachtet und nur mit eigenem Pflichtenheft, Ressourcen & Timeline umgesetzt.

☞ **Warum?** Weil hier oft versteckte Komplexität, unsaubere Datenstrukturen und nicht dokumentierte Abhängigkeiten lauern.



Mit dem R in PDRN bringst du Ordnung in die digitale Umsetzung.

Kein „Wir schauen mal“, sondern ein **klar definierter, effizienter Fahrplan mit Raum für Sonderfälle – aber ohne Überraschungen.**

N – Nurture / Customer Success & Expansion

Nach dem Projekt ist vor dem Wachstum: Nurture ist kein Nice-to-have, sondern der nächste Schritt

Viele Digitalisierungsprojekte enden mit dem Go-Live. Aber genau da beginnt bei dir der Unterschied: **Du lässt deine Kund:innen nicht allein – du führst sie zum echten Erfolg mit dem neuen System.**

Denn ein Tool ist nur so gut wie seine Nutzung. Deshalb beginnt Nurture bei dir nicht mit einer Feedback-Mail, sondern mit echter **Schützenhilfe für die Anwendung im Alltag.**

So sieht dein Nurturing aus: Aktiv begleiten statt reaktiv warten

- **Templates & Best Practices**
Sofort einsatzbereit – für E-Mails, Workflows, Segmentierung & Content-Strecken
 - **Strukturierte Datenmodelle & bewährte Listenlogiken**
Damit kein Team bei null anfängt – sondern gleich mit dem optimalen Setup arbeitet
 - **Self-Service & Support**
 - Kundenportal mit Ressourcen, Erklärvideos & Schritt-für-Schritt-Anleitungen
 - FAQ-Bereich zu gängigen Anwendungsfragen
 - Zugriff auf Knowledge Base und Beispieldaten
-

Cross- & Upselling als logischer nächster Schritt

Du bleibst nicht stehen – und deine Kund:innen auch nicht. Mit jedem erfolgreichen Rollout wächst das Potenzial für mehr:

CMS & Web-Prozesse

- Migration zu Hubspot CMS
- SEO-, SEA- & SEM-Support
- Smarte Landingpages & Content-Strecken

System-Integrationen

- Anbindung von ERP-, eCommerce- und Finanzsystemen
 - Erweiterung von Reporting- & Automatisierungslogik
 - Realtime-Connectoren via Make
-

Kontinuierliche Impulse & Kundenbindung

- **Monatlicher Newsletter** mit Tipps, neuen Features & Erfolgsgeschichten
- **Webinare & Mini-Coachings**, z. B. „So nutzt du Brevo smarter“, „3 Hacks für Make-Automations“, „Lead-Scoring in Hubspot – was wirklich zählt“
- **Events & Beta-Einladungen** für treue Kunden



Mit diesem letzten Schritt verwandelst du deine Digitalisierungsprojekte in echte Erfolgsreisen.
Nurturing ist kein Service Add-on – es ist Teil deines Versprechens.

Anhang

So baust du echte Verkaufsmaschinen mit Landingpages & Sales-Mails! 🚀 ✉️

Jeder erzählt dir, dass du Lösungen verkaufen sollst, nicht Features. Klingt cool, aber wie setzt man das in der Praxis um? Heute zeige ich dir Schritt für Schritt, wie du diesen Switch ganz easy auf deinen Landingpages und in deinen Sales-Mails hinkriegst. Und klar, ein paar Varianten zum Testen gibt's auch. Let's go! 🔥

Deine Feature-Benefit-Matrix erstellen (Basics, Baby!) 📊 ✍️

Bevor du überhaupt an deine Landingpage oder E-Mails denkst, musst du deine Features zu echten Lösungen umschreiben. Nimm dir deine coolsten Features vor und beantworte die Frage: **„Was bringt's mir?“** (aus der Sicht deiner Zielgruppe!)

Beispiel: Automatisierte Kundenpflege

| Feature | Benefit (Lösung) |
|----------------------------------|--|
| Automatisierte Kundenpflege | Spart dir wertvolle Zeit & sorgt für lückenlose Betreuung. |
| Lückenlose Customer Journey | Jeder Lead wird optimal betreut – ohne, dass du ständig nachhaken musst. |
| Cross- & Up-Sell Automatisierung | Mehr Umsatz generieren, ohne zusätzlichen Aufwand. |

Speichere diese Tabelle ab – du wirst sie gleich brauchen! 📄 🔄

Landingpages mit Lösungen aufladen

Landingpages sind deine Schaufenster im Netz. Wenn da nur dröge Feature-Auflistungen stehen, scrollen die Leute schneller weg, als du „Conversion“ sagen kannst. So bringst du echten Nutzen ins Spiel:

Headline & Subheadline: KISS – Keep It Simple & Solution-Focused

Beispiel:

Headline: „Verwandle Leads in Kunden – Automatisch und mühelos.“

Subheadline: „Automatisierte Kundenpflege, die deinen Umsatz steigert, ohne dass du mehr Arbeit reinstecken musst.“

Der Copy-Part: Storytelling & Konkrete Zahlen kombinieren

Hier kommt die Magie: Statt Features aufzulisten, zeigst du, was dein Produkt *wirklich* bringt.

Beispiel-Text:

„Du bist es leid, ständig Leads hinterherzurennen und nichts bleibt wirklich hängen? Mit unserer automatisierten Kundenpflege gehört das der Vergangenheit an. Vom Erstkontakt bis zum Abschluss – jeder Kunde wird perfekt betreut, ohne dass du ständig nachfassen musst. Das Ergebnis? **Bis zu 30 % mehr Umsatz** durch gezielte Cross- & Up-Sales. Deine Aufgabe? Zurücklehnen und die Einnahmen checken.“ 

CTA (Call-to-Action): Lösung statt Produkt pushen

Der CTA sollte nicht nur „Mehr erfahren“ oder „Jetzt kaufen“ sein. Verkaufe die Lösung!

Beispiel:

„Starte jetzt und lass deine Kundenpflege für dich arbeiten!“
„Hol dir mehr Umsatz bei weniger Aufwand – Jetzt loslegen!“

Sales-Mails: Wie du die gleiche Strategie hier anwendest

E-Mails sind mega powerful, wenn du sie richtig machst. Auch hier gilt: Lösungen, Lösungen, Lösungen!

E-Mail-Betreff-Ideen:

- „Wie du 10+ Stunden pro Woche sparst – automatisch!“
 - „Bye-bye manuelles Follow-Up – So holst du mehr raus.“
 - „Warum du mit unserer Kundenpflege bis zu 30 % mehr Umsatz machst.“
-

Beispiel-E-Mail – Der Mix aus Emotion & Zahlen

Betreff: Bye-bye manuelles Follow-Up – So holst du mehr raus.

Hi [Name],

Du weißt, wie stressig es sein kann, jeden Lead manuell zu betreuen. Ständig hinterher sein, niemanden verlieren und dabei noch Zeit für kreative Projekte haben? Schwer. 🤔

Aber was, wenn dein System all das automatisch regelt?

Jeder Lead wird optimal betreut, perfekte Follow-Ups gehen zur richtigen Zeit raus, und Cross-Sells werden platziert, ohne dass du überhaupt daran denken musst.

Mit unserer automatisierten Kundenpflege sparst du im Schnitt **15 Stunden pro Woche**. Und dank unserer gezielten Up-Sell-Automatisierung kannst du deinen Umsatz um **bis zu 30 % steigern** – ohne mehr Arbeit.

Neugierig? Dann klick hier und sieh dir an, wie das funktioniert! **[Jetzt ausprobieren!]** 

Cheers,

[Dein Name]

Testen, testen, testen!

Hier ein paar Ideen, was du testen kannst:

| Test-Variante | Was du veränderst |
|----------------------------------|---|
| Headline-Test | Unterschiedliche Lösungspromises: „Mehr Zeit“ vs. „Mehr Umsatz“ |
| Zahlen-Test | Genauigkeit erhöhen: „30 % mehr Umsatz“ vs. „12 Stunden pro Woche sparen“ |
| Storytelling vs. Direktansprache | Emotionale Geschichten vs. pure Zahlen & Fakten |
| CTA-Test | „Jetzt starten!“ vs. „Hol dir deine Umsatzsteigerung!“ |

Fazit & Call-to-Action:

Wenn du deine Features in echte Lösungen verwandelst, baust du eine Message, die *knallt*. ✨ Sei mutig, sei klar und zeig deinen Leuten, was sie wirklich kriegen – und nicht nur, was dein Tool kann.

Bist du bereit, deinen Verkaufsprozess auf ein neues Level zu heben? Dann fang an, deine Feature-Benefit-Matrix zu erstellen und teste los! 🔥

Der Copy-Baukasten für Conversion-Optimierung – mit A/B-Testing-Plan

Headlines (Varianten zum Testen):

- **Lösung & Ergebnis fokussiert:**
 - „Verwandle Leads in Kunden – Automatisch und mühelos.“
 - „So sparst du 15 Stunden pro Woche & steigert deinen Umsatz um 30 %.“
 - „Sag Bye-bye zum Follow-Up-Chaos – Starte deinen Verkaufs-Autopiloten!“
 - **Emotional & Storytelling-lastig:**
 - „Stressfrei mehr Umsatz – während du deinen Kaffee genießt.“ 
 - „Was, wenn Kundenpflege plötzlich von alleine läuft?“
 - „Nie wieder wertvolle Leads verlieren – mit nur einem Klick.“
-

Subheadlines (Lösungen klar formulieren):

- „Automatisierte Kundenpflege, die deinen Umsatz steigert, ohne mehr Arbeit.“
 - „Hol dir bis zu 30 % mehr Umsatz – mit smarter Automatisierung.“
 - „Konzentriere dich auf das, was zählt – den Rest erledigen wir.“
 - „Lückenlose Betreuung. Mehr Umsatz. Weniger Stress.“
-

Call-to-Action (CTAs) – Lösungen statt Aufforderungen:

- **Emotion & Neugier:**
 - „Jetzt starten und Zeit zurückgewinnen!“
 - „Zeig mir, wie ich mehr Umsatz raushole!“
 - „Ich will mehr Leads in Kunden verwandeln!“
 - **Rational & Klar:**
 - „Jetzt Demo sichern & mehr Umsatz generieren.“
 - „Hol dir deine automatisierte Kundenpflege.“
 - „Mehr Umsatz, weniger Aufwand – Hier starten.“
-

E-Mail-Betreffzeilen (Um unterschiedliche Ansätze zu testen):

- „Wie du 15 Stunden pro Woche zurückbekommst – automatisch.“
 - „Lass deine Kundenpflege für dich arbeiten.“
 - „Warum du immer noch Leads verlierst (und wie du das änderst).“
 - „Der einfachste Weg zu mehr Umsatz – ohne mehr Arbeit.“
-

A/B-Testing-Strategie – So testest du wie ein Profi

Jetzt, wo wir das Copy-Baukasten-Material haben, lass uns eine strukturierte Testing-Strategie erstellen:

Schritt 1: Ziel definieren & Messmethoden festlegen

Was willst du herausfinden? Zum Beispiel:

- Welche Headline sorgt für höhere Conversion-Raten auf deiner Landingpage?
 - Welche CTA-Variante bringt mehr Klicks?
 - Welche E-Mail-Betreffzeile sorgt für bessere Öffnungsraten?
-

Schritt 2: Variante A & B erstellen

Wähle immer nur **einen Aspekt zur Zeit** aus, den du testest, damit die Ergebnisse klar messbar sind.

| Testart | Variante A (Kontrollgruppe) | Variante B (Testgruppe) |
|----------------|--|--|
| Headline | „Verwandle Leads in Kunden – Automatisch und mühelos.“ | „So sparst du 15 Stunden pro Woche & steigertest deinen Umsatz um 30 %.“ |
| CTA | „Jetzt Demo sichern & mehr Umsatz generieren.“ | „Zeig mir, wie ich mehr Umsatz raushole!“ |
| E-Mail-Betreff | „Lass deine Kundenpflege für dich arbeiten.“ | „Warum du immer noch Leads verlierst (und wie du das änderst).“ |

Schritt 3: Testlauf starten & Daten sammeln

- Teile deinen Traffic gleichmäßig auf beide Varianten auf.
 - Nutze Tools wie Google Optimize, Optimizely oder A/B-Test-Features in deinem E-Mail-Marketing-Tool.
 - Lass den Test lange genug laufen, um **statistisch relevante Daten** zu sammeln (mindestens 1.000 Besucher oder 500 E-Mail-Öffnungen pro Variante sind ideal).
-

Schritt 4: Ergebnisse analysieren & Gewinner festlegen

- Welche Variante performt besser? Schau dir *Klickrate (CTR)*, *Conversion-Rate* und *Absprungrate* an.
 - Gewinne analysieren und klare Schlüsse ziehen.
-

✈ Schritt 5: Optimieren & wiederholen 🔄

- Den Gewinner beibehalten und mit der nächsten Komponente weitermachen.
 - Beispielsweise zuerst die Headline testen, dann den CTA, dann den Haupttext usw.
-

Fazit & Nächste Schritte 🚀

Mit diesem Copy-Baukasten und der A/B-Testing-Strategie bist du jetzt perfekt ausgestattet, um deine Landingpages und Sales-Mails zu optimieren. Der Schlüssel zum Erfolg? **Nicht aufhören zu testen!**

- ✓ Möchtest du, dass ich jetzt ein komplettes Beispiel-Template für eine **perfekt optimierte Landingpage** und eine **knackige Sales-Mail-Sequenz** schreibe, die deinen Lesern direkt zeigen, wie das Ganze in Action aussieht? 🎯 🔄 Hier kommen **automatisierte Follow-up-Texte** für deine **Up-Selling- und Cross-Selling-Sequenzen** – ready to plug into **Hubspot, Make oder Brevo**. Ich hab sie so gebaut, dass sie locker, persönlich und zugleich konvertierend sind.
-

↪ Automatisierte Follow-up-Sequenz: Up-/Cross-Selling

E-Mail 1 – "Was wäre, wenn da noch mehr ginge?" (5 Tage nach Projektabschluss)

Betreff: Schon mal über das *Next Level* nachgedacht? 🐦

Hallo [Name],

dein Projekt ist abgeschlossen – aber was, wenn da noch mehr drin ist? 🤖

Viele unserer Kund:innen nutzen nach der ersten Umsetzung zusätzliche Integrationen, um ihre Prozesse **noch smarter** zu machen:

- Automatisierte Upsell-Flows in **Hubspot**
- Smarte Follow-ups und Trigger über **Make**
- Zielgerichtete Kundenansprache mit **Brevo**

Lass uns doch mal gemeinsam schauen, was davon zu dir passt:

↪ **[Termin buchen]**

Mehr Effizienz. Mehr Umsatz. Mehr Wow. 😄

Bis bald!

[Dein Name]

E-Mail 2 – "Use Case Inspiration" (nach 10 Tagen)

Betreff: Schau mal, was andere aus ihrem Setup rausholen ^^

Hallo [Name],

wusstest du, dass viele unserer Kund:innen nach dem ersten Projekt ihr Setup erweitern – und damit richtig durchstarten? 🌟

Hier ein kleiner Einblick:

📈 **Hubspot:** Intelligente Lead-Scoring-Systeme → besserer Sales-Fokus

🔄 **Make:** Automatisierte Aufgabenübergaben → weniger Admin, mehr Flow

📧 **Brevo:** Personalisierte Mail-Strecken → mehr Reaktion, weniger Aufwand

Willst du auch so ein Setup? Dann lass uns darüber sprechen!

↪ **[Termin buchen]**

Herzliche Grüße

[Dein Name]

E-Mail 3 – "Letzter Reminder" (nach 15 Tagen)

Betreff: Ready für das nächste Kapitel? 🐦

Hallo [Name],

du hast schon viel erreicht – aber dein Setup kann noch mehr. 🐦

Wenn du jetzt nochmal nachlegst, wird's richtig spannend.

Ob Up-Selling, Cross-Selling oder einfach nur smarter arbeiten – wir helfen dir, das Maximum rauszuholen.

Let's talk:

 **[Letzter Call-to-Action-Link]**

Und wenn du jetzt (noch) nicht ready bist – no worries. Wir sind hier, wenn du soweit bist. 

Beste Grüße

[Dein Name]

Zusätzliche Automatisierungsideen für Hubspot / Make / Brevo

Trigger-Beispiele:

- **Abgeschlossene Deals** → Tag „Ready for Upsell“ setzen
- **E-Mail-Öffnungen tracken** → Score erhöhen, Reminder auslösen
- **Klick auf Link in Mail** → automatische Task für Sales-Team erstellen
- **Lead in Make** → Webhook an CRM/Slack für sofortige Info

Intelligente Personalisierung:

- [Vorname] + Branchen-Use-Case kombinieren
- KI-generierte Empfehlungen basierend auf bisherigen Services
- Smart Content in Brevo: Dynamisch angezeigte Tipps je nach Deal Stage

Deine Anleitung für Mailing-Listen, Sequenzen und sinnvolle Versandabstände

...perfekt für ein skalierbares Kunden-Nurturing, Up-/Cross-Selling und smarte Kommunikation.  

Welche Mailing-Listen du brauchst (Segmentierung)

Damit deine E-Mails relevant bleiben, brauchst du gezielte Listen. Hier sind die wichtigsten:

A) Neukontakte / Erstkontakt (Lead Nurturing)

Ziel: Vertrauen aufbauen, Interesse wecken, zum ersten Termin führen.
Inhalte: Vorstellung, Mehrwert, Kundenstimmen, Einladung zum Gespräch.

B) Bestehende Kund:innen (Onboarding & Delivery)

Ziel: Reibungsloser Start, Transparenz, Vertrauen.
Inhalte: Projektstatus, Tipps zur Zusammenarbeit, Ansprechpartner.

C) Post-Delivery / Abgeschlossen, aber offen für mehr

Ziel: Upselling, Cross-Selling, Kundenzufriedenheit.
Inhalte: Inspiration, Erweiterungsmöglichkeiten, Case Studies.

D) „Cold but Gold“ (Closed Lost / Stillstand)

Ziel: Wieder aktivieren.

Inhalte: Neuer Service, Erfolgsgeschichte, Einladung zu Event/Webinar.

E) VIPs / High-Potentials

Ziel: Enge Beziehung, Upgrades, Beta-Angebote.

Inhalte: Early-Access, Insights, Einladung zu Tests oder Workshops.

Sequenzen & empfohlene Abstände

A) Lead Nurturing (Neukontakte)

Ziel: Vom Interessierten zum Termin → Vertrauen aufbauen

Empfohlene Sequenz (Start nach Erstkontakt):

1. Tag 1 – Begrüßung & Einführung (PDRN verlinken)
 2. Tag 3 – Persönliche Story oder Use Case
 3. Tag 7 – CTA zum Termin buchen
 4. Tag 12 – Reminder + Social Proof (Kundenzitat/Erfolg)
 5. Tag 21 – Letzter Reminder / Cold-Lead-Markierung
-

B) Post-Delivery: Upsell-Phase

Ziel: Möglichkeiten aufzeigen & weiterentwickeln

Empfohlene Sequenz (Start: 5 Tage nach Projektabschluss):

1. Tag 5 – "Was wäre, wenn da noch mehr ginge?"
 2. Tag 10 – Use Case anderer Kunden
 3. Tag 15 – Letzter Reminder
 4. Tag 30 – Einladung zu einem Experten-Call oder Webinar
-

C) Reaktivierung (Closed Lost oder Cold Leads)

Ziel: Interesse neu entfachen

Empfohlene Sequenz (Start: 30 Tage nach Stillstand):

1. Tag 30 – "Du, wir hätten da was Neues..."
2. Tag 37 – Case Study oder neues Feature

3. Tag 45 – Einladung zu Event oder 1:1 Gespräch
 4. Tag 60 – Letzter Touch, dann Segmentierung als passiv
-

D) Kontinuierliches Kunden-Nurturing (Bestandskunden)

Ziel: Beziehung pflegen, neue Angebote platzieren

Empfohlene Frequenz:

- 1x im Monat: **Smart Insights-Newsletter**
 - Quartalsweise: **Feature Update oder Einladung zur Innovation Session**
 - Bei Bedarf: **Anlassbezogene Mails (z. B. neue Tools, Partnerangebote)**
-

Pro-Tipp zur Automation

Nutze Tools wie **Brevo, Hubspot oder Make**, um deine Sequenzen abhängig von Nutzerverhalten (z. B. Klicks, Öffnungen, Inaktivität) automatisch anzupassen. So bleibt alles relevant und performant – und du sparst richtig Zeit. 🔄

Mega – hier kommt deine **visuelle Journey + tabellarische Darstellung**, perfekt für dich und dein Team!
🎯 Du kannst das so 1:1 ins Projekt-Tool (z. B. Notion, Miro, Asana, Trello oder Hubspot) übernehmen – oder als Übersicht für alle, die den Überblick behalten müssen.

III Tabellarische Darstellung für dein Team

| Phase | Ziel | Inhalte | Versandzeitpunkt | Tool-Aktion |
|-----------------------|-------------------------------------|--|-----------------------------|-------------------------------------|
| Lead Nurturing | Interesse vertiefen, Termin sichern | Begrüßung, Use Case, CTA, Reminder | Tag 1, 3, 7, 12, 21 | E-Mail-Automation (Brevo / Hubspot) |
| Projektstart | Onboarding, Vertrauen aufbauen | Welcome-Mail, Ansprechpartner, Startplan | Nach Vertragsannahme | Welcome-Flow |
| Post-Delivery | Up-/Cross-Selling | Inspiration, Case Studies, Angebote | Tag 5, 10, 15, 30 | Automatisierte Sequenz |
| Cold Lead | Reaktivieren | Neue Inhalte, Einladungen, Case Studies | Tag 30, 37, 45, 60 | Segment „Reaktivierung“ starten |
| Bestandskunden | Beziehung halten & wachsen lassen | Insights, Events, Feature News | Monatlich / Quartalsweise | Newsletter-Abo + Segment-Tag |
| VIP-Kunden | Enge Bindung, Beta-Angebote | Einladung zu exklusiven Aktionen | Individuell (anlassbezogen) | Manuell / VIP-Segment |

✓ Empfohlene Tools zur Umsetzung:

- **Hubspot:** Für Lead Scoring, E-Mail-Automation & Lifecycle-Stages
- **Brevo:** Für clevere, flexible E-Mail-Strecken
- **Make:** Für Trigger, Routing & Übergaben zwischen Systemen