

MANAGEMENT SUMMARY

Im Zeitraum 01.08.2026 bis 31.08.2026 sind 13 Leads eingegangen. Davon wurden 5 qualifiziert (Yes-Quote 62.5 %).

Die häufigsten Absagegründe waren „Falsches Produkt“ (2×), „Zielgruppe“ (1×), „Location“ (1×).
Auffällig positiv: Steuerkanzlei Wolf 2 (Klarer Bedarf, Entscheider am Telefon, Budget vorhanden.)
Malerei Schneider 2 (Klarer Bedarf, Entscheider am Telefon, Budget vorhanden.)
Fitnessstudio Puls 2 (Klarer Bedarf, Entscheider am Telefon, Budget vorhanden.)

Stimmen aus den Gesprächen:
> „Melden Sie sich im Frühjahr wieder, dann ist das Thema aktuell.“ — Physio Aktiv 2
> „Budget wäre da, aber ich muss das mit meinem Partner abstimmen.“ — Steuerkanzlei Wolf 2
> „Wir haben schlechte Erfahrungen mit Agenturen gemacht.“ — Fitnessstudio Puls 2
> „Wenn die Qualität stimmt, ist der Preis zweitrangig.“ — Bäckerei Moser 2

AUSGEWÄHLTE KUNDENSTIMMEN:

„Melden Sie sich im Frühjahr wieder, dann ist das Thema aktuell.“
— Physio Aktiv 2

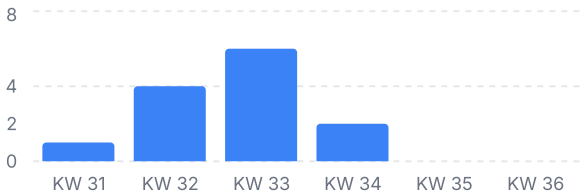
KOSTEN & CPL

Position	Betrag
Retainer Lead-Qualifizierung (Retainer)	2.400,00 €
Meta Ads Budget (Ads)	1.650,00 €
Telefonie-Flat (Telefonie)	89,00 €

Gesamtsumme	4.409,00 €
Cost per Lead	339,15 €
Cost per Qual. Lead	881,80 €

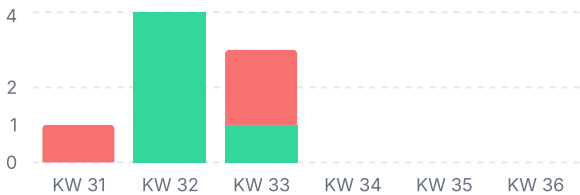
13

GESAMT LEADS IN PERIODE



63%

YES (5) NURTURE (0) NO (3)



Falsches Produkt

Zielgruppe Location Kein Entscheider

PERSÖNLICHER KOMMENTAR

Gute Quote, Performance Marketing ist soweit in Ordnung. Einmal wurde ein anderes Produkt erwartet, auf 13 Leads ist das aber in Ordnung.