

Tomas Herzberger, Sandro Jenny

Bonuskapitel »Growth-Tools«

zum Buch »Growth Hacking:
Mehr Wachstum, mehr Kunden, mehr Erfolg«



1 Growth-Tools

»Nutze ein Tool nicht nur um seinetwegen, sondern identifiziere die Kernfaktoren für deinen Erfolg. Nutze ein Tool nur, wenn der positive Einfluss auf diese Faktoren deutlich größer ist als die damit verbundenen Nachteile.« – Cal Newport

Willst du ein Haus bauen, brauchst du Werkzeuge. Willst du ein Produkt bauen und damit erfolgreich wachsen, brauchst du ebenso Werkzeuge. Für jede der vorangegangenen Anwendungen gibt es digitale Tools, die dir das Leben erheblich erleichtern können. Das ist einer der größten Vorteile unserer Zeit: Es gibt für vieles bereits eine Lösung »aus dem Regal«. Um bei unserem Beispiel zu bleiben: Der Baumarkt ist gut sortiert, du bekommst Werkzeuge in allen Preis- und Qualitätsklassen. Es bleibt an dir, den Bedarf zu erkennen, das richtige Werkzeug auszusuchen und es einzusetzen.

Da wir davon ausgehen, dass du Gründer von oder Marketer in einem Start-up (oder zumindest einem jungen, ambitionierten Unternehmen) bist, haben wir uns bei der Recherche auf Tools konzentriert, die entweder kostenlos oder günstig zu nutzen sind. Oft kannst du dir auch im Rahmen eines Free Trials einen Eindruck von der Funktionsweise eines Tools verschaffen, bevor du dich für oder gegen den Kauf entscheidest.

Wir empfehlen dir, zunächst einen *Marketing-Stack* aufzubauen (siehe [Abbildung 1.1](#)). Das ist dein Werkzeugkasten, mit dem du 80 % deiner Herausforderungen lösen kannst. Wenn du diese Werkzeuge erst einmal implementiert und richtig aufgesetzt hast, solltest du in der Lage sein, die komplette Customer Journey zu bedienen und zu messen. Stell dir vor, dein Unternehmen wäre ein Eimer: Wenn der Löcher hat, kannst du noch so viel Wasser (= Traffic) oben reinschütten, er wird doch nicht voll werden. Der Marketing-Stack ist dafür da, diese Löcher zu stopfen, das heißt, die Customer Journey ist voll funktionsfähig, und du kannst die relevanten KPIs (*Key Performance Indicators*) messen. Um sie zu verbessern, kannst du anschließend nach ergänzenden Tools recherchieren und diese Schritt für Schritt testen.



Abbildung 1.1 Beispiel für einen Marketing-Stack

Positiver Nebeneffekt: Du verfällst nicht in Aktionismus, sondern du wirst zu einem *Growth Architect*, der den gesamten Marketing und Sales Funnel seines Unternehmens im Blick hat. Du baust dein Marketing genauso systematisch wie dein Produkt.

Ein Wort der Warnung: Wir haben diese Liste nach bestem Wissen und Gewissen gepflegt. Aber natürlich können wir keine Garantie dafür übernehmen, dass die einzelnen Tools jetzt (also wenn du diese Zeilen liest) alle noch genauso verfügbar sind. Insbesondere Werkzeuge, deren Funktionsweise abhängig von der API einer Plattform, wie z. B. Google, ist, können vom einen auf den anderen Tag wertlos sein. Oder das Gegenteil tritt ein: Ein Tool war so erfolgreich, dass es von einem etablierten Anbieter gekauft worden ist und deswegen nicht mehr zur Verfügung steht. Die gute Nachricht: Eine einfache Suche nach »Alternative to [Produktname]« führt oftmals zum Ziel.

1.1 »Start«: Tools zur Definition von Zielgruppen und Personas

- ▶ Auf Xtensio (<https://app.xtensio.com>) findest du praktische Vorlagen für deine Personas, Sales Funnel oder Landingpages.
- ▶ Bei der Erstellung von Personas und Zielgruppen sind die Daten von YouGov (<https://yougov.de>) hilfreich.

- ▶ Mit Appinio (<https://www.appinio.com/de/>) kannst du sehr schnell und günstig eigene Umfragen zur Validierung deiner Hypothesen erstellen. Die englischsprachige Version (für viele andere Länder außer Deutschland) kommt von Ask Your Target Market: <https://aytm.com/>.

1.2 »Spy«: Tools für die Wettbewerbsanalyse

- ▶ Alexa (www.alexa.com) hat sich von einem reinen Traffic-Analysetool zu einer Marketing-Suite gemausert, die inzwischen deutlich mehr kann. Für dich ist es eine gute Quelle, mehr über den Traffic deiner Wettbewerber zu erfahren. Noch besser und detaillierter dafür geeignet sind unserer Meinung aber SpyFu (www.spyfu.com), SimilarWeb (www.similarweb.com), SEMrush (<https://de.semrush.com>) und Follow (<http://follow.net>), die teilweise auch sehr mächtige und detaillierte Google Ads-Analysen erlauben.
- ▶ Mit WhatRunsWhere (www.whatrunswhere.com) kannst du die Bannerwerbung deiner Wettbewerber sehen und analysieren, um von ihnen zu lernen und effizientere Kampagnen zu fahren.
- ▶ BuiltWith (<https://builtwith.com>) ist ein sehr praktisches Add-on, das dir einen Blick »unter die Motorhaube« von Websites erlaubt. Damit kannst du beispielsweise herausfinden, mit welchem CMS die Seiten deiner Wettbewerber gebaut sind. Auch Wappalyzer (<https://www.wappalyzer.com/>) bietet diese Funktion.
- ▶ Mit Social Blade gewinnst Einblicke in das YouTube-, Twitter- Twitch- oder Instagram-Profil deiner Wettbewerber: <https://socialblade.com/>.
- ▶ Die Vertriebler werden es lieben: Mit Tilkee findet du heraus, ob und wie eure Interessenten eure Verkaufsunterlagen gelesen haben: <https://www.tilkee.com/>.

1.3 »Search«: Tools für besseres SEO

- ▶ Mit Google Trends (<https://trends.google.de/trends>) kannst du das Suchvolumen mehrerer Keywords miteinander vergleichen und nach Zeitpunkt und Region analysieren.
- ▶ Das ambitionierte Tool Serpstat (<https://serpstat.com/?ref=176244¹>) will alles analysieren und darstellen können: Keywords, Traffic, Wettbewerber und sogar Werbemittel. Das gelingt nicht vollständig, aber für eine umfassende (wenn auch oberflächliche) Analyse ist es ein gutes Allround-Tool, das deine Seite und

1 Affiliate-Link

die deiner Wettbewerber analysiert. Auch das kostenlose Tool Serprobot (<https://www.serprobot.com/>) kann dir dabei helfen.

- ▶ Ahrefs (<https://ahrefs.com>) ist ein Lieblingstool von Neil Patel. Ähnlich wie Serpstat analysiert es Keywords, Content und – am wichtigsten – Links, die auf die Seiten deiner Wettbewerber verlinken. Mit diesem Wissen kannst du genau sehen, wie und warum deine Wettbewerber in Suchanfragen über dir angezeigt werden. Wenn dir diese Daten nicht ausreichen, kannst du mit Majestic (<https://de.majestic.com>) noch mehr Details über deine Wettbewerber erfahren.
- ▶ Eine gute Backlink-Analyse kannst du allerdings auch mit dem kostenlosen Tool OpenLinkProfiler (<http://openlinkprofiler.org>) erhalten.
- ▶ Der Website-Grader (<https://website.grader.com>) ist ein kostenloses Tool von HubSpot, mit dem du deine Website (oder die der Konkurrenz) analysieren kannst und mit dem HubSpot im Gegenzug Leads generiert.
- ▶ Die Chrome-Erweiterung SEO-Quake (www.seoquake.com) bietet ebenfalls grundlegende SEO-Daten von jeder besuchten Seite – praktisch für einen schnellen, oberflächlichen Einblick.
- ▶ Auch der Marktführer Moz bietet eine kostenlose und praktische Toolbar für deinen Browser an: <https://moz.com/products/pro/seo-toolbar>.
- ▶ Eine Auswahl der besten Tools für deine Keyword-Recherche:
 - <http://answerthepublic.com>
 - <https://neilpatel.com/de/ubersuggest/>
 - www.hypersuggest.com
- ▶ Mit Optimizilla (<http://optimizilla.com>) und TinyPNG (<https://tinypng.com>) kannst du deine Bilder und Grafiken ohne Qualitätsverlust komprimieren, damit deine Website-Geschwindigkeit nicht leidet. Diese kannst du mit <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights> messen.

1.4 »Write«: Tools für besseres Content Marketing

- ▶ Das vielzitierte BuzzSumo (<http://buzzsumo.com>) kannst du benutzen, um Influencer und Multiplikatoren zu finden. Und mit der Funktion <https://app.buzzsumo.com/research/most-shared> findest du auch die meistgeteilten Beiträge für deine Themen. Die gleiche Funktion bietet auch <https://ahrefs.com/de/content-explorer>.
- ▶ Auf Statista (<https://de.statista.com>) findest du jede Menge Statistiken für deine Blogbeiträge, Social-Media-Posts und E-Books.

- ▶ Mit Trint (<https://trint.com/>) oder Rev (<https://www.rev.com/>) kannst du deine Video- und Audioaufnahmen automatisch transkribieren, also abtippen lassen. So machst du aus einem Interview gleichzeitig einen langen Blogpost.
- ▶ Ähnlich funktioniert auch Descript (<https://www.descript.com/>), allerdings mit dem Zusatz, dass du dein Video oder deine Tonaufnahmen basierend auf den Änderungen in der Abschrift schneiden kannst. Wenn du also drei Wörter im Transkript löschst, werden diese Wörter auch in deinem Video gelöscht. Perfekt, um diese nervigen »Ähm« oder »Öhm« aus deinem Podcast herauszuschneiden.
- ▶ Du verfasst viele E-Mails oder Blogbeiträge in Englisch? Mit der kostenlosen Chrome-Extension Grammarly (<https://www.grammarly.com/>) und Hemingway (<http://www.hemingwayapp.com/>) verbesserst du deine Texte dramatisch und machst sie verständlicher für deine Leser.
- ▶ Apropos Englisch: Mit DeepL (<https://www.deepl.com/translator>) kannst du deine deutschen Texte in andere Sprachen übersetzen lassen. Langweilig? Kann Google Translate auch? Schon, aber mit DeepL kannst du sogar ganze Dokumente (z. B. Word oder PowerPoint-Dateien) hochladen und komplett übersetzen lassen. Ein großartiges Tool, made in Germany!
- ▶ Mit den folgenden Tools siehst du eine Vorschau deiner Social-Media-Links. Damit stellst du sicher, dass deine Nutzer deine Posts so sehen, wie du sie geplant hast:
 - <https://search.google.com/structured-data/testing-tool/u/0>
 - <https://cards-dev.twitter.com/validator>
 - <https://developers.facebook.com/tools/debug>
 - <https://developers.pinterest.com/tools/url-debugger>

1.5 »Send«: Tools für E-Mail-Marketing

- ▶ Mailchimp (<https://mailchimp.com/>) ist zu Recht ein Klassiker unter den Do-it-Yourself-Onlinetools. Mittlerweile kannst du damit nicht nur Newsletter verschicken, sondern auch Landingpages erstellen und Automatisieren starten. Wenn du keine Affen magst: ConvertKit (<https://convertkit.com>) und Klaviyo (<https://www.klaviyo.com/>) bieten ähnliche Funktionen.
- ▶ Mit Miltastic (www.mailtastic.de), WiseStamp (www.wisestamp.com) oder HubSpot (www.hubspot.com/email-signature-generatorers) erstellst du für dich und dein Team individuelle und auffällige E-Mail-Signaturen, mit denen du auf deine Website oder dein Blog verlinken kannst.

- ▶ Apropos Cold- und Outreach-E-Mails: Auch für den Versand von E-Mails an Menschen, mit denen du zuvor noch keinen Kontakt hattest, gibt es einige praktische Tools (aber Vorsicht bezüglich DSGVO!):
 - Reply: <https://reply.io/>
 - GMass: <https://www.gmass.co/>
 - Mailshake: <https://mailshake.com/>. Mailshake bietet sogar eine Analyse deines (englischen) E-Mail-Textes hinsichtlich der Einstufung als SPAM: <https://mailshake.com/email-analyzer/>.
- ▶ Mit Revue (www.getrevue.co) kannst du schnell und simpel einen kuratierten Newsletter erstellen.
- ▶ Mit Litmus PutsMail (<https://putsmail.com/>), Mail Tester (<https://www.mailtester.com/>) und Glock Apps (<https://glockapps.com/>) kannst und solltest du deinen Newsletter vor dem eigentlichen Versand testen, um Spam-Indikatoren, falsche Links oder merkwürdige Formatierungen zu vermeiden.
- ▶ SendGrid (<https://sendgrid.com/>) hat sich auf die Erstellung von sogenannten Transactional Mails spezialisiert. Darunter fallen automatisierte Mitteilungen wie Rechnungen, Quittungen oder Erinnerungen.
- ▶ Sehr praktische und darüber hinaus kostenfreie Erweiterungen für Gmail sind Rebump (<https://www.rebump.cc/>) und Mixmax (<https://mixmax.com/>). Mit Rebump verschickst du automatische Erinnerung an die Empfänger deiner Mails, wenn sie dir unhöflicherweise nicht geantwortet haben. Und Mixmax bietet gleich eine ganze Reihe von Funktionen, die dir bei einem besseren und schnelleren E-Mail-Management helfen (z. B. Terminplanung und Messung der Öffnungs- und Klickraten).
- ▶ Du vermutest, dass die Hälfte deiner Abonnenten-Liste aus Fake-E-Mail-Adressen besteht? BriteVerify (<https://www.briteverify.com>) bietet Abhilfe und prüft deine Liste vor Versand für dich.

1.6 »Create«: Tools zur Erstellung von Grafiken

- ▶ Du brauchst ein Logo für dein neues Projekt oder Start-up? Auf <https://www.tailorbrands.com/de> kannst du es schnell und günstig erstellen lassen.
- ▶ Darf es auch gleich eine neue Schriftart sein? Mit DaFont (<https://www.dafont.com/de/>) und Google Fonts (<https://fonts.google.com/>) kannst du kostenlos und einfach Schriftarten finden und herunterladen.

- ▶ Natürlich dürfen auch die richtigen Farben nicht fehlen! Um die beste Kombination zu finden, kannst du Coolors (<https://coolors.co/>) oder Adobe Color (<https://color.adobe.com/de/create>) nutzen.
- ▶ Grafiken für dein Blog, Social Media oder Ähnliches erstellst du schnell, günstig und einfach mit Canva (www.canva.com), Crello (<https://crello.com/de/>) und Snappa (<https://snappa.com/>).
- ▶ Ähnlich funktioniert Pablo von Buffer, das besonders gut für Bild-Text-Kombinationen wie Headerbilder oder Zitate geeignet ist: <https://pablo.buffer.com>. Ebenfalls von Buffer gibt es ein Tool, mit dem du (am Desktop) Instagram Stories leicht und schnell erstellen kannst: <https://buffer.com/stories-creator>.
- ▶ Mit Placeit kannst du sehr schnell Mock-ups erstellen und damit veranschaulichen, wie dein Produkt auf einem Laptop, Smartphone oder Sonstigem aussehen würde: <https://placeit.net>.
- ▶ Mit <https://www.remove.bg/> sparst du dir Photoshop und entfernst mit nur einem Klick den Hintergrund deines Bildes. Perfekt für Profilbilder deines Teams.

1.7 »Post«: Tools für alles rund um Social Media

Social Media Management

- ▶ Du willst ein neues Unternehmen gründen und suchst nach einem guten und (auf idealerweise allen Netzwerken) verfügbaren Namen? Mit KnowEm kannst du sehr schnell deine Nische finden. <http://knowem.com>.
- ▶ Buffer (<https://buffer.com>) ist ein sehr gutes Social-Media-Management-Tool, ebenso Crowdfire (<https://www.crowdfireapp.com/>) und Jarvee (<https://jarvee.com/>).
Wenn du richtig Gas geben willst, empfiehlt sich Meet Edgar – der Geheimtipp von Ben Harmanus: <https://meetedar.com>.
- ▶ LinkedIn ist das Facebook für B2B – und groß im Kommen. Es gibt mehrere hilfreiche Tools, die dir beim Aufbau deines Profils helfen.
 - Dux Soup ist dein Engagement-Roboter, mit dem du automatisch Nachrichten an die richtigen Personen verschicken kannst: <https://www.dux-soup.com/>.
 - Auch mit Lead Connect kannst du die richtigen Menschen auf LinkedIn finden und automatisch anschreiben lassen – inklusive Verknüpfung mit HubSpot: <https://leadconnect.io/>.
- ▶ Ein einfaches, aber zuverlässiges und kostenloses Monitoring-Tool für neue Webpublikationen ist Google Alerts. Du solltest damit auf jeden Fall dich, dein

Team, dein Unternehmen und die wichtigsten Wettbewerber im Auge behalten: www.google.de/alerts.

- ▶ Deine Zielgruppe ist aktiv auf Twitter? Dann gönne dir Tweepi! Das AI-gestützte Tool hilft dir dabei, die richtige Follower-Basis aufzubauen und die besten Hashtags zu verwenden: <https://tweepi.com/>.
- ▶ Ein sehr gutes, kostenloses Tool für die gemeinsame Verwaltung von Twitter-Accounts ist TweetDeck. Damit können mehrere Teammitglieder eure Twitter-Accounts verwalten: <https://tweetdeck.twitter.com>.
- ▶ Mit Follow Liker kannst du automatisch Menschen auf Twitter, Instagram, Tumblr oder Pinterest folgen, abhängig von den Keywords, die sie veröffentlichen. Damit kannst du in kurzer Zeit eine sehr große Reichweite aufbauen. Wenn du einmal die Regeln angelegt hast, übernimmt das Tool die Arbeit für dich. Somit kannst du nicht nur automatisch anderen Nutzern folgen, sondern auch Posts liken, kommentieren oder teilen: www.followliker.com.
- ▶ Wenn sich deine Zielgruppe auf Pinterest tummelt, kannst du mit PinGroupie so richtig Gas geben und die wichtigen Pinterest-Gruppen finden: <http://pingroupie.com>.

Social Media Analytics

- ▶ Twitter bietet eine Suchfunktion, mit der du die richtigen Nutzer und Themen nach Region, Keyword und Zeitpunkt findest: <https://twitter.com/search-advanced>.
- ▶ Wenn du wissen möchtest, welche Hashtags du auf Twitter und Instagram benutzen musst, damit möglichst viele Menschen deine Beiträge sehen, dann empfehlen wir RiteTag für Twitter und Display Purposes sowie TagsForLikes für Instagram:
 - <https://ritetag.com>
 - <https://displaypurposes.com>
- ▶ Du willst mehr über deine Twitter-Follower wissen? Dann nutze Followerwonk, und du erfährst, wer sie sind, wo sie sind und wann sie twittern. Mit SocialRank kannst du sie anschließend organisieren und verwalten, um beispielsweise Bots und »Karteileichen« leichter zu entfernen. Außerdem hilfreich sind die folgenden Tools:
 - <https://moz.com/followerwonk>
 - <https://socialrank.com>
 - <https://www.manageflitter.com/>
 - <https://www.topikapp.com/>

- ▶ Mit der Chrome-Erweiterung CrowdTangle Link Checker kannst du sehen, wie oft und wer einen Artikel via Social Media geteilt hat.
<https://chrome.google.com/webstore/detail/crowdtangle-link-checker/klakndphagmmfjkpelfkgjbjkimjihpmkh?authuser=1>
- ▶ Mit Fanpage-Karma analysierst du dein Profil – und das der Konkurrenz – mit Kennzahlen, Auswertungen und Reports: *www.fanpagekarma.com*
- ▶ Falls du mehrere vielversprechende Facebook-Gruppen verwaltest, kann dir Grytics (*<https://grytics.com/>*) dabei helfen, mehr Engagement mit den Mitgliedern zu erreichen, beispielsweise indem du erfährst, wann und mit welchem Content am meisten interagiert wird.
- ▶ Deine YouTube-Videos und -Kanal kannst du mit vidIQ optimieren: *<https://vidiq.com/>*. Es existiert auch eine praktische Erweiterung für den Chrome-Browser. Quasi ein SEO-Tool für YouTube, es hilft dir dabei deine Videos optimal zu bezeichnen: *<https://vidiq.com/extension>*.

Social Media Advertising

- ▶ Für die einfache Verwaltung und Optimierung von Facebook-Kampagnen kannst du AdEspresso nutzen: *<https://adespresso.com>*. In der Ad Gallery findest du jede Menge Beispiele (vielleicht auch von deinem Wettbewerb) für Facebook-Ads: *<https://adespresso.com/academy/ads-examples>*.
- ▶ Mit Stillio erstellst du automatisch Screenshots von wichtigen Webseiten (z. B. Landingpages deiner Konkurrenz): *www.stillio.com*.
- ▶ Mit dem Connect Explorer von Connectio findest du neue Zielgruppen zur Verbesserung deiner Facebook-Kampagnen. Das Tool ist in der Lage, zu identifizieren, welche Interessen zu Klicks geführt haben. Schlechter performende Interessen können im Tool gelöscht und aus der laufenden Kampagne entfernt werden. Mit dem Tool bist du in der Lage, Interessen zu Layern zusammenzufügen. Diese Layer sind über eine »und«-Verknüpfung miteinander verbunden. Damit ein User also in deiner Target Audience landet, muss er z. B. Teil von Layer 1 und Layer 2 und Layer 3 sein. Die Interessen sind auf Layer-Ebene mit »oder« verknüpft: *<https://connectio.io/connectexplore>*.

Social Media Monitoring

Gerade in der Wachstumsphase solltest du wissen, wie die Nutzer (Kunden und Hater) über dich sprechen. Damit du angemessen und zeitnah reagieren kannst, empfehlen wir die Verwendung eines Social-Media-Monitoring-Tools, mit dem du die öffentlichen Seiten scannen lassen kannst:

- ▶ Synthesio (www.synthesio.com)
- ▶ Talkwalker (www.talkwalker.com)
- ▶ Radarly (<https://radarly.linkfluence.com>)
- ▶ Brandwatch (www.brandwatch.com/de/brandwatch-analytics)

Influencer

Finde wichtige Influencer in deiner Nische, um mit ihnen fruchtbare, langfristige Partnerschaften aufzubauen. Diese Tools helfen dir dabei:

- ▶ Traackr (www.traackr.com)
- ▶ Impactana (<https://chrome.google.com/webstore/detail/impactana-content-marketi/gidhppoakegddkkpmgoejeadomghnkie>)
- ▶ Influma (www.influma.com/de)
- ▶ Right Relevance (www.rightrelevance.com)

1.8 »Launch«: Plattformen für deinen Launch

- ▶ Du hast ein MVP (Minimum Viable Product) erstellt, eine Kickstarter-Kampagne oder zumindest ein vielversprechendes Produktvideo? Dann reiche es auf BetaTesting, BetaList oder dem Klassiker Product Hunt ein, um Feedback zu bekommen und Early Adopter zu finden.
 - <https://betatesting.com>
 - <https://betalist.com>
 - <https://www.producthunt.com>
- ▶ Mit der nur wenig bekannten Bildersuche von Google kannst du feststellen, welche Seiten ein bestimmtes Bild verwenden: www.google.de/imghp.
- ▶ Du würdest gerne die richtigen Journalisten für dein Projekt finden? JustReachOut kann dir dabei helfen, funktioniert aber leider am besten für den englischsprachigen Raum: <https://justreachout.io>

1.9 »Subscribe«: Tools für Landingpages

Du willst hochkonvertierende Landingpages erstellen? Dann lass dich zunächst von den Beispielen auf <https://market.leadpages.net> und <http://unbounce.com/landing->

page-templates inspirieren, und denke bei der Erstellung an die Punkte auf dieser Checkliste: <https://unbounce.com/landing-pages/checklist>. Natürlich kannst du mit Unbounce (<http://unbounce.com>) oder dem deutschen Tool heysite (<https://heysite.io/>) anschließend auch gleich deine eigenen Landingpages bauen.

1.10 »Design«: Tools für User Experience Design

Mit den Tools Balsamiq Mockups (<https://balsamiq.com>) und Adobe Experience Design (www.adobe.de) lassen sich schnell einfache Entwürfe für deine Website erstellen. Zur Umsetzung der Screendesigns kannst du Sketch (www.sketchapp.com) oder Adobe Photoshop (www.adobe.de) verwenden. Wenn du deine Mock-ups, Wireframes oder Designs als klickbaren Prototypen umsetzen möchtest, kannst du InVision nutzen (www.invisionapp.com).

1.11 »Test«: Tools zur Durchführung von Tests

Das von uns in Kapitel 4, »Der Growth-Hacking-Workflow – so gehst du vor«, verwendete Tool »North Star« von Growth Hackers (<https://growthhackers.com>) eignen sich sehr gut zur Planung, Durchführung und Analyse deiner Tests und Testing-Prozesse.

Conversion-Optimierung ist keine Kunst, sondern ein Handwerk – ein Handwerk, das auf Daten basiert. Diese Tools helfen dir dabei, Tests aufzusetzen und zu analysieren:

- ▶ Visual Website Optimizer (VWO) (<https://vwo.com>)
- ▶ Optimizely (www.optimizely.com/de)
- ▶ Convert (www.convert.com)
- ▶ SiteSpect (www.sitespect.com/de)

Um deine Usability Tests aufzuzeichnen, kannst du auf Windows den Free Screen Video Recorder nutzen (www.dvdvideosoftware.com/de/products/dvd/Free-Screen-Video-Recorder.htm) oder auf dem Mac Screenium 3 (www.syniumsoftware.com/de/screenium).

Du möchtest das beste Bild für dein LinkedIn-Profil finden? Dann frage dein Netzwerk mit Photofeeler (<https://www.photofeeler.com/>).

1.12 »Convert«: Tools für Lead-Magneten

- ▶ Du willst mehr Leads von deinen Besuchern generieren? Mit Tools wie Optin-Monster (<http://optinmonster.com>), Thrive Leads für WordPress (<https://thrivethemes.com/leads/>) oder Unbounce (<https://unbounce.com>) kannst du deinen Nutzern einen Grund geben, dir ihre E-Mail-Adresse anzuvertrauen, indem du exklusiven Content über ein Pop-up oder Ähnliches anbietest.
- ▶ Mit involve.me kannst du Persönlichkeitstests, Quizze und Formulare erstellen, um einfach und effizient Leads zu gewinnen: <https://www.involve.me>.
- ▶ Gute und günstigere Alternativen sind Hello Bar (www.hellobar.com) von Neil Patel und alle Tools von Sumo (<https://sumo.com>) von Noah Kagan.
- ▶ Mit ein wenig Programmierkenntnissen und den Codes auf <https://github.com/carlsednaoui/ouibounce> kannst du dir ein solches Tool auch selbst bauen.
- ▶ <https://screenflow.de.softonic.com/mac> ist eine App für den Mac, mit der du unter anderem Bildschirmaufzeichnungen machen kannst.
- ▶ Calendly (<https://calendly.com>) ist ein echter Zeitsparer bei der Terminvereinbarung: Statt eines nervigen E-Mail-Ping-Pongs über die für alle Beteiligten beste Zeit kannst du einfach freie Zeitslots definieren und dann von deinem Kunden frei wählen lassen. Wenn du einen Termin mit mehreren Menschen vereinbaren möchtest, dann gibt es nichts Besseres als das altbekannte (und kostenlose) Doodle (<http://doodle.com/de>).
- ▶ Es gibt viele Gratis-Tools, mit denen du Mindmaps erstellen kannst. Das beste (wenn auch leider nicht kostenlos) ist MindMeister (www.mindmeister.com/de), das eine Vielzahl von Zusatzfunktionen bietet und sich hervorragend für das gemeinsame Arbeiten eignet.
- ▶ Mit LeadQuizzes (www.leadquizzes.com) erstellst du sehr einfach spielerische Quiz, die du zur Lead-Generierung einsetzen kannst. Außerdem kannst du es leicht mit vielen anderen Tools (entweder direkt oder via Zapier, <https://zapier.com>) kombinieren. Gerade in Verbindung mit Re-Targeting ist es ein sehr mächtiges Tool!
- ▶ Jemand, der deinen Blog-Artikel bis zum Ende liest, interessiert sich doch bestimmt auch für deinen Newsletter, oder? Mit der Scroll Box von Sumo (<https://sumo.com/app/scroll-box>) kannst du ein kleines Lead-in-Formular am Ende deiner Artikel erscheinen lassen.
- ▶ Individualisierung kann ein wichtiger Faktor in der Verbesserung der Conversion Rate sein. Mit <https://picsnippets.com> kannst du die Namen deiner Empfänger automatisch auf Bilder integrieren.

1.13 »Analyze«: Tools zur Analyse deiner Website und App

- ▶ Das kostenlose und sehr umfangreiche Google Analytics ist ein Klassiker, gerade für kleinere Unternehmen: <https://analytics.google.com/analytics/web>.
- ▶ Kissmetrics geht noch einen großen Schritt weiter und zeigt dir nicht nur die Stellen, an denen deine Nutzer die Customer Journey verlassen, sondern hilft dir auch dabei, diese Schwachstellen zu verbessern: www.kissmetrics.com.
- ▶ Mit Hotjar analysierst du sehr einfach deine Conversion Funnels. Dabei helfen dir Heatmaps und Mouse-Tracker: www.hotjar.com.
- ▶ Das Facebook-Pixel ist ein sehr mächtiges Werkzeug in deinem Arsenal. Um festzustellen, ob du es auf deiner Website richtig implementiert hast, kannst du die Chrome-Erweiterung Facebook Pixel Helper kostenlos nutzen: <https://chrome.google.com/webstore/detail/facebook-pixel-helper/fdgfkebogiiimcoedliclajpkdmockpc?hl=de>.
- ▶ Auch die korrekte Funktionsweise der Google Pixel (z. B. Google Tag Manager) kannst du mit einer kostenlosen Chrome-Erweiterung kontrollieren: <https://chrome.google.com/webstore/detail/tag-assistant-by-google/kejbdjndbnbjgmefkgdddjlbokphdefk>.
- ▶ Du willst wissen, bei welchen Unternehmen die Besucher deiner Webseite arbeiten? Welche Produkte sie sich angesehen haben, um deinen Anruf optimal vorzubereiten? Gerade für B2B-Unternehmen ein wichtiger Wettbewerbsvorteil, den du dir mit LeadLab C <https://www.wiredminds.de/leadlab> sichern kannst.
- ▶ Das Feedback deiner Nutzer hat immer sehr hohe Priorität. Um es direkt auf deiner Website einzuholen, kannst du z. B. Qualaroo und Survicate nutzen. So kannst du besser verstehen, warum Nutzer z. B. ihren Kauf abbrechen.
 - <https://qualaroo.com>
 - <https://survicate.com>
- ▶ Wenn du eine App hast, solltest du das Verhalten deiner Nutzer ganz genau anschauen. Dabei helfen dir Flurry, AdJust und Mixpanel.
 - www.adjust.com
 - <https://mixpanel.com>

1.14 »Scrape«: Tools zur Datenextraktion

Anyleads (<https://anyleads.com?fpr=tomas30>¹) ist so etwas wie das Schweizer Taschenmesser für Growth Hacker, die Leads generieren wollen. Das Tool hat mehrere Funktionen, darunter auch die Möglichkeit, alle irgendwo im Netz veröffentlichten E-Mail-Adressen einer Domain (bzw. eines Unternehmens) zu finden und zu verifizieren. Definitiv einen Versuch wert!

- ▶ Du willst viele Daten von Webseiten extrahieren (= *scrapen*)? Dann kannst du dafür *Import.io* (www.import.io) oder die *ScrapeBox* (www.scrapebox.com) nutzen.
- ▶ Mit diesen Tools findest du die E-Mail-Adressen der richtigen Ansprechpartner innerhalb von Unternehmen (aber Vorsicht bei Kaltakquise mit Adressaten in Deutschland!):
 - *Anymail Finder* (<https://anymailfinder.com>)
 - *Clearbit* (<https://clearbit.com>)
 - *Hunter* (<https://hunter.io>)
 - *FindEmails* (<https://www.findemails.com>)
 - *Zoom* (www.zoominfo.com)
 - *VoilaNorbert* (www.voilanorbert.com)
 - *ContactOut* (<https://contactout.com/>) für LinkedIn

1.15 »Measure«: Tools für Link-Analyse

- ▶ Mit *Bitly* (<https://bitly.com>) kannst du lange Links verkürzen und die Anzahl der Klicks messen.
- ▶ Mit *Sniply* (<http://snip.ly>) kannst du deinen Links sogar einen Call-to-Action hinzufügen, damit die Nutzer dich als Absender in Erinnerung behalten (und vielleicht wieder deine Website besuchen).
- ▶ Mit *Effin* (<http://effinamazing.com/tools/utm-tracking-code-builder>) erstellst du UTM-Links für größere Kampagnen, damit du in deinem Analytics-Tool sehen kannst, woher genau deine Nutzer gekommen sind.
- ▶ Du kannst *Rebrandly* (<https://rebrandly.com>) benutzen, um deine Marke in deine Links einzufügen.

¹ Affiliate Link

- ▶ ClickMeter (<https://www.clickmeter.com>) ist ein Tool für Profis, die nicht nur die Anzahl der Klicks, sondern auch das nachgelagerte Verhalten (z. B. Käufe) der Nutzer messen wollen.

1.16 »Chat«: Tools für Chatbots

Viele Unternehmen nutzen bereits Chatbots, um einen Großteil ihrer Kundenanfragen zu sortieren und teilweise auch zu beantworten. Neben den FAQ kannst du sogar Teile deiner Bestellstrecke über einen Chatbot anbieten. Mit diesen Baukastensystemen kannst du diesen Trend für dich nutzen und (teilweise auch ohne Programmierkenntnisse) deinen Bot bauen:

- ▶ Octane AI (<https://octaneai.com>)
- ▶ Chatfuel (<https://chatfuel.com>)
- ▶ Dexter (<https://rundexter.com>)
- ▶ Howdy's Botkit, ein Open-Source-System (www.botkit.ai)
- ▶ Mit ManyChat (<https://manychat.com/>) kannst du sehr einfach und schnell einen Chatbot für den Facebook-Messenger bauen.

1.17 »Learn«: Tools für bessere Onlineformulare

Auf Wufoo (www.wufoo.com) findest du über 400 Vorlagen für alle Arten von Onlineformularen – leider auf Englisch, aber trotzdem eine gute Inspirationsquelle. Für die Umsetzung kannst du alternativ auch Typeform (www.typeform.com) oder Google Forms (www.google.de/intl/de/forms/about) nutzen.

1.18 »Share«: Tools für Weiterempfehlungen

- ▶ Mit GoViral (<https://www.smartbribe.com>) hast du einen Türsteher für deinen »Gated Content«: Du gibst deinen Nutzern Zugang zu deinem Fachwissen (z. B. in Form eines E-Books) erst dann, wenn sie deine Website via Social Media an ihr Netzwerk empfehlen, und das ohne Coding. Als Alternative bieten sich Pay-WithAPost (www.paywithapost.de) oder das WordPress-Plug-in Viral Sign Ups (<https://de.wordpress.org/plugins/viral-sign-ups>) an, mit denen du ebenfalls eine Social Pay Wall für deinen besten Content erstellen kannst.
- ▶ iRefer (<https://irefer.io>) funktioniert ähnlich, lässt dich beispielsweise aber auch ein Referral-Programm wie Uber oder Airbnb aufsetzen, indem sowohl dein

Nutzer als auch die von ihm angeworbenen neuen Kunden einen Rabatt bzw. einen Gutschein bekommen.

- ▶ Tools wie Viral Loops (<https://viral-loops.com>) werden gerade von einigen Growth Hackern für Productlaunches benutzt: Durch ein Empfehlungssystem, kombiniert mit Gamification-Elementen, sollen die Nutzer dazu motiviert werden, dein Produkt in ihrem Netzwerk zu verbreiten. Wem das am besten gelingt, der bekommt einen Preis. Damit das Ganze noch einen kompetitiven Charakter bekommt, gibt es ein Dashboard mit den besten Fans. Praktisch, aber leider nicht günstig.
- ▶ Wenn du Social-Sharing-Buttons (z. B. von Facebook, Twitter usw.) auf deiner Website einbauen möchtest, kannst du dafür Po.st (www.po.st) oder Sumo (<https://sumo.com>) nutzen.
- ▶ Mit ClickToTweet (<https://clicktotweet.com>) machst du es deinen Lesern kinderleicht, die Highlights deiner Blogposts zu tweeten – und gewinnst damit an Reichweite.

1.19 »Automate«: Tools für Marketing Automation

Marketing Automation wird einer der nächsten großen Trends werden, denn je fragmentierter das Mediennutzungsverhalten und die Kanäle, desto schwieriger eine gute und individuelle Ansprache des Nutzers. Die folgenden Tools können dir dabei helfen, deine Tools miteinander zu verknüpfen und deinen Nutzern die richtigen Nachrichten auf den richtigen Kanälen zum richtigen Zeitpunkt zu schicken.

- ▶ Mit Zapier (<https://zapier.com>) und IFTT (<https://ifttt.com>) kannst du deine Apps verknüpfen, um automatische Workflows zu erstellen und deine Produktivität in ungeahnte Höhen zu katapultieren.
- ▶ Autopilot (<https://www.autopilothq.com/>) bietet E-Mail-Marketing, Lead-Management, Multi-Channel-Marketing, Marketing Automation und eine Verknüpfung dieser Kanäle. Auch hier kannst du das Angebot 30 Tage lang kostenlos testen.
- ▶ Pfiffig: Phantombuster ist so etwas wie Zapier für Social Media Automation. Unter diesem Dach versteckt sich eine ganz Reihe von smarten Tools, u. a. ein »Auto-Liker« für LinkedIn, Facebook und Instagram oder der »Facebook Group Extractor«, mit dem du die Namen der Mitglieder einer Facebook-Gruppe extrahieren kannst. Wenn du Social Media hacken willst, wirst du hier bestimmt fündig: <https://phantombuster.com/>.

1.20 »Manage«: Tools zur Unternehmensführung

Mit dem Erfolg werden auch die Ansprüche an dich als Führungsperson steigen. Du wirst ein Team aufbauen und führen dürfen, du musst das Verhalten deiner Kunden besser verstehen, und du musst über so viele Variablen wie möglich die Übersicht behalten, damit du bessere Entscheidungen treffen kannst. Die folgenden Tools helfen dir dabei:

- ▶ Wie kannst du deine Kunden verwalten und die Korrespondenz nachhalten? Ein CRM muss her! Du kannst beispielsweise Propeller <https://www.propeller-crm.com/> für den Start nutzen. Wenn die Ansprüche wachsen, können dir Close (<https://close.com/>) oder Pipedrive (<https://www.pipedrive.com/>) helfen.
- ▶ Ein Klassiker für Start-ups und KMU ist natürlich HubSpot, das neben CRM auch noch viele andere Funktionen anbietet (z. B. Landingpage-Erstellung, Formulare und eine Plattform zur Verwaltung der Kundenanfragen): <https://www.hubspot.de>.
- ▶ Du hast ein SaaS-Unternehmen und keine Lust mehr, deine Kunden und monatliche Einnahmen mit einem Excel-Sheet zu messen? ChartMogul (<https://chartmogul.com>) wurde genau dafür gebaut, sieht schick aus und ist in der Basisversion kostenlos. Zu viel Arbeit für zu wenige Mitarbeiter? Für alle kurzfristigen Aufgaben findest du Freelancer aus dem In- und Ausland auf Fiverr und Upwork.
 - <https://www.fiverr.com>
 - <https://www.upwork.com/>

1.21 »Collaborate«: Tools zur effizienteren (Zusammen-)Arbeit

- ▶ Das Video-Recording-Tool Loom (www.loom.com) zeichnet sowohl dich als auch deinen Bildschirm auf und lässt dich diese Aufzeichnung sehr einfach via E-Mail oder Social Media mit deinen Kollegen oder Fans teilen – der Geheimitipp von Inken Kuhlmann!
- ▶ Mit CloudApp (www.getcloudapp.com) oder Recordit (<http://recordit.co>) erstellst du nicht nur Screenshots, also Aufnahmen deines Bildschirms (die du beispielsweise zur Demonstration deiner Produktfeatures oder How-tos einsetzen kannst), sondern du kannst auch GIFs erstellen und diese per Social Media teilen. CloudApp kannst du mittlerweile auch mit anderen populären Collaboration-Tools wie Trello oder Slack kombinieren.

- ▶ Apropos GIFs – mit <https://gifs.com> kannst du GIFs aus Videos und Bildern erstellen, kostenlos.
- ▶ Vergiss niemals eine gute Idee, und schreibe alles auf! Solltest du eine Papierallergie haben, können dir Google Keep (www.google.de/keep) oder Evernote (<https://evernote.com/intl/de>) dabei helfen.
- ▶ Denke immer daran: Growth ist ein Marathon, kein Sprint. Gönn dir daher auch immer wieder eine Auszeit. Apps wie *Calm* (www.calm.com) und *Headspace* (www.headspace.com) helfen dir dabei, deinen Kopf wieder frei zu bekommen.