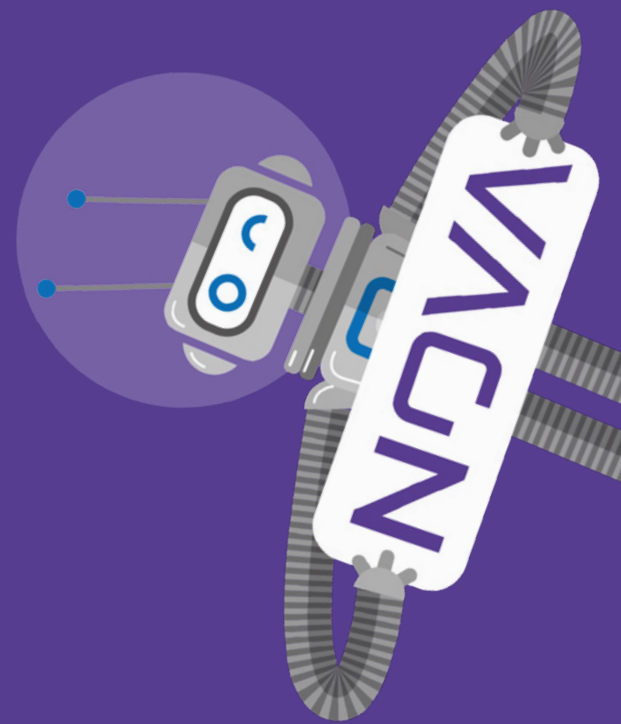


10 GRÜNDE

DIE FÜR DEN EINSATZ VON
MARKETING AUTOMATION
SPRECHEN



Und zwar sowohl im B2B, wie auch im B2C-Umfeld

TELENOVA
DIGITAL

1. Individualisierte, kundenspezifische Ansprache

Durch die Integration von CRM & Marketing Automation, sind Sie in der Lage alle zur Verfügung stehenden **Daten** zu **nutzen**, um Kontakte individuell anzusprechen.

! So erhält zum Beispiel ein Stammkunde andere Angebote als ein Erstkäufer.

2. Automatisierte Routine-Aufgaben

Viele Aufgaben im Marketing und Sales sind **Routine**. Ob es nun der regelmäßige Newsletter oder das Nachfassen eines Angebots ist. Die Routinejobs können einfach **automatisiert** werden und **sparen** wertvolle **Zeit**, die Sie effizienter z.B. für **persönliche Kundengespräche** nützen können.

3. Marketing Agenden auch ohne tiefes IT-Wissen durchführen

Die IT-Abteilung ist oft nicht nur zeitlich überfordert – sie sind auch keine **Verkaufsprofis**. Wenn Sie allerdings Software-Tools einsetzen, die Sie einfach über Ihren Browser bedienen können und die bedienerfreundlich sind, können Sie Ihre Sales-Aktivitäten **selbst umsetzen**.

! Ganz ohne IT Know-how.

4. Effizientes Lead Management & Qualifizierung

! Was ist ein guter Lead und was ein weniger guter?

In der Regel ist das nicht zu unterscheiden und so geht viel **Zeit** im Sales **verloren**, um teilweise schlechte Leads zu kontaktieren, während andere – vielleicht gute – **auf**

der Strecke bleiben. Immerhin werden lt. Statistik nur 20% aller übermittelten Leads aus Zeitgründen **ordnungsgemäß** weiterverarbeitet. Da hilft ein **automatisiertes Lead Management** und eine automatisierte **Vorqualifizierung** natürlich erheblich.

5. Mit den Großen spielen und gewinnen

Sie haben mit Marketing Automation die Möglichkeit **intelligente Prozesse** aufzusetzen und kompensieren dadurch andere Wettbewerbsfaktoren wie **Budget** und **Ressourcen**. Anders gesagt: Sie können als KMU durchaus eine sehr ernstzunehmende **Konkurrenz** für ein wesentlich größeres Unternehmen werden.

» 10 Gründe, die für den Einsatz von Marketing Automation sprechen

6. Marketingerfolg nachvollziehbar und messbar machen



Welche Kampagne hat welchen Erfolg gebracht?

Marketing Automation bringt's ans Licht. Durch die eingerichteten **Prozesse** kann eindeutig nachvollzogen werden, wie erfolgreich eine Kampagne war und welcher Umsatz damit generiert wurde.

7. Salesprozesse effizienter gestalten und Abschlussquote steigern

Automation Tools erleichtern Angebotsprozesse, Terminfindungsprozesse und vieles mehr. Angebote werden schneller **personalisiert**, Ablehnungsgründe **analysiert**.

8. Echtzeitkommunikation ganz einfach ermöglichen

Dass **Conversions** wahrscheinlicher sind, wenn sich Ihre potentiellen KundInnen gerade mit der Materie **beschäftigen**, ist keine neue Erkenntnis. Marketing Automation ermöglicht zudem **Echtzeitkommunikation**, basierend auf Interaktionen. Dadurch steigern Sie die Wahrscheinlichkeit von Online-Abschlüssen bzw. Anfragen deutlich.

9. CRM Informationen für Kampagnen & Prozesse nutzen

Während ohne **Marketing Automation** meistens die Gießkanne ausgepackt und nicht individualisierte und kundenspezifische Informationen z.B. per E-Mail an die Kontaktdatenbank geschickt wird, verhält es sich mit Marketing Automation anders. Durch die Nutzung der kompletten vorhandenen CRM & Interaktionsinformation, können wirklich **gezielte Informationen** an die jeweiligen Personen **versendet** werden.

10. Innendienst und Außendienst miteinander vernetzen

Kennen Sie das? Ein Kunde hat gerade erst zu einem bestimmten Preis gekauft und Tage später kommt ein Angebot mit einem **Sonderpreis**. Gedacht war diese Kampagne eigentlich dazu, Alt-Kunden zurückzugewinnen. Aber der **Bestandskunde** ist nun sauer. Oder der Innendienst telefoniert ein Angebot nach, aber der Außendienstmitarbeiter war erst vor Ort. Durch die **Vernetzung aller Informationen** an einer **zentralen Stelle** – der Marketing Automation vermeiden Sie Doppel-Ansprachen.

Glossar:

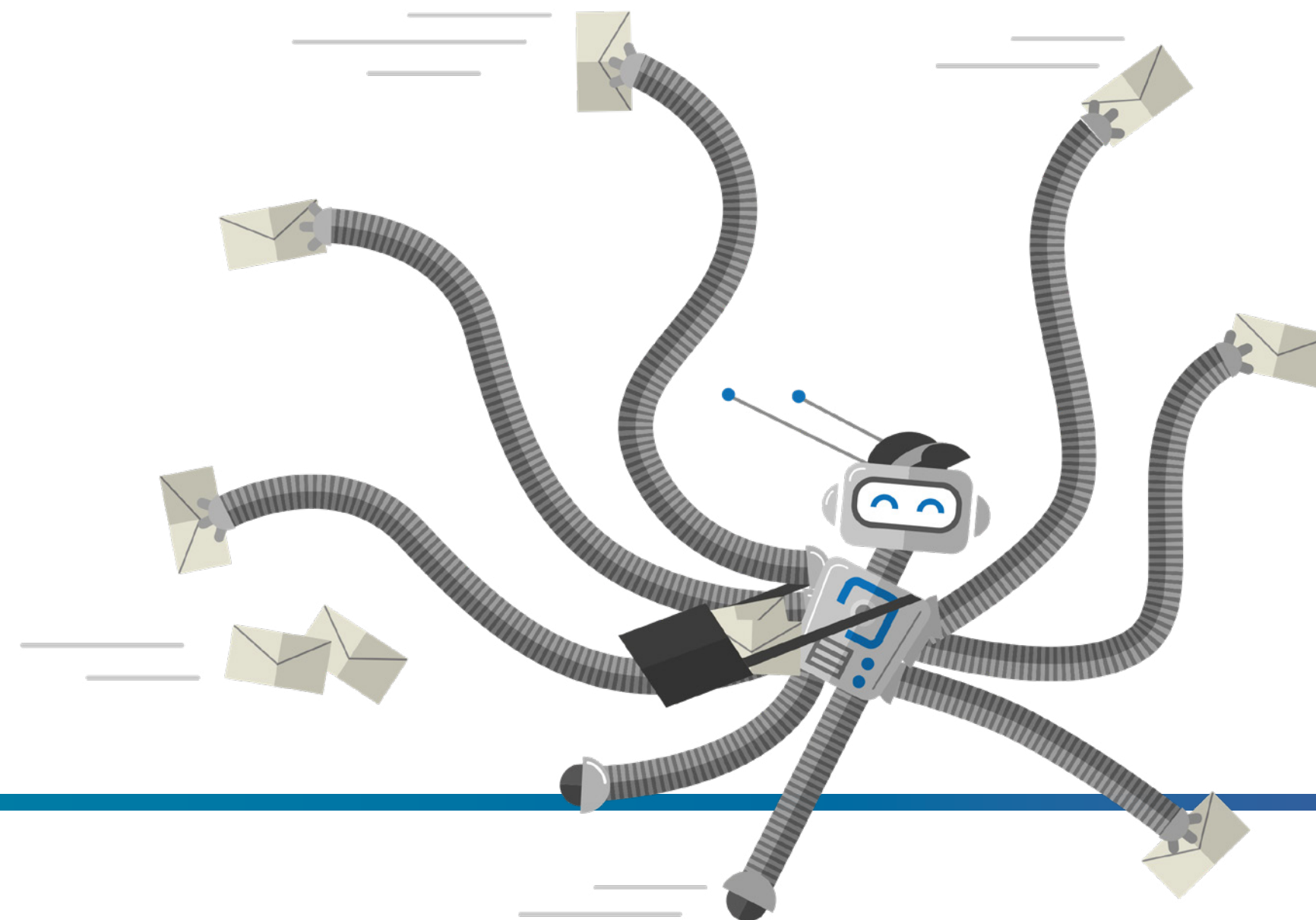
Conversion: bezeichnet im Marketing, insbesondere im Online-Marketing die Umwandlung des Status einer Zielperson in einen neuen Status, z. B. die Umwandlung eines Interessenten in einen Kunden. *(Wikipedia)*

CRM: Customer-Relationship-Management

Kampagne: ist eine zeitlich befristete Aktion mit einem definierten Ziel, das durch geplantes und koordiniertes Zusammenwirken mehrerer Personen oder Akteure zu erreichen versucht wird. *(Wikipedia)*

Lead: die erfolgreiche Kontaktabbahnung eines Produkt- oder Dienstleistungsanbieters zu einem potenziellen Interessenten *(Wikipedia)*

Marketing-Automation: auch Marketing-Automatisierung genannt, ist eine softwaregestützte Methode um Marketingprozesse zu automatisieren. *(Wikipedia)*



♥ WE
LOVE
DIGITAL

Telenova GmbH

Liebfeldstraße 16, 3100 St. Pölten
Tel.: 02742 228 0, office@telenova.at
telenova-digital.at