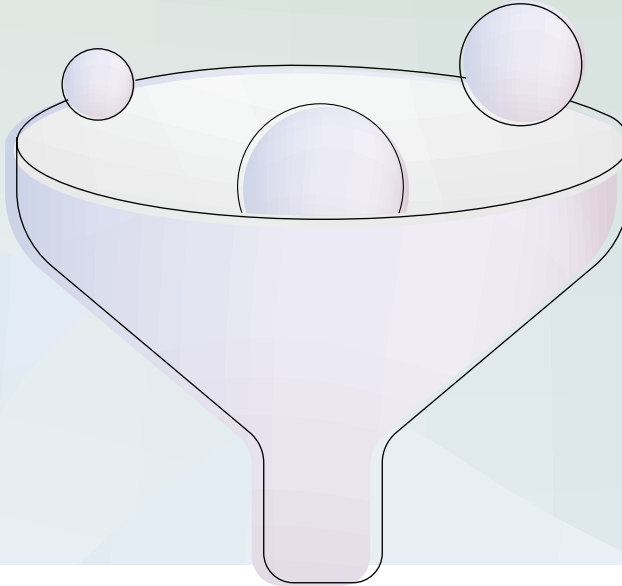


MOSAIQ

KOMMUNIKATIONSAGENTUR



Marketing Automation

AUTOMATISIERTE MARKETING-PROZESSE FÜR SYSTEMATISCHES CUSTOMER LIFECYCLE MANAGEMENT.

Marketing Automation ist nicht neu, aber seit dem durch Coronavirus ausgelösten Digitalisierungsschub in aller Munde. Warum? Weil dies Gattung umfassender Software-Lösungen, in Marketing und Vertrieb zu mehr Effizienz und Umsatzsteigerungen führt. Sind Begriffe wie Marketing-Funnels, Triggers, Lead-Management, -Nurturing oder -Scoring für Sie noch Fremdworte? Wir erklären Ihnen, warum diese Tools zur Automatisierung von Marketingprozessen auch für KMUs unverzichtbar sind und helfen Ihnen bei der Implementierung und Bewirtschaftung.

Was ist Marketing Automation

Marketing-Automation oder Marketing Automatisierung ist eine software-gestützte Methode zur Neukundengewinnung, Kundenbindung und -Weiterentwicklung, um bestehende Kunden zu Wiederkäufern zu machen.

Marketing Automation hilft den Vertriebsprozesse zu verbessern und über die effizientere Lead-Generierung mehr Umsatzes zu generieren. Marketing Automation

hilft systematisch die Effizienz der Lead-Gewinnung zu erhöhen und das Lead-Management skalierbar zu gestalten. Für die Marketing-Automation werden Software-Plattformen und Tools genutzt, um Kundendaten zu sammeln und über Web-Controlling sowie Automatisierungsprozesse eine 1:1-Kommunikation möglich zu machen. Über feste Workflows und CRM-Synchronisation können Marketingkampagnen effizient geplant und umgesetzt werden.

NEUGIERIG?
REFERENZBEISPIELE
GEFÄLLIG?

**KONTAKTIEREN
SIE UNS**

Warum Marketing Automation?

Marketing Automation macht es möglich, effizienter, systematischer und standardisierter arbeiten zu können. Verschiedenste Prozesse und Aufgaben laufen automatisch im Hintergrund und lösen manuelle Vorgänge, was mehr Zeitaufwand, Intensität und Kosten bedeutet, ab. Durch Marketing Automation rücken Marketing und Vertrieb eng zusammen und profitieren voneinander. Interaktionen werden besser abgestimmt und relevante Informationen an die verschiedenen Zielgruppen übermittelt. Eine Automatisierung dieser täglichen Abläufe, lässt einen Vertrieb stabil und gewinnbringend verbessern und u.a. den Kanal zum Interessenten / Kunden präziser abstimmen. Marketing Automation vereinfacht Planung, Steuerung und Auswertung von Marketing-Kampagnen.

Wie hilft mir Marketing-Automation, einen Lead zu einem Auftrag zu machen?

Mit Marketing Automation können Unternehmen Leads generieren, pflegen und aus einem potenziellen Neukunde einen Kunden machen. Die gesammelten Informationen werden strukturiert bereitgestellt und so dem Interessenten zugespielt. So wird der Neukunden über den passenden Kanal zur richtigen Zeit, in regelmäßigem Intervall mit für ihn relevanten Informationen versorgt. So können Marketing-Massnahmen geplant und automatisiert umgesetzt werden.

Wie funktioniert Marketing Automation Software?

Marketing Automation Software umfasst Software-Lösungen, die Abläufe im Marketing automatisieren. Verschiedene Funktionalitäten, die dabei helfen, z.B. Analysen leichter und schneller auszuwerten, Landingpages zu erstellen, E-Mail-Marketing zu betreiben, soziale Medien zu bespielen und Leads systematisch in Aufträge umzuwandeln. Die Software-Inhalte sind auf spezielle Arbeitsschwerpunkte ausgelegt. Die Software-Lösung, sollte auf Branche, Unternehmensgrösse, -ausprägung und die Art der Kunden abgestimmt sein (Endverbraucher / Geschäftskunden).

Marketing-Automations-Plattformen sind All in One-Tools, die mehrere Funktionalitäten vereinen und Aufgaben übernehmen aus CRM, Web-Analyse bzw. Nutzer-Tracking, E-Mail-Marketing und Social-Media-Marketing sowie Retargeting via Facebook oder Google AdWords.

Dadurch wird es möglich, ein effizientes und systematisches Kundenbeziehungsmanagement aufzubauen. Kundenbeziehungsmanagement ist eine systematische Gestaltung (Zusammenführung) jeder Interaktion und Beziehungen des Unternehmens, sämtlicher Daten von Neu- und Bestandskunden.

Marketing Automation für Lead-Gewinnung und Lead-Nurturing

Die meisten Marketing Automations-Lösungen setzen ihren Schwerpunkt im sogenannten Lead-Nurturing. Lead-Nurturing beschreibt den Lead Management-Prozess beginnend bei einem Lead wie z.B. einer eingegangenen Anfrage oder den Erhalt einer Kontakt-Info wie z.B. eine E-Mail-Adresse bis hin zum Auftrag.

Es gibt aber auch Lösungen, die bereits bei der Content-Produktion oder Content-Publikation ansetzen. Digitalisierung und Corona geben dem starken Trend zu Automatisierungslösungen im Marketing nun endlich auch im Schweizer Markt den nötigen Schub. MOSAIQ hat sich als Early Adopter im Schweizer Markt darauf spezialisiert, entsprechende Lösungen für KMU zu evaluieren, zu implementieren und je nach Bedarf den Kunden im Campaigning zu begleiten und unterstützen. Den Kreativität kann nicht durch eine künstliche Intelligenz entwickelt werden.

Wir haben uns in einem ausführlichen Evaluationsprozess für Active Campaign als Tool zur Marketing Automation für uns und unsere Kunden entschieden. Diese Software-Lösung ist von der Kostenstruktur für kleine und mittelständische Unternehmen erschwinglich und bietet zudem eine Vielzahl Möglichkeiten für die Umsetzung individueller Strategien für die Marketing-Automatisierung. Je nach Bedarf gibt es aber, wie oben beschrieben, auch passendere Alternativen in einem Markt von weltweit über 7000 und im deutschen Markt über 400 Anbietern unterschiedlichster Ausprägung.