

5 syytä, miksi tarvitset markkinoinnin automaatiota

1

Markkinoinnin automatisointi antaa sinulle paremman markkinointivirran

Käyttääkö yrityksesi useita viestintäkanavia tavoittaakseen asiakkaasi? Jos ei, nyt on aika aloittaa! Monikanavaisesta markkinoinnista on tullut osa jokapäiväistä elämäämme, sillä yhä useammat meistä eivät käytä vain yhtä kanavaa saadakseen tietoa. Olemme jatkuvasti liikkeellä, ja meillä on pääsy kännykkäämme, surffaamme tietokoneellamme tai luemme sähköpostimme tabletilla. Olemme useissa kanavissa yhtä aikaa, sekä digitaalisesti että fyysisesti.

Siksi on tärkeää, että yrityksesi on siellä, missä asiakkaasi ovat. Mutta ei riitä, että olet siellä, missä he ovat, vaan sinun on myös oltava sinnikäs markkinointisi kanssa. Markkinoinnin automatisointityökalun avulla on helppo pitää yllä tasaista markkinointivirtaa asiakkaillesi ja kävijöillesi. Voit perustaa yksinkertaisia tai edistyneempiä virtoja tarpeidesi mukaan ja tavata asiakkaitasi tiedotuskanavissa, joissa he ovat aktiivisia.

2

Investointi markkinoinnin automaatioon säästää aikaa ja rahaa

On monia tekosyitä sille, miksi et tee monikanavaista markkinointia. Se maksaa liikaa rahaa, sinulla ei ole aikaa tai menetät sisäisiä resursseja osaamisen tai henkilöstön muodossa. Markkinoinnin automaatiotyökalun avulla on helppoa tehdä monikanavaisia markkinointikampanjoita, jotka tavoittavat asiakkaat useilla asiakkaan ostopolun osa-alueilla.

Markkinoinnin automaatio helpottaa markkinoinnin kokoamista yhtenäiseksi. Oikean työkalun avulla on helppo määrittää markkinointivirtoja, ajoittaa uutiskirjeiden lähettämistä ja priorisoida, millaista markkinointia asiakkaillesi lähetetään. Kun käytät työkalua oikein, saat enemmän aikaa muuhun markkinointiin. Yhdistä markkinoinnin automaatiotyökalusi CRM-järjestelmään, niin varmistat, että kaikki tietosi ovat ajan tasalla, ja säästät aikaa, rahaa ja vaivaa pidemmällä aikavälillä.

3

Markkinointisi voi kehittyä henkilökohtaisemmaksi

Kun mukautat markkinointisi vastaanottajalle, on helpompi tavoittaa hänet tärkeillä viesteillä. Voit helposti säätää, mitkä viestit päätyvät tietyille käyttäjille heidän markkinoinnin automaatiovirroissa tekemän vuorovaikutuksensa perusteella. Jos asiakas esimerkiksi klikkaa artikkelia sähköpostiviestissä useita kertoja, se voi olla merkki siitä, että sinun pitäisi lähettää asiakkaalle samanlaisia artikkeleita seuraavalla kerralla. Jos asiakas osoittaa kiinnostusta tiettyä tuotetta kohtaan, saatat haluta lähettää tietoa tämän tuotteen kanssa sopivista tuotteista tai tuoteyhdistelmistä seuraavalla kerralla. Nämä ovat vain muutamia ehdotuksia siitä, miten voit mukauttaa ja luoda markkinoinnin automaatioita, sillä mahdollisuuksia on loputtomasti!

Koordinoimalla, minkälaisia viestejä lähetät vastaanottajille, vaikutat alasi asiantuntijalta ja näytät asiakkaillesi, että ymmärrät heitä ja heidän tarpeitaan. Tämä saa vastaanottajan paremmin kiinnittämään huomiota markkinointiisi.

4

Paranna sisäistä viestintääsi

Markkinointiosastollasi on useita henkilöitä, jotka ovat kaikki oman alansa asiantuntijoita, verkkosivusuunnittelusta ja grafiikasta kirjoittamiseen ja sosiaaliseen mediaan. Suuremmissa markkinointiosastoissa on helppo keskittyä vain omaan alaansa näkemättä kaikkien markkinointitoimien kokonaisuutta. Sisäinen tieto saattaa juuttua yhteen osaan organisaatiota löytämättä oikeaa vastaanottajaa. Siksi on tärkeää paitsi integroida markkinoinnin automaatiotyökalunne CRM:ääsi, mutta myös integroida sisäinen viestintäsi markkinointivirtaan.

Voit ohjata sisäistä viestintävirtaa eri osastoille samalla tavalla kuin hallitset tietovirtoja asiakkaillesi. Onko asiakas useita kertoja klikannut hintakorttia sähköposteissasi? Automatisoi tämän liidin lähettäminen myyntiosastollesi. Onko asiakas klikannut useita kertoja yhteystietojasi? Saatat haluta automatisoida sähköpostiviestin asiakaspalvelullesi lisätietojen kanssa. Kaikki riippuu sisäisistä tarpeistanne ja miten haluatte määritellä sisäiset viestintävirtanne.

5

Pysy kilpailijoidesi edellä

Nykyaikaiset markkinoinnin automaatiotyökalut tarjoavat useita ratkaisuja asiakasviestinnälle. Oikeanlaisen työkalun avulla voit löytää parempia johtolankoja, luoda drip-kampanjoita, tehdä säännöllistä markkinointia tai tehdä anti-churn toimenpiteitä asiakkaille, jotka ovat lähdössä pois yrityksestäsi. Periaatteessa lähes kaikenlaista markkinoinnin automaatioviestintää voidaan tehdä automatisoidusti.

Markkinoinnin automaatio on toisin sanoen tehokas työkalu, jos sitä käytetään oikein. Mutta työkalu voi suorittaa automaatiota vain asettamillesi ja suunnittelemllesi markkinointivirroille, mikä on tärkeää pitää mielessä. Jos valmistelet erilaisia markkinointivirtoja ja luot alueita, joissa markkinoinnin automatisointityökalu voi toimia, pysyt helpommin kilpailijoidesi edellä. Siinä missä kilpailijasi eivät ehkä seuraa whitepaperin lataamista, työkalusi lähettää automaattisesti kiitosviestin 3 päivän kuluttua. Kun kilpailijasi menettävät asiakaskontaktin puhelun jälkeen, sinun asiakkaasi päätyvät kampanjaan, jossa asiakkaat saavat sinulta lisämarkkinointia. Nämä ovat vain muutamia esimerkkejä siitä, miten voit pysyä kilpailijoitasi edellä markkinointiviestinnässä. Hyvällä markkinoinnilla kasvatat liidien ja solmittujen kauppohen määrää ajan myötä ja pysyt jatkuvasti kilpailijoidesi edellä!

?

Haluatko lisää tietoa siitä, mitä markkinoinnin automaatiotyökalu voi tehdä yrityksellesi? Onko aika parantaa asiakasviestintääsi? Älä epäröi ottaa yhteyttä meihin Lime Technologiesilla saadaksesi lisätietoja ja esittelyn markkinoinnin automaatiotyökalustamme.