

5 Antworten auf die Frage, warum Sie Marketing- Automatisierung

1

Marketing-Automatisierung sorgt für einen reibungsloseren

Verwendet Ihr Unternehmen mehrere Kanäle, um Ihre Kunden zu erreichen? Wenn nicht, ist es Zeit, damit anzufangen! Multi-Channel-Marketing ist zu unserem Alltag geworden, da immer mehr von uns nicht nur einen Kanal zur Informationsbeschaffung nutzen. Wir sind unterwegs und haben Zugriff auf unser Handy, wir surfen am Computer und lesen unsere E- Mails auf unserem Tablet. Wir sind auf mehreren Kanälen gleichzeitig unterwegs, sowohl digital als auch physisch.

Daher ist es wichtig, dass Ihr Unternehmen dort ist, wo Ihre Kunden sind! Doch es reicht nicht aus, nur dort zu sein, wo sie sind, Sie müssen auch in Ihrem Marketing konsequent sein. Mit einem Marketing-Automatisierungstool wird es einfacher, das Marketing genau auf Ihre Kunden und Besucher abzustimmen. Sie können je nach Bedarf einfache oder erweiterte Abläufe einrichten und Ihre Kunden auf allen Kanälen erreichen, die sie nutzen möchten.

2

Investitionen in Marketing-Automatisierung sparen Zeit und Geld

Es gibt viele Ausreden, warum man keine Multi-Channel-Marketingkampagnen nutzt. Es kostet zu viel Geld, man hat keine Zeit oder es fehlen Ressourcen in Form von Wissen oder Personal. Mit einem Marketing-Automatisierungstool können Sie ganz einfach Marketingkampagnen in mehreren Kanälen umsetzen, aber auch dafür sorgen, dass Ihr Verkaufszyklus mehr Kundenkontaktpunkte erhält.

Mit der Marketing-Automatisierung können Sie Ihr Marketing einheitlicher gestalten. Mit dem richtigen Tool ist es ganz einfach, Abläufe einzurichten, Mailings zu planen und die Art des Marketings zu priorisieren, das an Ihre Kunden versendet wird. Wenn Sie Ihr Tool richtig nutzen, haben Sie mehr Zeit für andere Marketingaktivitäten. Wenn Sie Ihr Marketing- Automatisierungstool mit einem CRM verbinden, stellen Sie sicher, dass Ihre Daten während der Reise auch in Ihrem CRM aktualisiert werden, und Sie Zeit und Geld sparen.

3

Ihr Marketing lässt sich persönlicher gestalten

Durch die Anpassung des Marketings an den Benutzer wird es einfacher, die richtige Botschaft zu vermitteln. Passen Sie an, welche Nachricht in den Händen Ihrer Kunden landet, je nachdem, was diese für Interaktionen in Ihrem Marketing-Automatisierungsablauf tun. Wenn der Kunde beispielsweise mehrmals auf einen Artikel-Link in einer E-Mail klickt, kann dies ein Signal sein, im nächsten Mailing weitere ähnliche Artikel an den Kunden zu senden. Wenn der Kunde ein erhöhtes Interesse für bestimmte Produkte zeigt, kann es sinnvoll sein, ähnliche Produkte oder Produktkombinationen zu versenden, die für den Empfänger von Interesse sein könnten. Es gibt viele Möglichkeiten: Sie entscheiden, wie Sie Ihre Abläufe zusammenstellen möchten.

Indem Sie koordinieren, welche Nachricht an Ihre Empfänger gesendet wird, treten Sie als Experte auf Ihrem Gebiet auf und zeigen, dass Sie Ihren Kunden gut verstehen und kennen, was die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass die Botschaft beim Empfänger tatsächlich ankommt.

4

Verbessern Sie Ihre interne Kommunikation

Eine Marketingabteilung besteht normalerweise aus mehreren verschiedenen Personen, die unterschiedliche Kenntnisse in ihren Bereichen besitzen, von Webdesign und Grafik bis zu Text und sozialen Medien. In großen Marketingabteilungen kann es leicht passieren, dass man sich auf seinen Bereich konzentriert, ohne das Gesamtbild des Marketings zu betrachten. Es kann leicht passieren, dass Informationen in Teilen der Organisation stecken bleiben, ohne dass sie den richtigen Empfänger erreichen. Daher ist es nicht nur wichtig, dass Sie Ihr CRM mit Ihrem Marketing-Automatisierungstool integrieren können, sondern auch, dass Sie Ihre interne Kommunikation in Ihren Marketingablauf integrieren.

So wie Sie die Kommunikation mit Ihren Kunden steuern, wenn diese in Ihrem Ablauf eine Auswahl treffen, können Sie auch steuern, welche Kommunikation an Ihre internen Abteilungen gesendet wird. Hat der Kunde mehrfach auf eine Preiskarte in Ihrer E-Mail geklickt? Dann kann es angebracht sein, eine Lead-E-Mail an Ihre Vertriebsabteilung zu automatisieren. Wenn der Kunde mehrmals auf die Kontaktadresse klickt, sollten Sie vielleicht automatisieren, damit Ihr Kundenservice die Informationen erhält. Es liegt ganz bei Ihnen und Ihren eigenen internen Anforderungen, wie Sie die Informationen zwischen den Abteilungen weitergeben.

5

Seien Sie Ihren Mitbewerbern einen Schritt voraus

Moderne Marketing-Automatisierungstools bieten heute verschiedene Arten von Lösungen für die Kommunikation mit Ihren Kunden. Mit dem richtigen Tool erhalten Sie die Möglichkeit, Leads zu finden, Drip-Kampagnen durchzuführen, gewöhnliches Marketing zu betreiben und die Abwanderung von Kunden zu verhindern, die sich von Ihrem Unternehmen abwenden. Im Grunde lässt sich fast alles, was irgendeine Art digitaler Marketingkommunikation bietet, meist mehr oder weniger automatisieren.

Mit anderen Worten: Marketing-Automatisierung ist ein leistungsstarkes Tool, wenn es richtig eingesetzt wird. Allerdings wird das Tool nur die Marketingabläufe umsetzen, die Sie eingerichtet und geplant haben, was Sie unbedingt im Auge behalten sollten. Doch wenn man eine gute Vorarbeit leistet und in einem automatisierten Marketingablauf verschiedene Kontaktflächen vorbereitet, ergeben sich große Chancen, der Konkurrenz einen Schritt voraus zu sein. Wenn Ihre Konkurrenten einem Whitepaper-Download nicht folgen, sendet Ihr Marketing-Automatisierungstool nach drei Tagen eine Dankes-E-Mail. Wenn der Konkurrent nach einem Anruf einen Kundenkontakt abbricht, landen Ihre Kundenkontakte stattdessen in einer Drip-Kampagne, bei der der Kunde zusätzliches Marketing von Ihnen bekommt.

Dies sind nur einige Beispiele dafür, wie Sie in Ihrer Marketingkommunikation Ihren Mitbewerbern einen Schritt voraus sein und so auch Ihre Leads und Geschäftsabschlüsse steigern können.

?

Möchten Sie mehr darüber erfahren, was ein Marketing-Automatisierungs-Tool für Ihr Unternehmen leisten kann? Ist es Zeit, Ihre Marketingkommunikation Ihren Kunden gegenüber zu verbessern? Zögern Sie nicht, uns bei Lime Technologies für weitere Informationen und eine Demo unseres Marketing-Automatisierungstools zu kontaktieren.