

MARKETING AUTOMATION

Warum Marketing Automation?



Landsiedel

0

Warum Marketing Automation?

Einführung

Warum Marketing Automation? Einführung

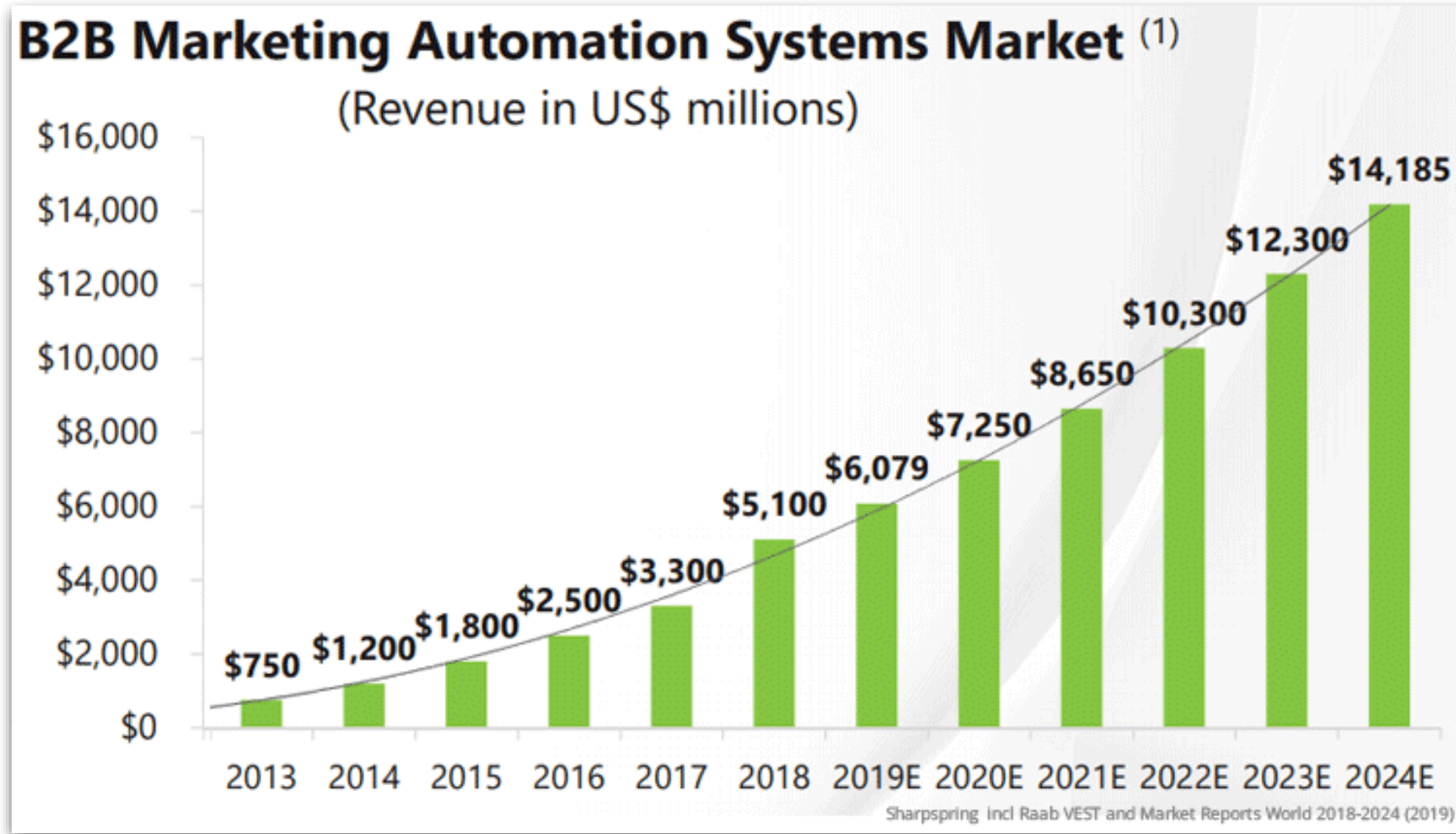


Quelle: <https://www.horizont.net/schweiz/nachrichten/marketing-automation-fehlende-ressourcen-bremsen-technologieeinsatz-211091?crefresh=1>

- 2023 ZHAW Studie, 290 Schweizer Unternehmen befragt
- 75% der Befragten sagen, dass Marketing Automation für ihr Unternehmen relevant ist
- Marketing Automation steht als 4. wichtigste Technologie da

Warum Marketing Automation?

Einführung



Quelle: <https://cdn.emailmonday.com/wp-content/uploads/B2B-Marketing-Automation-systems-market-size.png>

- Marketing Automation Umsatz im B2B-Markt
- Automation wird immer relevanter
- Immer mehr Tools werden auf den Markt kommen

1

Warum Marketing Automation?
Zeiteffizienz und Prozessoptimierung

Automatisierte Workflows

Automatisierung ermöglicht es dir, Marketingaufgaben ohne manuelle Überwachung durchzuführen, von der Kampagnenplanung bis zur Ausführung.

A large, solid orange curved shape that starts from the bottom right corner and curves upwards and to the left, framing the number '01'.

01

Reduzierung manueller Aufgaben

Automatisierung ersetzt repetitive Marketingaufgaben wie E-Mail-Follow-ups, Kontaktlisten-Segmentierung und Kundendatenbank-Aktualisierung, und kann das Team entlasten.

02

03

Automatisierung gewährleistet konsistente Prozesse und minimiert das Risiko menschlicher Fehler bei der Durchführung von Kampagnen und verschiedenen Prozessen.

**Konsistente, fehlerfreie
Umsetzung**

Automatisierte Systeme ermöglichen flexible Echtzeit-Reaktionen auf Veränderungen im Website-Traffic oder Kundenverhalten.

**Schnellere Reaktion auf
Marktveränderungen**

2

Warum Marketing Automation?
Skalierbarkeit

Warum Marketing Automation?

Skalierbarkeit



Kampagnen für **breitere Zielgruppen**

Mit Marketing Automation lassen sich umfangreiche Kampagnen problemlos ausrollen, die Tausende oder sogar Millionen von Nutzern erreichen, ohne dass zusätzliche manuelle Arbeit erforderlich ist.



Segmentierung und **Anpassung** im großen Maßstab

Selbst wenn die Anzahl der Kunden oder Leads zunimmt, können automatisierte Systeme diese leicht in verschiedene Segmente einteilen und personalisierte Marketingmaßnahmen für jedes Segment durchführen.



Wachstum ohne **proportionale Kostensteigerung**

Unternehmen können wachsen und mehr Kunden erreichen, ohne dass die Kosten im gleichen Maße steigen.

Warum Marketing Automation?

Skalierbarkeit



Nahtlose Integration neuer Marketingkanäle

Bei Expansion oder der Aufnahme neuer Marketingkanäle kann die Automatisierungsplattform oft einfach erweitert werden, anstatt von Grund auf neu zu beginnen.



Vereinfachung komplexer Kampagnen

Mehrstufige oder Cross-Channel Kampagnen können komplex in der Umsetzung sein. Durch Automatisierung werden diese vereinfacht und können effizienter skaliert werden.



Optimierung durch kontinuierliches Lernen

Automatisierte Systeme können ständig Daten sammeln und daraus lernen. Das ermöglicht eine kontinuierliche Optimierung der Kampagnen, auch wenn sie in großem Maßstab durchgeführt werden.

3

Warum Marketing Automation?
Personalisierte Kundenansprache

Warum Marketing Automation?

Personalisierte Kundenansprache

- **Bedeutung von Personalisierung:** Kunden erwarten maßgeschneiderte Erlebnisse, die dann auch Bindung und Umsatz steigern.
- **Daten als Schlüssel:** Interaktionen liefern wertvolle Informationen für individuelle Kundenansprache.
- **Segmentierung und Targeting:** Kunden werden basierend auf Verhalten und Interessen in Gruppen eingeteilt.
- **Trigger-basierte Kommunikation:** Automatisierte Nachrichten reagieren auf bestimmte Kundenaktionen.

Warum Marketing Automation?

Personalisierte Kundenansprache

- **Dynamischer Content:** Inhalte ändern sich in Echtzeit basierend auf dem Nutzerverhalten.
- **Multichannel-Ansatz:** Personalisierte Botschaften über E-Mail, Social Media, Apps und Website.
- **Feedback und Optimierung:** A/B-Tests und Analysen sorgen für stetige Verbesserung der Marketingmaßnahmen.

4

Warum Marketing Automation? Datengetriebene Entscheidungen

Warum Marketing Automation?

Datengetriebene Entscheidungen

01

Nutze konkrete, gesammelte Daten, um Entscheidungen zu treffen, anstatt dich auf Vermutungen oder Bauchgefühl zu verlassen. Dies sorgt für klare und zielgerichtete Marketingstrategien.

Daten als Basis

02

Analytische Tools können tiefe Einblicke in das Verhalten und die Vorlieben der Kunden bieten. Das ermöglicht wiederum eine genauere Segmentierung und Targeting.

Analysetools

03

Gewinne Einblicke in den gesamten Weg, den ein Kunde vor dem Kauf durchläuft. Dies hilft zu verstehen, welche Touchpoints am effektivsten sind und wo Optimierungsbedarf besteht.

Customer Journey

Warum Marketing Automation?

Datengetriebene Entscheidungen

04

Nutze Datenanalysen, um Vorhersagen über das zukünftige Verhalten der Kunden zu treffen. Dies ermöglicht es, Marketingstrategien proaktiv anzupassen und den ROI zu maximieren.

Predictive Analysis

05

Erkenne und reagiere schnell auf aktuelle Trends, Marktveränderungen oder Kundenfeedback. Da ermöglicht dir eine hohe Reaktionsgeschwindigkeit und Relevanz in der Kundenkommunikation.

Echtzeit

Warum Marketing Automation?

Datengetriebene Entscheidungen

06

Implementiere Prozesse, bei denen Kampagnen regelmäßig auf Basis von Performance-Daten überprüft und angepasst werden. Damit profitierst du von einer ständigen Optimierung und Anpassung an Marktbedingungen.

Rückkopplungen

07

Es ist entscheidend, nicht nur Daten zu sammeln, sondern diese auch in konkrete, umsetzbare Marketingmaßnahmen zu transformieren, um echte Ergebnisse zu erzielen.

Datenpunkt

5

Warum Marketing Automation?
Marketing-ROI und Umsatz

Marketing ROI

Marketing-Automation-Tools helfen, den Return on Investment (ROI) zu erhöhen, indem sie sicherstellen, dass Marketingaktivitäten effizienter und kostengünstiger durchgeführt werden.

01

Umsatzgenerierung

Durch zielgerichtete Kampagnen und personalisierte Ansprache können Interessenten schneller zu Käufern konvertiert werden, was den Umsatz steigert.

02

03

Automatisierte Follow-Up-Kampagnen und personalisierte Angebote fördern die Loyalität bestehender Kunden, was wiederum zu wiederkehrenden Käufen und höherem Kundenlebenswert führt.

Kundenbindung

Durch das Erkennen von Kundeninteressen und -verhalten können gezielte Angebote für verwandte oder höherwertige Produkte gemacht werden, was den durchschnittlichen Bestellwert erhöht

**Cross- und
Upselling**

Effiziente Budgetverwendung

Durch datengesteuerte Entscheidungen können Marketingbudgets gezielter eingesetzt werden, was unnötige Ausgaben reduziert und die Rentabilität erhöht.

Verbesserte Kampagnenanalyse

Mit automatisierten Analysetools kann der Erfolg von Kampagnen präzise gemessen werden, wodurch Unternehmen erkennen können, welche Strategien am effektivsten sind und wo Anpassungen erforderlich sind.

07

Die Möglichkeit, Kundeninteraktionen über verschiedene Kanäle und Touchpoints hinweg zu verfolgen, sorgt für konsistente und effektive Kommunikation, was die Konversionsraten positiv beeinflusst.

Lückenlose Kundeninteraktion

6

Warum Marketing Automation? Vor- und Nachteile

Warum Marketing Automation?

Vor- und Nachteile

Pros

Durch Automatisierungen kannst du Zeit und Kosten sparen



Gezielte Personalisierung und Segmentierung von Kundendaten



Verbesserte Lead-Generierung und -Nurturing



Du kannst Daten besser analysieren und nutzen



Verbesserte Zusammenarbeit zwischen Marketing und Vertrieb.



Cons



Die Einrichtung und Implementierung kann Zeitaufwendig sein



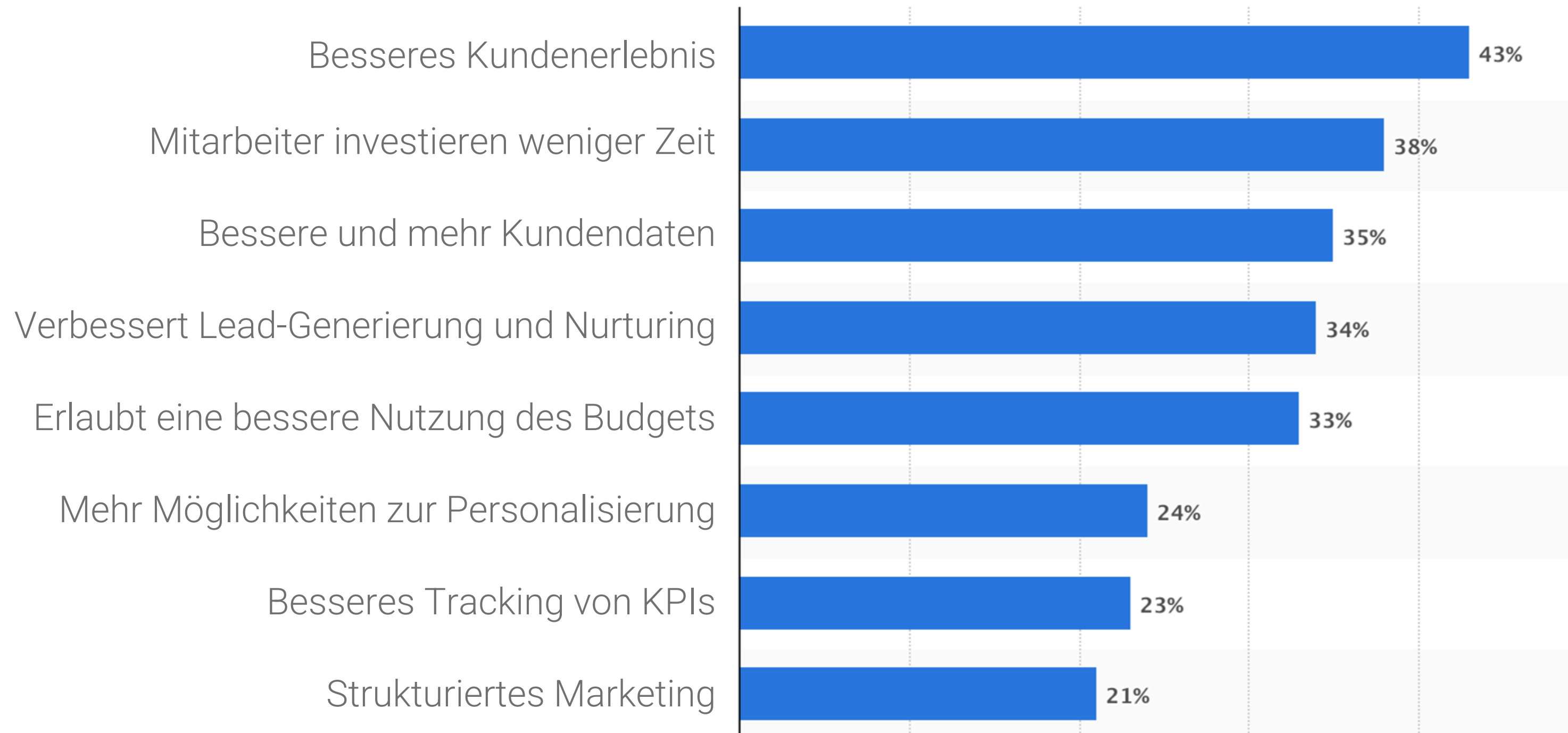
Automatisierungssoftwares können teurer sein



Es ist meistens eine gewisse Lernkurve vorhanden

Warum Marketing Automation?

Vor- und Nachteile - Statistik zu den Vorteilen



Statista Umfrage zu den Vorteilen von Marketing Automation

7

Warum Marketing Automation?
Wann brauche ich es?

Probleme beim Verfolgen von Leads

Wenn du ständig Probleme beim Verfolgen von Leads hast und vielleicht sogar gar keinen Überblick mehr hast, dann wäre Marketing Automation die Lösung für dich.

Mit Marketing Automation Tools erhältst du einen guten Überblick über deine Leads und kannst diese ganz einfach Verfolgen.

A large, solid orange curved shape, resembling a quarter-circle or a large arc, occupies the bottom right corner of the slide. Inside this shape, the number '01' is written in a large, white, sans-serif font.

01

Viele Abbrüche in der Kommunikation mit Kunden

Du möchtest zwar die Kommunikation mit deinen Kunden aufrechterhalten, aber irgendwie kommst du nicht hinterher und der Kontakt zu vielen Kunden bricht ab?

Auch hier wird dir Marketing Automation aushelfen, denn ein Großteil der Kommunikation mit deinen Kunden wird automatisiert und langfristig aufrechterhalten.

02

03

Wenn du viel zu viel Zeit mit der Auswertung von Daten verschwendest oder es einfach zu komplex für dich ist, kannst du dir mit Marketing Automation Aushilfe verschaffen.

Marketing Automation Tools werten Daten automatisch aus und stellen sie für dich bereit.

Auswertung von Daten

Wenn du selbst der Meinung bist, dass deine Kunden ein langweiliges und eintöniges Kundenerlebnis auf deiner Website haben, dann solltest du Marketing Automation ausprobieren.

Marketing Automation verhilft dir zu spannenden, personalisierten Kundenerlebnissen für deine Nutzer.

Eintöniges Kundenerlebnis

Zu viel Zeitaufwand

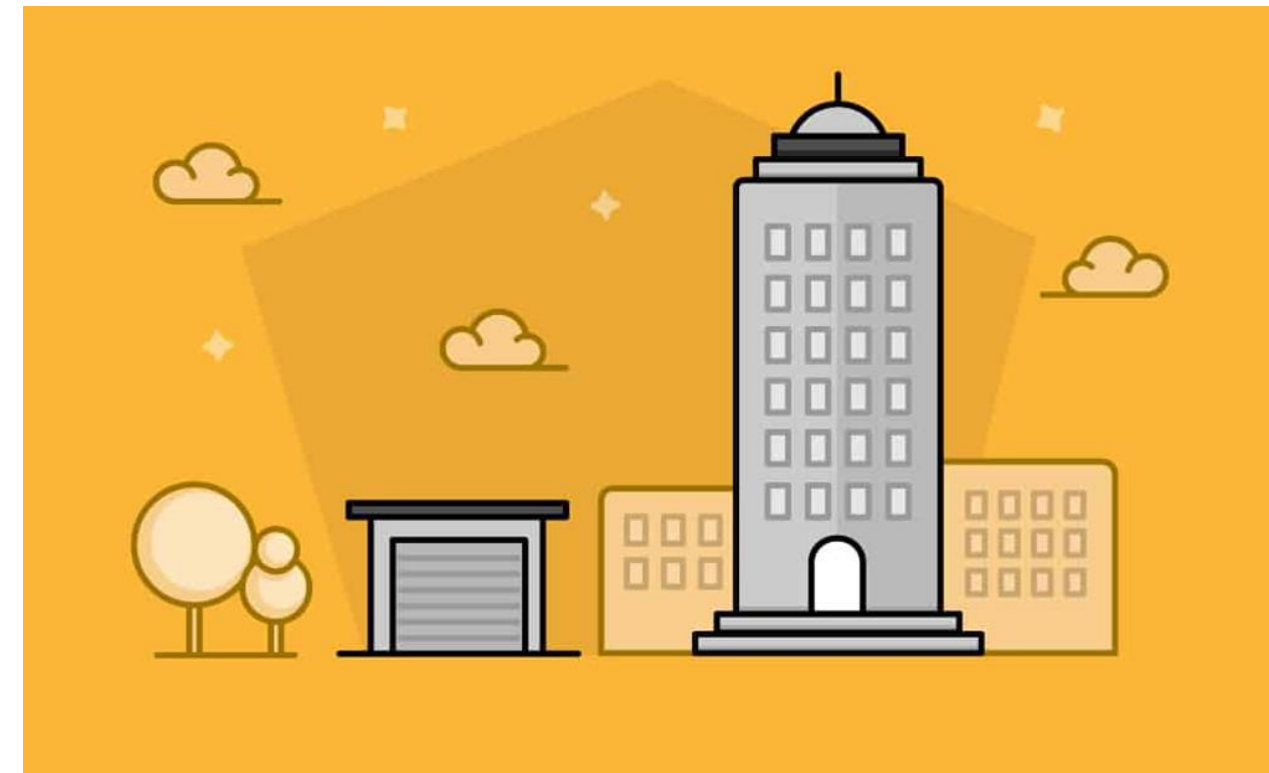
Wenn du oder dein Marketing-Team zu viel Zeit in das Marketing steckt, dann hilft auch hier Marketing Automation aus.

Wie der Name bereits sagt, werden sehr viele Marketingaufgaben automatisiert und dadurch auch viel Zeit erspart.

Warum Marketing Automation?

Wann brauche ich es? - Ab welcher Shopgröße sinnvoll?

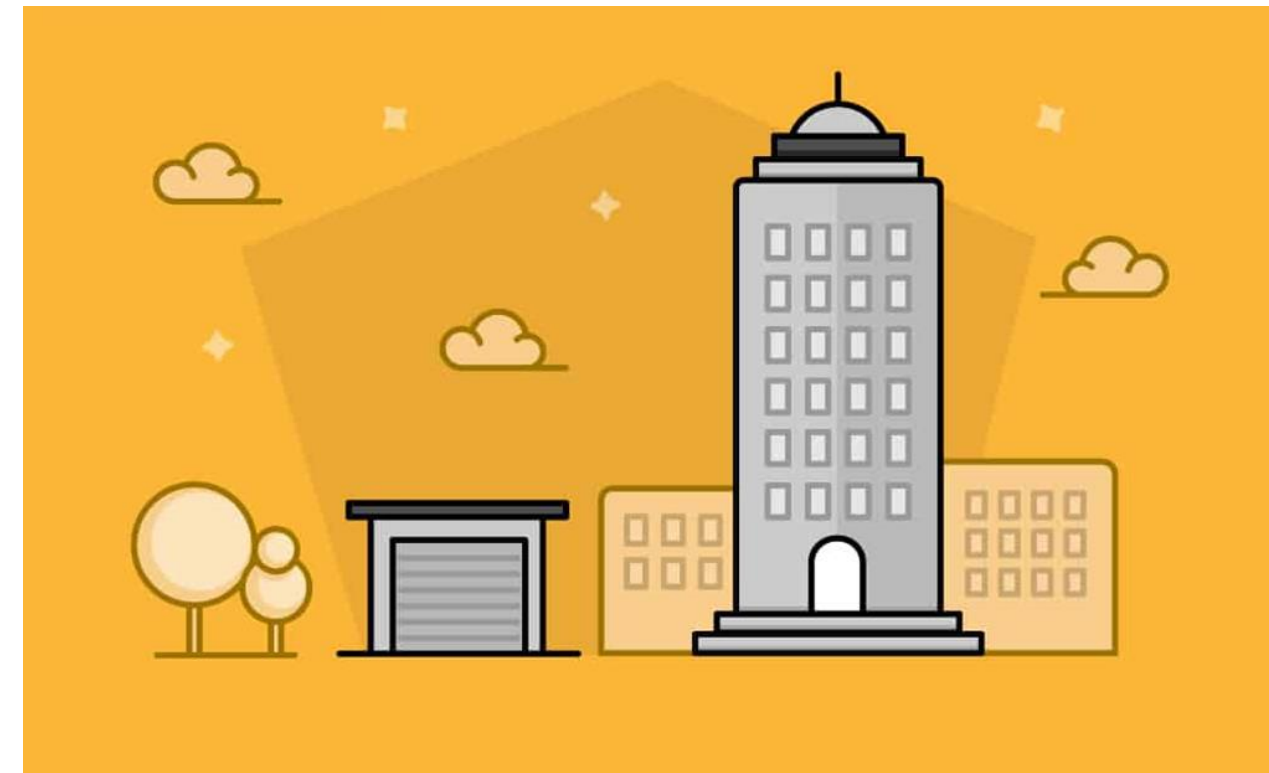
- Nun stellt sich noch die Frage:
Ab welcher Shopgröße ist Marketing Automation sinnvoll?
- Und die Antwort ist ganz klar:
Die Größe deines Shops spielt keine Rolle.



Warum Marketing Automation?

Wann brauche ich es? - Ab welcher Shopgröße sinnvoll?

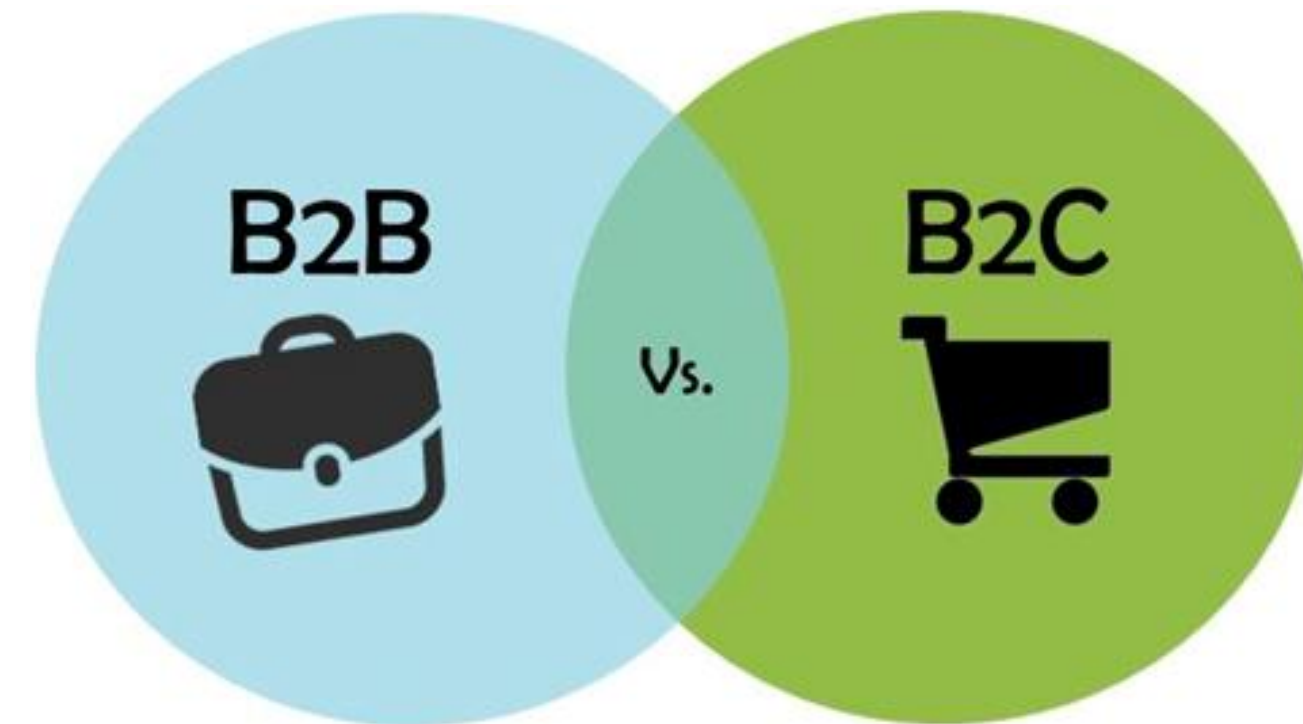
- Egal ob großer oder kleiner Shop. Marketing Automation kann sinnvoll für alle Shops sein.
- Marketing Automation hilft dir nicht nur Zeit zu sparen, sondern hilft dir auch beim Wachstum. Daher ist es sowohl sinnvoll für kleine Shops die wachsen möchten, aber auch für große Shops, die Zeit und Kosten sparen möchten.



Warum Marketing Automation?

Wann brauche ich es? - Marketing Automation für B2B oder B2C

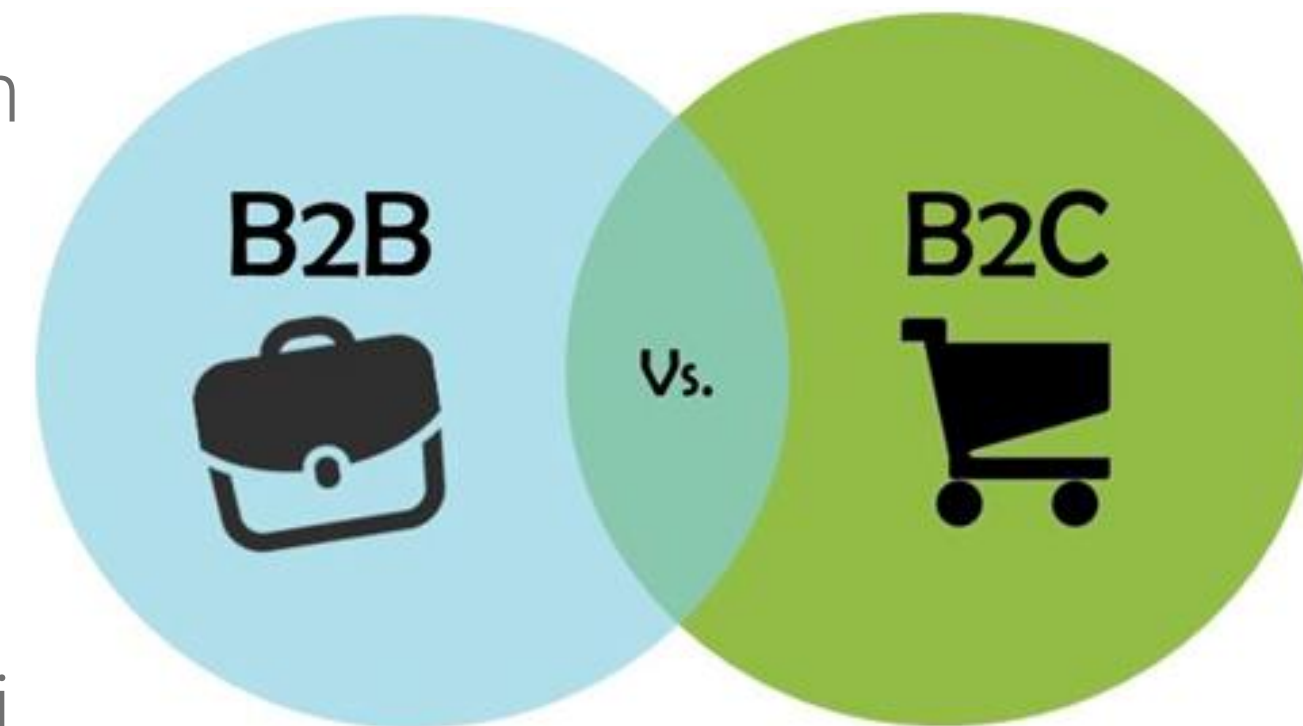
- Ist Marketing Automation eher für B2B oder eher für B2C geeignet?
- Hier kann man auch ganz klar sagen, dass das egal ist, denn Marketing Automation ist sowohl geeignet für B2B, als auch B2C (und sogar D2C).



Warum Marketing Automation?

Wann brauche ich es? - Marketing Automation für B2B

- B2B-Unternehmen können Marketing Automation nutzen um ihr geschäftlichen Beziehungen zu anderen Unternehmen und den eigenen Vertrieb zu stärken.
- Anwendungsbeispiel:
B2B-Unternehmen sendet automatische Rabatte an Kunden, die einen bestimmte Menge an Produkten bei Ihnen gekauft haben.
→ Stärkung der geschäftlichen Beziehung



Warum Marketing Automation?

Wann brauche ich es? - Marketing Automation für B2C

- B2C-Unternehmen können Marketing Automation nutzen um die Beziehungen zu ihren Endkunden zu verbessern und zu festigen
- Anwendungsbeispiel:
B2C-Unternehmen sendet wöchentlich automatischen interessanten Content mit Kaufaufforderung.
→ Bessere Kundenbindung + Erhöhung Conversion Rate

