

MARKETING AUTOMATION

Verschiedene Arten



Landsiedel

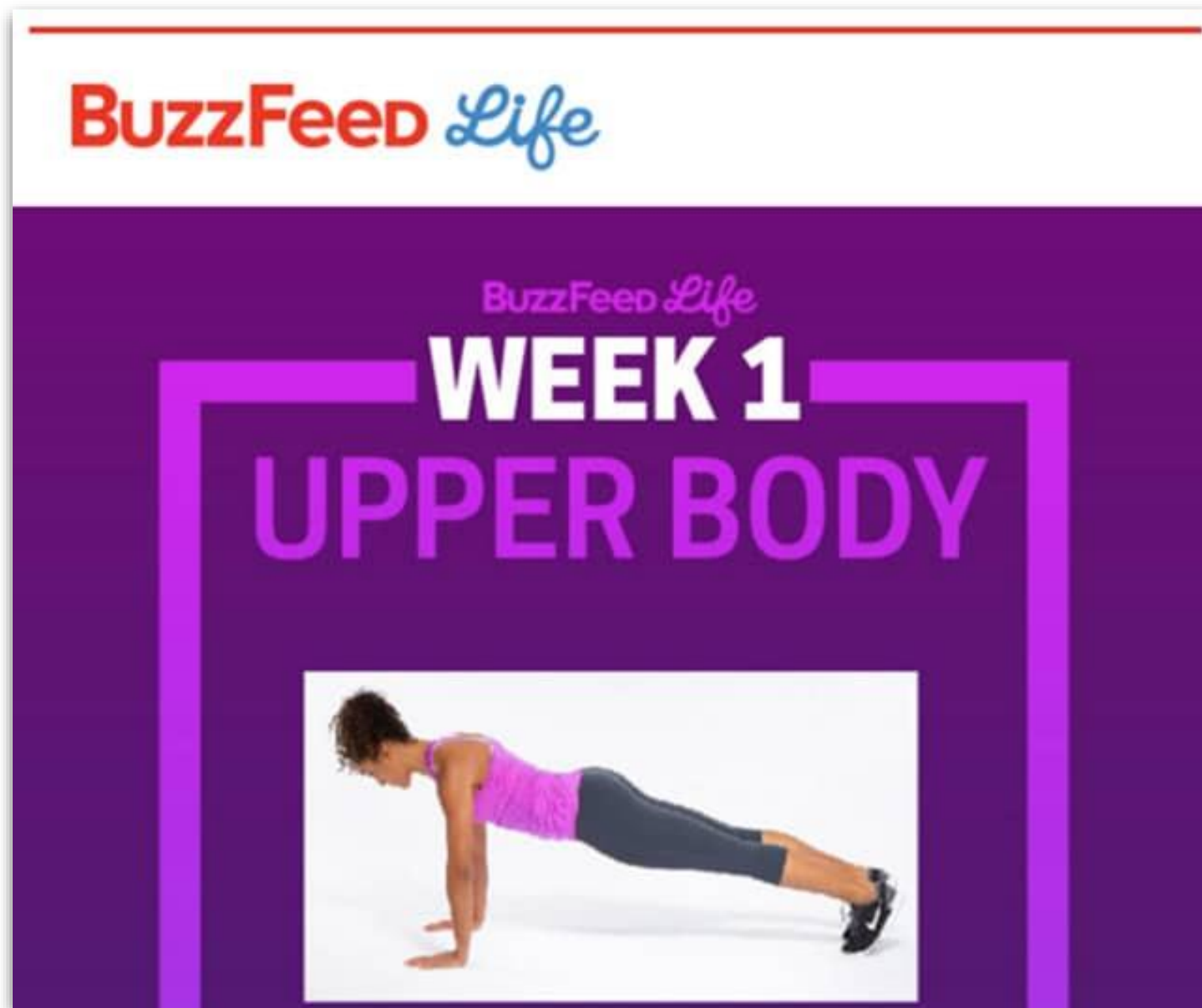
0

Verschieden Arten
Einführung

Verschieden Arten Einführung

- Du kannst fast alle manuellen Marketing Aufgaben automatisieren
- Von der Gewinnung neuer Kunden, über Lead Nurturing, bis hin zum Reporting und der Analyse gewonnener Daten
- Das ist Aufwand, den Unternehmen von vor 10 Jahren alles händisch machen mussten
- E-Mails händisch personalisieren oder generalisierte E-Mails versenden
- Kunden speziell den Anforderungen weitere Informationen zukommen lassen
- ...

Verschieden Arten Einführung



- BuzzFeed ist eine der meistbesuchten Websites weltweit
- Machen sich E-Mail Automation zu nutze
- Haben über 20 Newsletter, die speziell an die Interessen der Kunden anknüpfen
- Haben z.B. eine 4 Wochen Sport-Challenge als Newsletter
- Auch die größten Seiten setzen auf Automatismen um Nutzer zu gewinnen

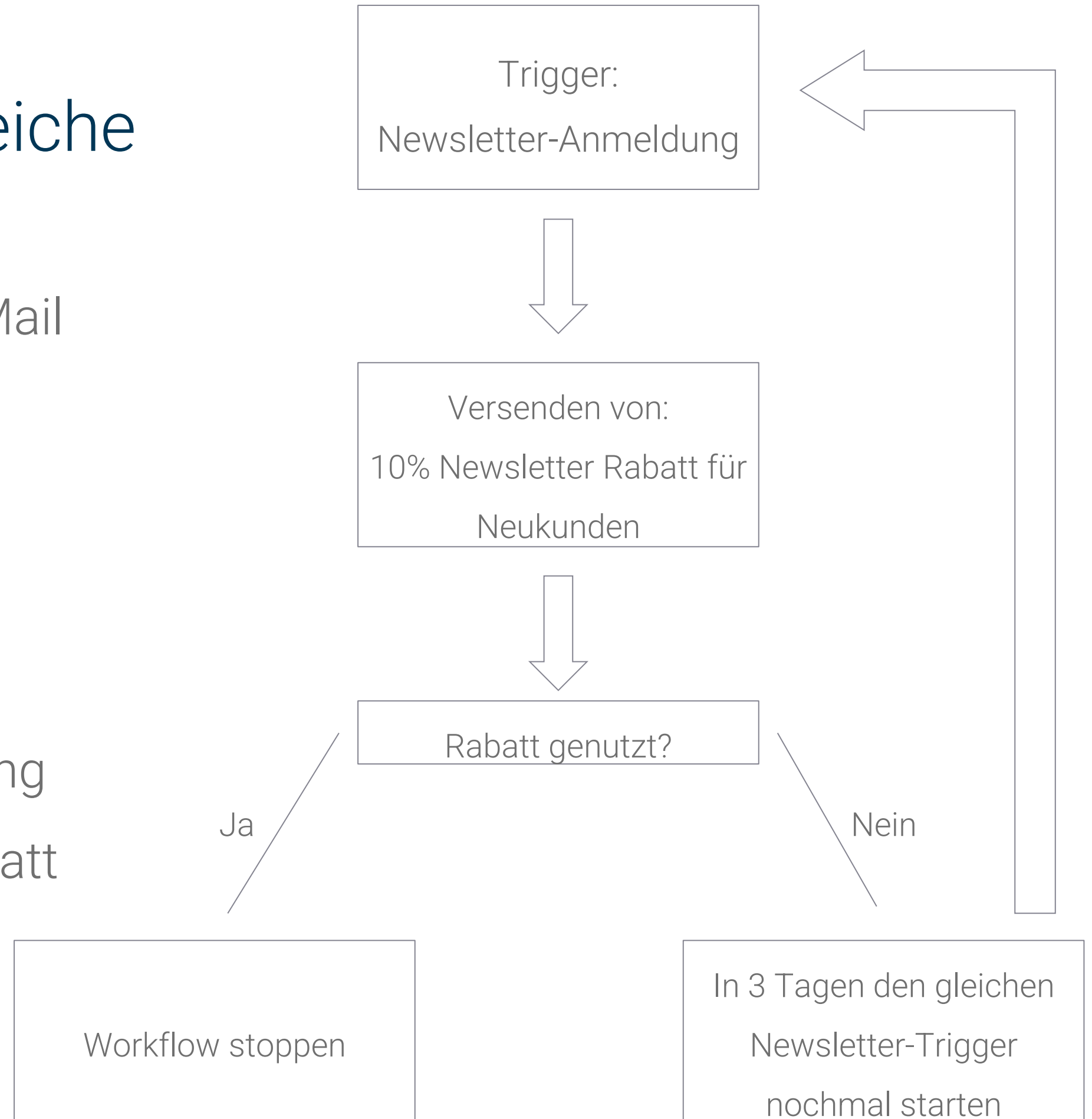
1

Verschieden Arten E-Mail-Automation

E-Mail-Automatisierung ist eine Methode, E-Mails zu erstellen, welche die richtigen Personen zum richtigen Zeitpunkt mit der richtigen Nachricht ansprechen – ohne die Arbeit ständig zu wiederholen. Stattdessen verschickst du automatisierte Nachrichten mithilfe eines Marketing-Automatisierungs-Tools.

Verschieden Arten E-Mail-Automation - Einsatzbereiche

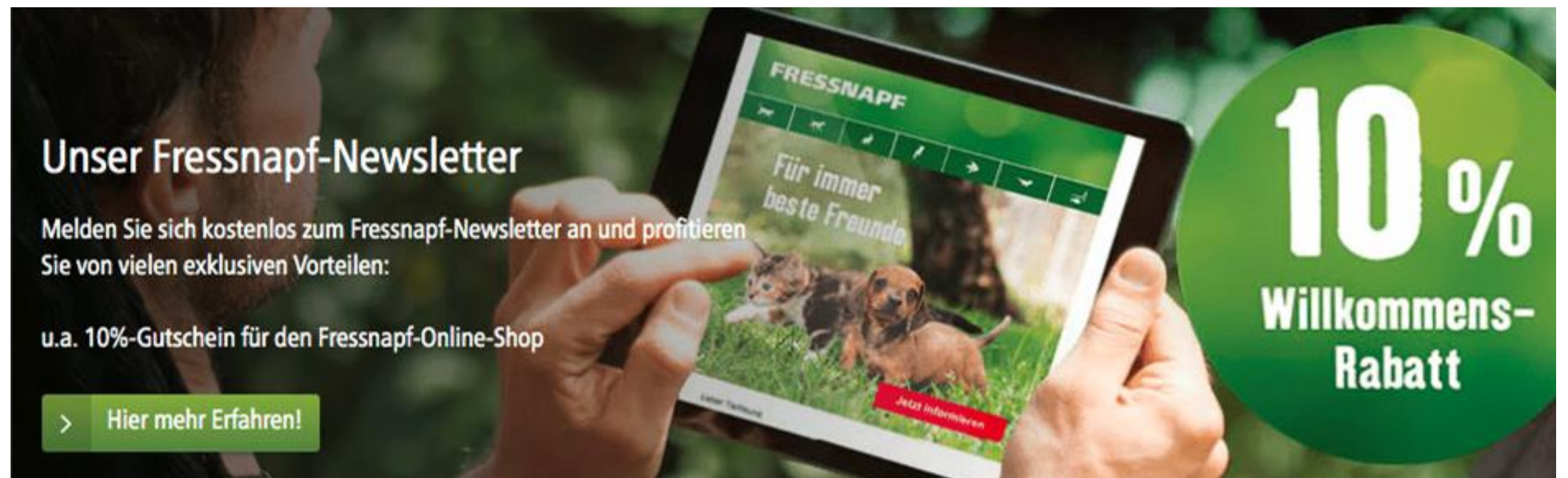
- Ein gängiger Einsatzbereich von E-Mail Automation sind Newsletter.
- Mit Workflows kann man neue Newsletter-Abonnenten direkt ansprechen und z.B. bei Nichtnutzung von Rabatten, automatisch den Rabatt nochmal zusenden.



Verschieden Arten

E-Mail-Automation - Einsatzbereiche

- Als Beispiel können wir “Fressnapf” nehmen, denn Fressnapf macht es genau wie in unserem Beispiel.
- Bei der Newsletter-Anmeldung wird ein Trigger ausgelöst, der den 10%-Rabatt per E-Mail versendet.
- Je nach Aktion des Kunden erfolgen dann neue Workflows.



Verschieden Arten

E-Mail-Automation - Beispielhafte Trigger

- **Kundenregistrierungen:** Begrüße neue Empfänger, die sich über ein angemeldet haben, mit zum Beispiel einem Willkommens-Rabatt.
- **Kalender-Einträge:** Versende automatisch eine E-Mail, wenn z. B. ein Geburtstag, ein regelmäßiger Termin oder besondere Feiertage anstehen.
- **Bestellungen:** Versende automatisch eine Bestätigungsmail, sobald ein Kunde etwas in deinem Online-Shop kauft.
- **Gemeinsame Merkmale:** Gruppieren Sie Ihre Empfänger aufgrund ihrer Interessen und Merkmale und lösen Sie Ihre Automations-Kette nur an bestimmte Gruppen aus.

Verschieden Arten

E-Mail-Automation - Komplexe Automations

- **Wenn / Dann Funktion:** Öffnet der Leser die Mail? - Dann Follow-Up Mail A, Öffnet er die Mail nicht? - Leser erhält anderen Newsletter B.
- **Tagging:** Leser Eigenschaften zuordnen, je nachdem wie diese sich verhalten.
Bsp.: Ein Leser öffnet nur die Mail des Newsletters, in der es um Schuhe geht.
Daraufhin bekommt er häufiger E-Mails, die von Schuhen handeln.
- **A/B Test:** Welche Betreffzeile kommt besser an? Teste unterschiedliche Formulierungen und Inhalte der Newsletter um herauszufinden, was deine Leser am ehesten klicken, bzw. wann die meisten Käufe zustande kommen.

Verschieden Arten

E-Mail-Automation - Vor- und Nachteile

	Pros	Cons
Kundenerlebnisse und Inhalte der Mails können personalisiert werden	✓	✗ Automatismen können unpersönlich und mechanisch wirken
Routinemäßige Inhalte werden automatisch getriggert	✓	✗ Einrichtung der verschiedenen Strecken kann ressourcenintensiv sein
E-Mail-Strecken können je nach Nutzerverhalten angepasst werden	✓	✗ Du bist abhängig von dem Tool / der Plattform
Regelmäßige und individuelle Angebote an die Leser	✓	
Minimierung menschlicher Fehler und Kostensenkung	✓	

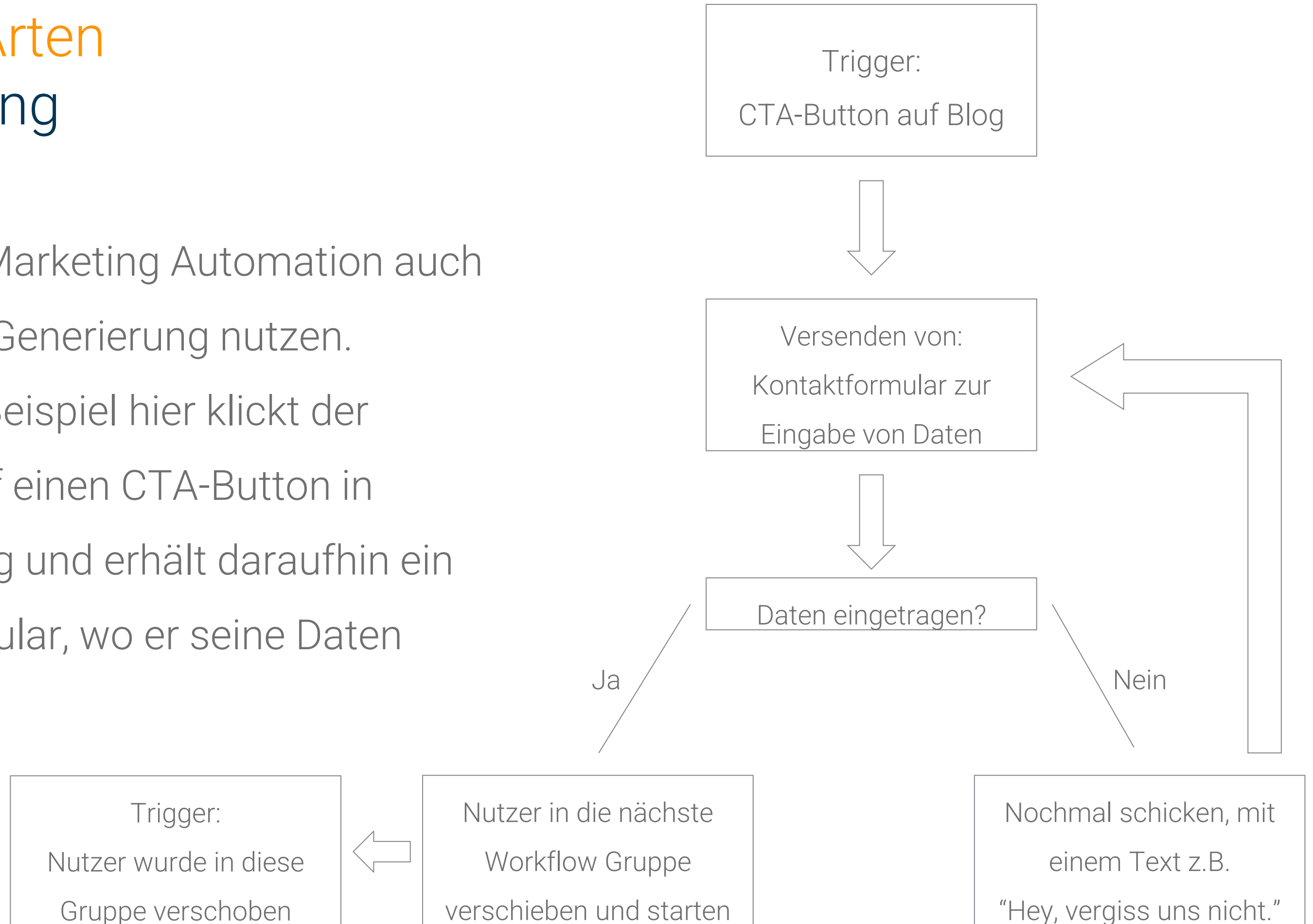
2

Verschieden Arten
Lead Generierung

Lead Generierung im Kontext der Marketing Automation bezieht sich darauf, wie du einen potenziellen Kunden identifizierst und ihn automatisiert durch den Verkaufsprozess führen kannst.

Verschiedene Arten Lead Generierung

- Wir können Marketing Automation auch für die Lead-Generierung nutzen.
- In unserem Beispiel hier klickt der Besucher auf einen CTA-Button in unserem Blog und erhält daraufhin ein Kontaktformular, wo er seine Daten eingibt.



Verschiedene Arten

Lead Generierung - Beispiel

- Snocks macht das ganz ähnlich, denn dort wird man bei Knopfdruck auf verschiedene Formulare weitergeleitet.
- Ganz am Ende kann man seine E-Mail eingeben und wenn der Nutzer das tut, wurde ein neuer Lead generiert.

Herren Damen Unisex

Socken Herren Unterwäsche Bekleidung Bundles Gutscheine

1→ Wo hast du deine Bestellung aufgegeben?*

☐ A Amazon

☐ B Snocks Onlineshop

☐ C Zalando

☐ D Otto.de

☐ E About You

☐ F Ebay

☐ G Limango

☐ H Sportscheck

☐ I Engelhorn

☐ J Outlet City Metzingen

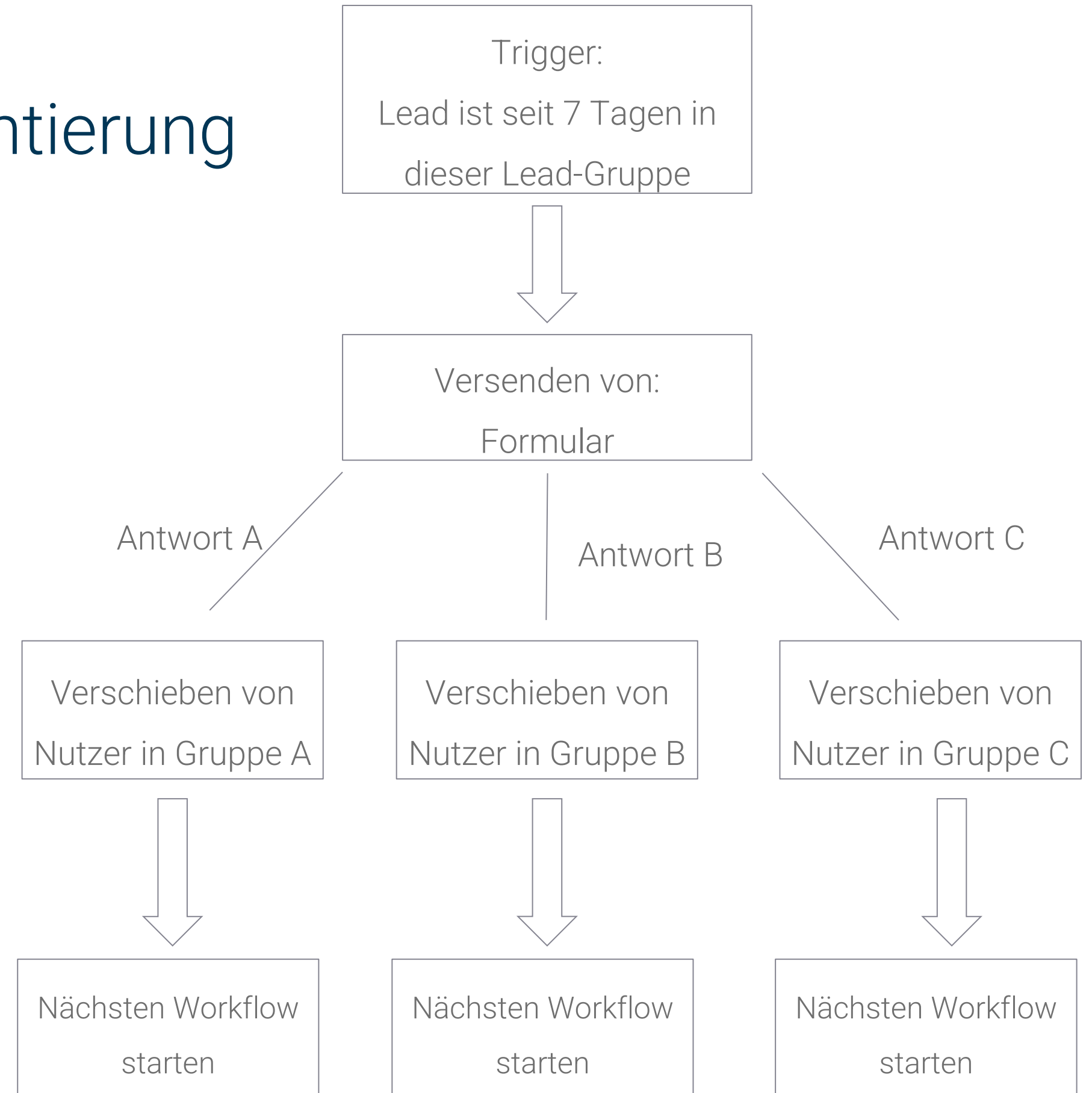
☐ K Kaufland

☐ L Breuninger

Verschiedene Arten

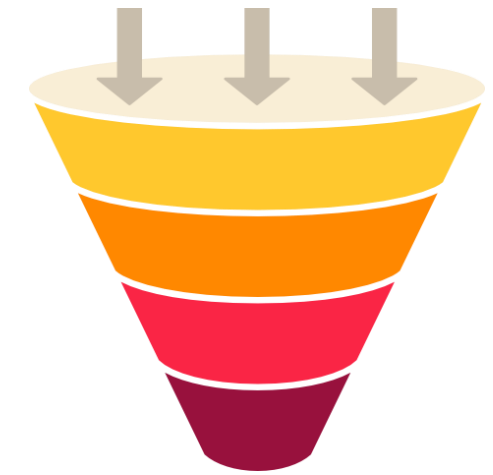
Lead Generierung - Lead Segmentierung

- Nun können wir unsere Leads auch mit der Marketing Automation segmentieren.
- Durch die Segmentierung können wir dann verschiedene Workflows für unsere Leads nutzen und haben dadurch mehr Möglichkeiten.



Verschiedene Arten

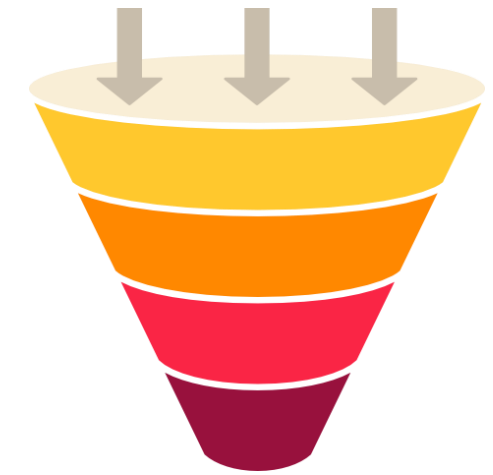
Lead Generierung - Automatismus



- Nutzer sieht eine Werbeanzeige auf Facebook für ein kostenloses E-Book, er lädt sich das E-Book runter und lässt dafür seine E-Mail da
- Im nächsten Schritt bekommt der Nutzer eine E-Mail mit einem Angebot für einen Online-Kurs für z.B. 10 - 50€
- Sollte er diesen kaufen, bewerben die nächsten E-Mails ein etwas teureres Produkt für z.B. 100 - 300€, wenn nicht, wird beispielsweise ein weiteres Angebot versendet
- Nutzer kauft teureres Produkt: "Endprodukt" wie z.B. eine Masterclass wird im weiteren E-Mail-Verlauf angeboten

Verschiedene Arten

Lead Generierung - Automatismus



- Der Nutzer wurde automatisiert durch den ganzen Funnel gebracht bis hin zu dem Endziel, was dann persönlich besprochen wird
- Viel Zeit für die manuelle Erstellung personalisierter E-Mails, je nachdem in welchem Punkt des Funnels sich der Nutzer befindet, wurde gespart
- Lässt sich in der Theorie unendlich hoch skalieren, solange das ganze natürlich profitabel ist
- Somit können viel mehr Leads generiert werden, die den Funnel durchlaufen und bei denen es zu einem Kauf des Hauptproduktes kommen kann

3

Verschieden Arten Social Media Automation

Verschieden Arten Social Media Automation

01

Tools erlauben das Planen von Beiträgen im Voraus für verschiedene Plattformen und lassen dich mehrere Beiträge auf einmal hochladen und planen. Die Tools können auf Basis verschiedener Daten auch den optimalen Zeitpunkt für den Post auswählen und nutzen.

Content Posting

02

Du kannst häufig gestellte Fragen automatisiert beantworten lassen oder spezielle Antworten auf spezifische Schlüsselwörter versenden. Posts automatisiert zu liken und zu reposten kann die Sichtbarkeit und Interaktion fördern.

Interaktion

03

KPIs können in Echtzeit überwacht werden und Anpassungen an die Strategie vorschlagen oder direkt implementieren.

Analysen

Verschieden Arten

Social Media Automation - Vor- und Nachteile

Pros

Markenpräsenz profitiert von regelmäßigen Posts und Interaktionen



Optimales Timing der Posts führt zu maximalem Engagement



Gleichzeitiges Management mehrerer Social Media Kanäle



Datengetriebene Entscheidungen zur Optimierung der Strategie



Automatisierte Prozesse können den Zeitaufwand stark reduzieren



Cons



Den Posts kann es an Menschlichkeit fehlen



Automatisierte Antworten können in bestimmten Situationen unangebracht sein



Zu viel Automatisierung kann als Spam wahrgenommen werden

4

Verschieden Arten
Werbekampagnen

Verschieden Arten

Werbekampagnen - Um was geht es?

- Prozess, bei dem manuelle Aufgaben im Bereich Werbekampagnen durch Technologie ersetzt werden
- Hierzu gehören z.B. Werbekampagnen-Erstellung, -Optimierung und -Analyse
- Wichtig in der schnelllebigen, digitalen Welt, in der Zielgruppen über eine Vielzahl von Plattformen erreichbar sind
- Automatisierung bietet die Möglichkeit, Marketing-Efforts zu skalieren und dabei Konsistenz und Relevanz zu bewahren

Verschieden Arten

Werbekampagnen - Ziele

- **Skalierbarkeit:** Effektives Management von mehreren Kampagnen auf unterschiedlichen Plattformen.
- **Effizienz:** Reduzierung des Zeitaufwands und menschlichen Fehlers.
- **Performance-Steigerung:** Kontinuierliche Optimierung durch maschinelles Lernen und Echtzeitanalyse

Verschieden Arten

Werbekampagnen - Funktionsweise

- **Programmatic Advertising:** Echtzeit-Kauf von Werbeplätzen basierend auf festgelegten Kriterien.
- **Dynamische Anzeigen:** Inhalte der Anzeigen passen sich automatisch an die individuellen Präferenzen der Betrachter an.
- **Algorithmen & KI:** Systeme, die aus der Performance von Anzeigen lernen und Strategien entsprechend anpassen.

Verschieden Arten

Werbekampagnen - Best Practices

01

Bestimme deine Ziele und die gewünschten Ergebnisse und richte dich und deine Automatisierung darauf aus.

Zielsetzung

02

Stelle sicher, dass deine Daten sauber und relevant sind, denn das ist der Schlüssel für eine effektive Automatisierung.

Datenqualität

03

Automatisierung kann viele Aufgaben übernehmen, aber menschliche Überprüfung und Anpassung sind essentiell.

Monitoring

5

Verschieden Arten
Multi-Channel-Marketing

Die Strategie zielt darauf ab, **Kunden über mehrere Kommunikationskanäle zu erreichen**, sowohl online als auch offline von E-Mails, über Social Media, bis hin zu physischen Geschäften, Events und Ähnlichem. Multi-Channel-Marketing Automation ermöglicht es dir, überall mit einer **konsistenten Markenbotschaft** präsent zu sein.

Verschieden Arten

Multi-Channel-Marketing - Überblick

- Konsistente und personalisierte Kommunikation über verschiedene Kanäle hinweg
- Du kannst deine Zielgruppe dort erreichen, wo sie am Aktivsten ist
- Erhöhte Touchpoints können zu mehr Verkäufen führen
- Kunden können in den verschiedenen Phasen der Customer Journey mit dem richtigen Content versorgt werden

Verschieden Arten

Multi-Channel-Marketing - Funktionsweise

- **Datenintegration:** Kundendaten werden aus verschiedenen Kanälen gesammelt und zusammengeführt
- **Segmentierung:** Kunden werden je nach Verhalten, Vorlieben oder Demographie gruppiert
- **Automatisierte Kampagnen:** Trigger-basierte Kampagnen einrichten, die über verschiedene Kanäle gesendet werden

6

Verschieden Arten Reporting und Analyse

Reporting und Analyse bezieht sich auf die Sammlung, Aufbereitung und Interpretation von Daten aus Marketing-Automation-Tools zur Bewertung und Optimierung von Kampagnen. Es ermöglicht dir, den ROI deiner Marketing-Aktivitäten zu messen und datenbasierte Entscheidungen zu treffen.

Verschieden Arten

Reporting und Analyse

- Performance der Kampagnen wird überprüft und analysiert
- Das Kundenverhalten kann besser verstanden werden: Was zieht die Aufmerksamkeit meiner Kunden an, wo brechen sie den Kaufprozess ab?
- Auf dieser Basis kannst du deine Marketingaktivitäten optimieren
- Wichtig ist eine regelmäßige Überprüfung bzw. Analyse
- A/B-Tests sind unerlässlich, um herauszufinden, was am besten funktioniert
- Datenquellen müssen korrekt integriert und synchronisiert sein

Verschieden Arten

Reporting und Analyse - Herausforderungen

- Zu viele Daten können überwältigend sein. Konzentriere dich auf die wichtigsten Key-Performance-Indikatoren (KPIs)
- Stelle sicher, dass die Daten korrekt und relevant sind
- Verwende bestenfalls leistungsstarke Analysetools, die sich gut in andere Plattformen integrieren lassen

Verschieden Arten

Reporting und Analyse - Relevanz

- Regelmäßige Reports erlauben datenbasierte, fundierte Entscheidungen
- Performance-Überwachung der Marketing-Kampagnen in Echtzeit
- Optimierung von Marketingbudgets und effektive Nutzung des Budgets
- Die Analyse zeigt Muster im Kundenverhalten auf, welche wiederum zur Feinabstimmung von Marketingstrategien genutzt werden können
- Proaktive Problembehandlung und Identifikation von Schwachstellen und Problembereichen
- Umfassendes Bild der Customer Journey durch verschiedene Datenquellen

7

Verschieden Arten Aufgaben