

10 IDEEN FÜR MEHR ERFOLG MIT MARKETING AUTOMATION

1. Sales-Prozess automatisieren

Wird der bereits existierende Ablauf des Sales-Prozesses über die Marketing Automation Software modelliert, erhält er einen genau festgelegten Rahmen. Wenn KMUs Verkauf und Marketing automatisieren erlaubt es die Software, genau zu erkennen, in welcher Phase des [Customer Journey](#) sich ein Lead aktuell befindet. So wird es deutlich einfacher, ihn seinen Anforderungen entsprechend bis zum erfolgreichen Abschluss zu pflegen.

2. Auf E-Mail-Kontaktanfragen sofort reagieren

Antworten automatisieren mit individuellen Vorlagen, denn schon ein Zeitverzug von der Anfrage bis zum Kontakt von nur 30 Minuten senkt die Chance, den Lead zu bekommen um das 21fache! (Quelle: http://www.leadresponsemanagement.org/lrm_study). Die Standardmail wird vom System verschickt, sobald der Absender alle Felder des Formulars ausgefüllt und abgeschickt hat.

3. Gratis-Content gegen E-Mail Adressen (Lead Magnet)

Kostenlose eBooks, PDFs, Videos und weitere Medien werden quasi gegen die E-Mail Adressen der Interessenten getauscht. Dabei gewinnen Unternehmen nicht nur wertvolle Daten, sondern geben gleichzeitig auch einen ersten Einblick in ihre Expertise. Der gesamte Prozess kann mit einem Webformular per Marketing Automation gestaltet werden.

4. Lead Scoring nutzen

Das [Lead Scoring](#) System der Marketing Automation Software macht es leichter, kaufbereite Leads sicher zu identifizieren. Diese reifen Leads sollten mit höchster Priorität vom Sales-Team betreut werden. Diejenigen Leads, die noch mehr Zeit benötigen, können dann einem auf sie zugeschnittenen automatisierten Nurturing-Prozess zugeführt werden.

5. Lead Nurturing automatisieren

Potentielle Kunden, die noch Zeit brauchen werden markiert und bekommen per Marketing Automation beispielsweise jeden Monat eine E-Mail mit Informationen und Kontaktmöglichkeiten. Dieses automatisierte [Lead Nurturing](#) macht den Lead mit grösserer Wahrscheinlichkeit zum Kunden und lässt das Sales- Team seine Energie auf bereits kaufbereite Kunden konzentrieren, so profitiert das Unternehmen gleich doppelt.

6. Newsletter mit dynamischen Inhalten zustellen

Mit Marketing Automation verlassen E-Mail Newsletter ihr starres Gerüst und werden zu dynamischen, hochindividualisierten Info-Mailings. Der Mehrwert für den Empfänger ist unbestreitbar. In dynamische Newsletter fließen die Profilinformatoren des Empfängers mit ein, seine Interessen können so genau berücksichtigt werden. Ausserdem kann mit einbezogen werden, welche Inhalte der Empfänger schon gesehen hat und welche er noch nicht kennt.

7. Interne Benachrichtigung an das Sales-Team

Sobald sich ein Interessent per Telefon meldet, erhält das Sales-Team dessen Kontaktinformationen mit individuellen Anmerkungen, um sofort nachzufassen. Per internem Formular, das mit dem Marketing Automation System gekoppelt ist, kann der Task per Drop Down Menü einem bestimmten Sales-Mitarbeiter zugewiesen werden. Das System verschickt in dessen Namen zusätzlich eine automatisierte Mail an den potentiellen Kunden.

8. Verlassene Einkaufswagen nutzen

Das Marketing Automation System kann verlassene gefüllte Einkaufswagen identifizieren. Per automatisierter E-Mail kann man Kunden nach einer festlegbaren Zeitspanne an den Einkaufswagen erinnern, beispielsweise 30 Minuten nach Verlassen des Einkaufswagens und in einer Woche erneut. So wird es den Interessenten besonders einfach gemacht, zu Kunden zu werden.

9. Folgekäufe anregen

Automatisierte Erinnerungs-E-Mails eignen sich besonders für Verbrauchsprodukte, die nachgekauft werden müssen, oder häufig wiederkehrende Ereignisse. Nach dem Verkauf wird die automatisierte Erinnerungsmail dann geschickt, wenn beispielsweise das gekaufte Produkt vermutlich zur Neige geht oder sich das betreffende Ereignis erneut nähert. So profitiert der Kunde vom kostenfreien Erinnerungsservice und das Unternehmen von einem Folgekauf.

10. Terminverwaltung automatisieren

Auch wenn Termine persönlich abgemacht werden, verwaltet die Marketing Automation Software die nächsten Schritte automatisch. Sie verschickt automatisch mehrere Terminerinnerungen, verwaltet Terminbestätigungen und sendet kurzfristige Erinnerungen unmittelbar vor dem Termin. Der Empfänger kann in diesen E-Mails optional jederzeit durch einen simplen Klick auf den entsprechenden Link den Termin ändern oder persönliche Anmerkungen machen.

Viele Kunden wünschen sich, gleich möglichst viele Ideen zu implementieren. Wir haben sehr gute Erfahrungen damit gemacht, die Implementierung in drei Phasen anzugehen und klein zu beginnen. Zu diesem Zweck setzen wir diese Liste ein, um die Prioritäten für unsere Kunden festzulegen.

Automatisierungs-Ideen beurteilen

Idee	Mehrwert Kunde (gr/mi/kl)	Langfristige Einsparung (gr/mi/kl)	Summe (gr 2Pkt/ mi 1 Pkt/kl 0 Pkt)
Gratis-Content für E-Mail	gr	mi	3
Salesprocess automatisieren	gr	gr	4
Willkommensmails	mi	mi	2
Weiterempfehlung anregen	kl	gr	2
Eventregistrierung	kl	mi	1

Nun sind Sie am Zug! Welche dieser Ideen würde Ihrem Geschäft und Ihren Kunden den grössten Nutzen bringen?

Ihre besten Automatisierungs-Ideen

Idee	Mehrwert Kunde (gr/mi/kl)	Langfristige Einsparung (gr/mi/kl)	Summe (gr 2Pkt/ mi 1 Pkt/kl 0 Pkt)