



Marketing Automation

Was die Automatisierung im Marketing für Sie tun kann

Von Marketing Automation spricht man, wie der Name schon sagt, wenn Marketingprozesse automatisiert ablaufen. In der Praxis und stark vereinfacht: Aus dem, was man über seine Kunden weiß und laufend neu dazu lernt, werden mit Hilfe von Software effiziente Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen.

Marketing wird, basierend auf derart automatisiert verarbeiteten Kundendaten, präziser, relevanter, schneller, einfacher und günstiger. Überall dort, wo das Marketing eine große Anzahl von Kunden entlang eines langen Kundenlebenszyklus mit vielen Kampagnen intensiv begleitet, macht sich Marketing Automation schnell bezahlt.

Marketing Automation ermöglicht Differenzierung

Je vergleichbarer Produkte und Dienstleistungen werden, desto mehr hat man in die Kommunikation zu investieren. Unternehmen differenzieren sich dann nicht mehr allein über ihr Angebot. Vielmehr differenzieren sie sich zunehmend darüber, wie es ihnen gelingt, Kunden zu begeistern. Begeistern geht jedoch nicht „per Gießkanne“, sondern über die vom Kunden wahrgenommene Kommunikation. Wie gelingt es, die immer spitzeren Zielgruppen zielführend anzusprechen? Marketing Automation kann helfen.

Marketing Automation: der Turbo unter den Marketing-Technologien

Die Technologie stellt sicher, dass Sie jeden einzelnen Kunden jederzeit maximal relevant ansprechen: Zum Beispiel wenn er Ihr Ladengeschäft betritt, wenn er auf Ihrer Seite surft, wenn er sich „nur mal umsehen“ möchte, wenn er gezielt nach Ihren Produkten sucht, oder wenn er aufgrund eines Einkaufs jetzt „reif“ für das nächste Angebot ist.

Das Beste an Marketing Automation ist jedoch: Die Kundenansprache erfolgt ganz automatisch. Ihr Kunde tritt quasi mit seinem eigenen Verhalten Ihre Kommunikation los. „Trigger-basiert“ nennt man das, wenn ein bestimmtes Ereignis eine bestimmte Maßnahme auslöst. Droht zum Beispiel ein Warenkorbabbruch, kann man mit dem Angebot gegensteuern, dass man die Versandgebühren erlässt. Bevor das Geschäft nicht zustande kommt, kommen wir dem Kunden lieber ein Stück weit entgegen – automatisch.

Für wen lohnt sich Marketing Automation?

Hinter dieser nützlichen, unendlich skalierbaren Marketing-Technologie stecken Daten, Software, ein Regelwerk, Know-how und Erfahrung. Für welche Unternehmens-Größenklasse lohnt sich der Aufwand? Ganz einfach: Je mehr Kundendaten, je größer das Sortiment, je vielschichtiger der Mediamix und je komplexer die Kommunikation, desto mehr lohnt sich Marketing Automation. Kleine Unternehmen kommen auch mit weniger komplexen Kampagnenmanagementsystemen zurecht.

Wie sich Marketing Automation in der Praxis auszahlt

Unter dem Stichwort „Consumer Centricity“ ist der größte Vorteil von Marketing Automation sicher das positive Kundenerlebnis: Die Kommunikation und das Marketing können einfach zu 100 Prozent treffsicher und relevant gestaltet werden. Denn das Wissen, das wir über den Kunden haben, mündet automatisiert und zeitnah in genau die richtige Ansprache.

Schnelligkeit, das heißt möglichst zeitnah, bestenfalls in Echtzeit, auf Kundenverhalten reagieren zu können, ist in diesem Zusammenhang ein ganz wichtiger Punkt. Denn was bringt es, wenn der Supermarkt-Kunde auf ein unwiderstehliches Angebot hingewiesen wird, wenn er den Laden längst verlassen hat?

Aus Unternehmenssicht ist Marketing Automation ein starker Ressourcen-Einsparer: Das Kampagnenmanagement legt sogenannte „Customer Journeys“ an. Dabei geht es eigentlich

um Leitplanken entlang des Weges, den der Kunde zurücklegt: „Was soll wann passieren, wenn ...?“. Einmal implementiert, kann auch ein kleines Marketingteam in hoher Frequenz Kampagnen entwickeln und ausspielen, ohne zusätzlich Ressourcen aus der IT-Abteilung zu binden. E-Mails, Telefonate, Newsletter, Mailings oder gleich ganze Kommunikationsstrecken werden quasi von selbst veranlasst.

In der Marketing-Abteilung nachgefragt, tritt deshalb ein weiterer Vorteil von Marketing Automation zutage: Die Technologie macht das (Arbeits-)Leben leichter. Waren früher, als das Kundenmanagement noch Database Marketing hieß, für die Selektion fundierte IT- und Datenbankkenntnisse vonnöten, punktet Marketing Automation mit einer einfachen, leicht verständlichen Benutzeroberfläche. Auf dieser Benutzeroberfläche kann man schnell und effizient arbeiten, auch ohne IT-Verständnis.

Warum man um Marketing Automation gar nicht mehr herum kommt

Es sprechen viele gute Gründe für Marketing Automation. Wir bei CINETELLIC gehen sogar noch einen Schritt weiter und sagen: Komplexe Kampagnenmanagement-Strategien können ohne die richtige Marketing Automation Technologie heute gar nicht mehr umgesetzt werden. Unendlich skalierbare Technologie entlastet und verlängert die endliche menschliche Ressource. Ab einer gewissen Größenordnung sind tatsächlich kundenzentrisch aufgestellte Unternehmen ohne Marketing Automation nicht mehr handlungsfähig. Man sollte sich deshalb auch perspektivisch auf jeden Fall mit der Technologie auseinandersetzen.

Was Sie in Sachen Marketing Automation von CINETELLIC erwarten dürfen

Der erste Schritt ist immer der sogenannte „Proof of Concept“. Lassen Sie uns Ihren Bedarf analysieren. Dann besprechen wir, ob Marketing Automation oder ein anderes Kampagnenmanagementsystem für Ihr Unternehmen die beste Lösung sind.

Wenn klar ist, dass Marketing Automation Ihre Lösung ist, begleiten wir die Implementierung der Software und sorgen dafür, dass alle benötigten Schnittstellen und Datenstrukturen angebunden und verfügbar sind. Wir sind erst zufrieden, wenn es bei Ihnen „rund“ läuft.

Auf der Basis unserer Erfahrung aus über 100 Marketing Automation Projekten im Kundenmanagement sprechen wir Empfehlungen für Ihre Ressourcenallokation aus. So können die wertvollen Ressourcen im IT- und Marketingbereich optimal eingesetzt werden.

Wir bleiben so lange bei Ihnen, wie Sie uns brauchen. Auch für den laufenden Betrieb in der ersten Zeit können wir Ihnen einen Kampagnenmanager mit Expertise zur Seite stellen. Erfahrungsgemäß ist diese Anlaufzeit jedoch kurz.

Typische Projektbeispiele aus der CINTELLIC Praxis

Aufbau einer hoch automatisierten digitalen Kundenmanagement-Plattform für eine international tätige Bank.

Vorher: manuelle Selektion der Kundenansprachen mit durchschnittlich 20 Kampagnen pro Monat, zwei Kanäle.

Nachher: bis zu 300 automatisierte Kampagnen pro Monat, täglich neu berechnet, fünf Kanäle (geschlossener Onlinebereich, E-Mail, Brief, Callcenter, Bankberater in der Filiale).

Uplift: Durchschnittlich 10% mehr Produktabschlüsse durch automatisierte, kundenzentrierte Ansprache im Onlineportal.

Einführung einer umfassenden Marketing Automation Lösung für eine international tätige Versicherung.

Vorher: nur Datenexperten und Mathematiker waren in der Lage Kampagnen zu selektieren und auszuspielen.

Nachher: Marketing greift über grafisches Frontend auf Daten zu und erstellt selbstständig Kampagnen und Kommunikationsstrecken über die vier Kanäle E-Mail, Brief, Callcenter und Kundenportal.

Uplift: Effizienzsteigerung um 25%, Reduzierung der Fehlerquote um 15%.

Einführung einer SAS Marketing Automation Lösung für ein Onlineportal.

Vorher: Kundendaten wurden kaum für die Kundenansprache verwendet.

Nachher: datengetriebene Kundenansprache über die vier Kanäle E-Mail, Brief, Kundenzeitung, offener und geschlossener Onlinebereich.

Ansprechpartner



Dr. Jörg Reinnarth
Geschäftsführer
CINTELLIC Consulting Group
joerg.reinnarth@cintelllic.com



Stephan Klöckner
Senior Manager
CINTELLIC Consulting Group
stephan.kloeckner@cintelllic.com

Über CINTELLIC

Die 2010 gegründete CINTELLIC Consulting Group ist eine auf digitales Kundenmanagement spezialisierte Unternehmensberatung, die ihre Klienten vom ersten Konzept bis zur Umsetzung in der Praxis ganzheitlich begleitet. An den Standorten in Bonn, Frankfurt am Main und München arbeiten mehr als 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zu den Klienten zählen DAX-Konzerne, führende mittelständische Unternehmen und insbesondere zahlreiche sogenannte „Hidden Champions“ mit den Branchenschwerpunkten Banken und Versicherungen, Telekommunikation, IT, Medien, Unterhaltung, Handel, E-Commerce, Versorger und Logistik.

www.cintelllic.com

#jointheteam

CINTELLIC befindet sich auf Wachstumskurs. Vielleicht mit Ihnen? Jetzt Stellenanzeigen entdecken und bewerben!

<https://www.cintelllic.com/stellenangebote/>

Cintelllic im Social Web



Cintelllic GmbH

Remigiusstraße 16
53111 Bonn
t +49 228 92 18 20
info@cintelllic.com
www.cintelllic.com