

Digital näher am Kunden durch Marketing Automation

13.03.2014, 18:24 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Swiftpage International*



Marketing Automation

Abstract des Whitepapers „Marketing Automation im Digital Business“

Tagtäglich knüpfen wir neue Kontakte. Neue Medien und mobile Endgeräte wie Smartphones lassen nicht nur die Zahl der privaten Kontakte und Gespräche steigen, vielmehr verschmelzen private und geschäftliche Kontakte und deren Beziehungen zunehmend miteinander. Gerade durch die Digitalisierung, die durch die Verbreitung von Smartphones und sozialen Medien zunimmt, erwarten Kunden und Geschäftspartner, wie sie es aus Facebook® und Twitter® gewohnt sind, immer schneller eine Rückmeldung auf ihre Interessen, Fragen, Anforderungen, Angebote oder den Service nach dem Kauf. Zudem helfen uns soziale Medien über die Zahlen aus dem ERP-System hinaus, mehr über den Kunden zu erfahren. Durch die wachsende Zahl an Informationsquellen und -daten sowie technischen Kommunikationsmitteln zu den Kunden steigt oftmals die Intransparenz und Komplexität beim Management der Kundenbeziehung. Marketing Automation kann hier die Qualität der Kundenbeziehung steigern.

Marketing Automation macht Marketing-Prozesse effizienter

Marketing Automation, im Deutschen auch als Marketing Automatisierung bekannt, ist die auf den Kunden abgestimmte Kommunikation durch automatisierte Marketingprozesse. Markeeters werden durch IT-Lösungen, die alle Informationen über Kundenbeziehungen sammeln, analysieren und auswerten sowie Marketing-Maßnahmen und Werbekampagnen optimaler steuern, in der Marketing Automation unterstützt.

Digital Business verändert Marketing Automation

Heute werden immer mehr externe Prozesse und Daten aus Drittsystemen und Plattformen wie Facebook®, LinkedIn®, Google™ oder YouTube™ in die Marketing Automation integriert. Starke Customer-Relationship-Management-Systeme (CRM) und Kundenmanagement-Softwares unterstützen Unternehmen heute durch viele Marketing Automation-Funktionalitäten – insbesondere durch Einbindung und Anbindung von Mobilien Diensten, Clouds und sozialen Netzwerken – im Digital Business Zeitalter. Typische Bestandteile der Marketing Automation sind IT-Lösungen für die

Lead-Generierung - also Maßnahmen zur Gewinnung von potentiellen Kunden - und anschließende Lead-Erfassung in einer Marketing-Datenbank, Tools zur Analyse von Kunden- und Anfragedaten, Auswertungs- und Reportingfunktionen sowie Tools für das Kampagnenmanagement.

Mehr Verkaufschancen durch Marketing Automation setzt gute Vorbereitung voraus

Um die Früchte der Marketing Automation zu ernten, müssen die notwendigen Vorbereitungen, wie die Analyse der Quellen der Leadgenerierung oder die Erfassung der Kommunikationsmedien mit dem Kunden, getroffen werden, um anschließend die Maßnahmen konsequent umzusetzen und so eine höhere Transparenz in der Kundenbeziehung oder eine Reduzierung der manuellen Tätigkeiten zu erzielen. Nur durch optimale Vorbereitung und straffe Umsetzung werden Marketing Automation-Projekte zu höheren Absatzpotentialen führen.

Marketing Automation ist Change Management

Marketing Automation ist keine Software, sondern ein geschäftsprozessorientiertes Konzept zur Automatisierung von Marketingprozessen mit dem Ziel, den Zeitaufwand für Standardaufgaben zu reduzieren, den Service für den Kunden zu erhöhen und die Qualität der Marketingarbeit zu steigern. Marketing Automation führt man nicht an einem Tag ein, vielmehr ist es ein Prozess zur ganzheitlichen Veränderung der Marketing-Prozesse. Richtig eingeführte Customer-Relationship-Management-Systeme (CRM) und Kundenmanagement-Softwares unterstützen Unternehmen dabei, erfolgreich Marketing Automation im Unternehmen umzusetzen und zu leben. Lesen Sie mehr in unserem Whitepaper über Marketing Automation im Digital Business.

Das Marketing Whitepaper „Marketing Automation - Digital näher am Kunden durch Marketing Automation“ kann ab sofort kostenfrei auf der Produktseite zur Kundenmanagement-Software Act! von Swiftpage unter <http://act-testen.de/whitepapers/> und auf der Website von mediadefine unter www.mediadefine.com als PDF-Dokument heruntergeladen werden.

Die Infografik zur Marketing Automation kann hier angesehen werden
<http://act-testen.de/act-infografiken/>

Autor

Der Autor des Beitrags ist Swiftpage. Swiftpage bietet mit Act!, der Kunden- und Kontaktmanagement-Software für KMUs, und Saleslogix, der CRM-Software für mittlere Unternehmen, passende Lösungen, die Unternehmen mit Social Media-Integration und Marketing Automation-Tools dabei unterstützen, erfolgreiche Marketing Automation im Unternehmen durchzusetzen.

Portrait

Die Firma Swiftpage ist ein US-amerikanischer Softwarehersteller mit Niederlassungen in Denver, Colorado und Scottsdale, Arizona sowie mit europäischen Niederlassungen in Großbritannien (Winnersh bei London und Newcastle). Swiftpage ist eine Firma in privater Hand mit weltweit mehr als 300 Mitarbeitern. In Europa betreibt Swiftpage neben der Vertriebs- und Marketing-Organisation ein pan-europäisches Support-Center mit über 50 Mitarbeitern, die den Swiftpage Business Partnern für Saleslogix sowie Act! Endkunden bei technischen Problemen in Deutsch, Französisch oder Englisch professionelle Hilfe bieten.

News-ID: 783243 • Views: 1010 (Stand: 02.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/783243/Digital-naeher-am-Kunden-durch-Marketing-Automation.html>