



ADVANIS
SWISS CRM-GUIDES

WHITEPAPER

EMARSYS

B2B

MARKETING

**MODERNES
CUSTOMER
ENGAGEMENT
MANAGEMENT**





Inhalt

01

Einleitung

Seite 3

02

Emarsys
kompakt

Seite 6

03

Funktionen &
Funktionalitäten

Seite 8

04

Daten im
Fokus

Seite 12

05

Die
Kernvorteile

Seite 15

06

Die richtige
Taktik

Seite 17

07

Reporting &
Kennzahlen

Seite 19

08

B2B neu
gedacht

Seite 21

09

Account Based
Marketing

Seite 23

10

Fazit

Seite 26

Daten-Dschungel und Themenwirrwarr: Effizientes Marketing trotz Zeit- und Ressourcenknappheit

Innovative Konzepte sind das Herzstück erfolgreicher Marketingstrategien und -aktivitäten. Doch herausragende Ideen entstehen nicht im luftleeren Raum. Häufig sind sie das Ergebnis eingehender Analysen und gründlicher Recherchen zu verschiedenen Themen. Zeit und Ressourcen sind hierbei entscheidende Faktoren, die nicht unterschätzt werden dürfen. Gleiches gilt für die effiziente Umsetzung der geplanten Strategie und die nachfolgende Berichterstattung.

In vielen B2B-Marketingabteilungen herrscht jedoch akuter Zeitmangel. Kleine Teams, die nicht selten aus lediglich einer Person bestehen, sind mit vielfältigen Aufgaben betraut. Die Aufgabenpalette reicht von der Identifikation echter Kundeninteressen über die Planung von Events, die Erstellung und Verbreitung von Inhalten bis hin zur Gestaltung von E-Mail-Sequenzen. Die Herausforderungen umfassen zudem das präzise Messen von Erfolgen, die Anpassung von Strategien sowie die fortlaufende Evaluierung aktueller Trends – und das alles auf einer umfangreichen To-Do-Liste.

1

Kundenanforderungen im Höhenflug & intensive Wettbewerbssituation

In Situationen mit knappen Zeit- und Personalressourcen ist es eine Herausforderung, eine durchdachte Customer Journey mit beeindruckenden Wow-Momenten zu gestalten. Die Erwartungen der Kunden sind heute höher denn je, und relevante sowie personalisierte Interaktionen gelten mittlerweile als Grundvoraussetzung für jegliche Aufmerksamkeit. In einer Welt, in der Kunden täglich einer überwältigenden Flut von Informationen ausgesetzt sind, besteht die Gefahr, dass jene, die nicht auf die aktuellen Trends reagieren, in dieser Strömung untergehen.

2

Kundenbindung auf neuem Level: Künstliche Intelligenz im Einsatz

Die Omnichannel Customer Engagement-Plattform SAP Emarsys unterstützt Marketing-Profis dabei, auch in turbulenten Zeiten den Überblick zu behalten. Emarsys stellt wirkungsvolle Werkzeuge zur Verfügung, um personalisierte Erlebnisse für Kunden zu schaffen, unabhängig von den genutzten Kanälen. Durch automatisierte Kampagnen und den Einsatz von künstlicher Intelligenz wird die Kundenbindung gestärkt und der Return on Investment (ROI) erhöht. Zusätzlich verfügt Emarsys über intelligente Analysefunktionen, die zeigen, welche Aktivitäten Interaktionen auslösen und den Umsatz steigern.

3

Harmonische Synergie von Marketing und Vertrieb

Emarsys bietet nicht nur Marketing-Profis, sondern auch dem Vertrieb wertvolle Vorteile. Es eröffnet neue Perspektiven für die Verwaltung täglicher Aktivitäten, die Automatisierung von Aufgaben und die Priorisierung von Leads. Von den gewonnenen Daten profitieren alle Beteiligten. Emarsys stärkt das Verkaufsteam, fördert ein effektiveres Outreach und verbessert die Gesamtleistung der Kundenkommunikation. Die enge Kooperation von Marketing und Vertrieb erschließt gemeinsam die umfangreichsten Potenziale.



ADVANIS
SWISS CRM-GUIDES

02

Emarsys kompakt

Emarsys ist eine Omnichannel Customer Engagement-Plattform, die fortschrittliche und umfassende Marketing-Automatisierungswerkzeuge für Unternehmen jeder Größe bereitstellt.

DATENPOWER FÜR SPITZENLEISTUNGEN

Nutzer erhalten mit Emarsys Zugriff auf eine Vielzahl von Funktionen, die sie bei der Erweiterung ihres Kundenstamms und der Stärkung der Kundenbindung unterstützen. Die dafür benötigten Daten können aus verschiedenen Quellen zusammengeführt und in Emarsys mit wertvollen Informationen angereichert werden. Zu den inbegriffenen Funktionalitäten gehören unter anderem:

- E-Mail-Marketing
- Personalisierung
- Segmentierung
- Omnichannel-Automation
- Analysen & Reporting

Inmitten aller Marketingaktivitäten, die auf die Berücksichtigung der Kunden und ihrer Bedürfnisse abzielen, legt Emarsys besonderen Wert auf Nutzerfreundlichkeit. Die intuitive Benutzeroberfläche und klare Anwendungsbeispiele erleichtern einen reibungslosen Einstieg für Marketing und Vertrieb.

WERTSCHÖPFUNG IN LICHTGESCHWINDIGKEIT

Emarsys glänzt auch mit einem beeindruckenden Time-to-Value-Verhältnis. Die Auswirkungen der Lösung auf Ihre Erfolge können präzise über das Analytics-Dashboard nachverfolgt werden, das alle relevanten Daten bereitstellt, um in Zukunft noch wirkungsvollere Kampagnen zu entwickeln. Diese Eigenschaften machen Emarsys zu einer wertvollen Plattform für Marketingexperten, die ihre Kunden noch effizienter erreichen möchten – eine solide Grundlage für langfristige Erfolge in wettbewerbsintensiven Märkten.

ZUSAMMENGEFASST

Emarsys fungiert als Omnichannel Customer-Engagement-Plattform und ist ein integraler Bestandteil der SAP Customer Experience Suite. Die Lösung ermöglicht es Marketingprofis, eine anspruchsvolle Customer Journey zu entwerfen und kanalübergreifende, personalisierte Kampagnen zu gestalten, zu initiieren und deren Ergebnisse zu überwachen. Durch Emarsys erhalten Unternehmen tiefere Einblicke in ihre Kunden und stärken dadurch ihre Kundenbeziehungen.



03

Funktionen & Funktionalitäten

03 Funktionen & Funktionalitäten

Daten konsolidieren:

Datensilos stellen eine erhebliche Herausforderung für eine umfassende Strategie dar. Um das Verhalten der Kunden und ihre individuellen Motivationen zu verstehen, ist eine 360-Grad-Sicht erforderlich. Diese setzt First-Party-Daten aus allen Abteilungen und anderen Quellen voraus. In Emarsys werden sämtliche relevanten Kundendaten zusammengeführt und bilden somit die Grundlage für informierte Strategien, die nachweislich wirkungsvoll sind.

Anreicherung von Kundendaten:

Emarsys erweitert Kundenprofile um Firmendaten, Informationen aus Social-Media-Profilen, Kontaktdetails und demografische Daten die über Kunden gewonnen werden können. Durch diese angereicherten Kundendaten erhält das Marketingteam einen umfassenden Überblick, um Leads besser zu bewerten, Kommunikationsmaßnahmen zu personalisieren und präziser auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden einzugehen.

Personalisierung:

Emarsys ermöglicht es Marketeers, relevante und personalisierte Botschaften zur richtigen Zeit über den bevorzugten Kanal ihrer Kunden auszuspielen. Die dafür benötigten Informationen werden von der Lösung, mit dem Einverständnis der Kunden, sorgfältig gesammelt. Maßgeschneiderte Inhalte, die präzise auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt sind, verfehlen ihr Ziel selten.

Gestaltung von E-Mail-Kampagnen

Dank Templates und des benutzerfreundlichen Drag & Drop-Editors können Sie mühelos ansprechende E-Mails in kürzester Zeit erstellen. Die vorgefertigten Elemente lassen sich mit nur wenigen Handgriffen anpassen, um perfekt zur Botschaft und Ihrer Unternehmensidentität zu passen. Darüber hinaus bietet Emarsys Inspiration für mögliche E-Mail-Sequenzen, die Interaktionen auslösen und zu einer stärkeren Kundenbindung beitragen können. In Umfragen sichern sich E-Mails regelmäßig den ersten Platz als bevorzugte Kommunikationsmethode mit Unternehmen, insbesondere bei den jüngeren Generationen, die oft lieber eine E-Mail schreiben als zum Telefon zu greifen.

Funktionen & Funktionalitäten

Automatisierte Workflows:

Durch die Nutzung eines benutzerfreundlichen Drag & Drop-Editors ist es möglich, automatisierte Workflows zu erstellen, die durch spezifische Ereignisse ausgelöst werden. Zum Beispiel, wenn Kunden die Website besuchen, E-Mails öffnen oder Formulare absenden. Diese Workflows sind kanalübergreifend und integrieren neben SMS, E-Mail und Social Media auch weitere Kanäle wie zB. Apps.

Strategien & Taktiken:

Emarsys nutzt bewährte Taktiken als Blaupausen, beispielsweise für die Ansprache inaktiver Leads und die Präsentation interessanter Vorschläge während des Einkaufs. Mit vorgefertigten und anpassbaren Strategien und Taktiken lassen sich komplexe Sequenzen innerhalb kürzester Zeit in Gang setzen. Sollten die Maßnahmen nicht die gewünschten Ergebnisse erzielen, stehen praktische Handlungsempfehlungen zur Verfügung – für eine verringerte Abwanderung und eine gesteigerte Kundenbindung.

Automatisierung von Kampagnen:

Ein einziger Klick genügt, um den Prozess zu starten. Legen Sie fest, wann E-Mail-Sequenzen versendet werden sollen, welche Kunden stattdessen eine SMS erhalten und über welche Kanäle Content ausgespielt wird. Auch die Automatisierung von eventbasierten Kampagnen gestaltet sich mühelos. Die Erfolgsmessung erfolgt automatisch nach kurzer Zeit.

Website Overlays

Über Emarsys haben Sie die Möglichkeit, Banner und Pop-ups direkt auf Ihrer Website zu schalten, Gutscheincodes zu aktivieren und diverse andere Aktionen auszulösen. Dies ist nicht nur mit Shops auf Basis der SAP Commerce Cloud machbar, sondern auch mit zahlreichen anderen integrierbaren Partner-Systemen. Der Datenaustausch erfolgt dabei in die gewünschten Richtungen.

Gemäß einer McKinsey-Studie wünschen sich 71 Prozent der Kunden personalisierte Erlebnisse. Die Personalisierung an sämtlichen Touchpoints gehört daher bereits jetzt zu den grundlegenden Elementen einer exzellenten Customer Experience.

Funktionen & Funktionalitäten

Reporting & Tracking:

Die Auswertung der Kampagnenergebnisse gestaltet sich mit Emarsys äußerst unkompliziert. Dabei bietet Emarsys eine Vielzahl an Auswertungsmöglichkeiten um zu jeder Zeit optimal aussagefähig zu sein. Die Daten können dabei sowohl global, als auch granular bis auf Kampagnen- und Kanalebene ausgewertet werden.

Loyalty Programme

Im privaten (B2C), als auch im Geschäftsbereich (B2B) erhöhen Treueprogramme die Kundenbindung. Kunden ziehen jedoch abhängig vom Umfeld und Anbieter unterschiedliche Prämien, wie beispielsweise verbesserten Zugang zu Informationsmaterial, Cashbacks oder eine erleichterte Abwicklung von Reklamationen vor, sobald eine bestimmte Stufe der Kundenloyalität erreicht ist. Durch Emarsys können Sie Ihre eigenen Treueprogramme in wenigen Schritten erstellen und umsetzen. Gemäß Gartner erzielen Unternehmen, die positive Kundenerlebnisse priorisieren, im Vergleich zu ihrer Konkurrenz einen Umsatzzuwachs von bis zu 60 Prozent.

Benutzerverwaltung

Innerhalb von Emarsys haben verschiedene Nutzergruppen ihren eigenen Handlungsspielraum. Die Zuweisung oder Entfernung von Berechtigungen lässt sich in wenigen Schritten durchführen. Zudem können automatische Berichte an spezifische Gruppen versendet und der Freigabeprozess vereinfacht werden. Dies trägt dazu bei, den gesamten Arbeitsablauf flexibler zu gestalten und Marketingexperten mehr Zeit für kreative Höchstleistungen zu verschaffen.

Cookieless Tracking

Da zahlreiche Nutzer Cookies grundsätzlich ablehnen, stellt es oft eine Herausforderung dar, das Kundenverhalten besser zu verstehen. Emarsys ermöglicht die Verfolgung des Nutzerverhaltens ohne die Verwendung von Cookies. Dies geschieht durch die Analyse verfügbarer Informationen wie IP-Adressen, Geräteinformationen und E-Mail-Adressen. Kunden haben ebenfalls die Option, das Tracking abzulehnen. Auf diese Weise können Erfolgsmessungen durchgeführt werden, ohne auf Cookies zurückgreifen zu müssen.



ADVANIS
SWISS CRM-GUIDES

04

Daten im Fokus

04 Daten im Fokus

Solide Erfolge basieren auf fundierten Daten. Diese dienen dazu, Mitarbeiter bei einem besseren Verständnis der Kunden zu unterstützen, Produkte und Dienstleistungen an individuelle Bedürfnisse anzupassen sowie gezielte Marketing- und Verkaufsstrategien zu entwickeln. Emarsys vereinfacht für Ihr Unternehmen die Sammlung und Nutzung wertvoller Daten. Die gewonnenen Erkenntnisse über Kundenbedürfnisse bereichern sowohl das Marketing als auch den Vertrieb.

Demografische Daten

Alter, Geschlecht und Standort allein geben nur begrenzte Einblicke in die Interessen und Kaufgewohnheiten der Kunden. In Kombination mit weiteren Informationen entfalten demografische Daten jedoch ihre volle Wirkung. Als integraler Bestandteil unterstützen diese Daten das Marketing und den Vertrieb dabei, ihren Kundenstamm besser zu verstehen und die Ansprache auf verschiedene Kundensegmente zuzuschneiden.

Nutzerverhalten beim Surfen

Die besuchten Seiten und wiederholt angesehene Produkte geben Aufschluss über die Interessen der Besucher und können sogar auf potenzielle Kaufhindernisse hinweisen. Informationen zum Surfverhalten erweitern das Verständnis der Kunden und ermöglichen eine gezielte Ansprache entsprechend ihrer Interessen.

Prognosen

Durch Predictive Analytics gewährt Emarsys Einblicke in zukünftiges Kundenverhalten. Die Prognosen werden mit zunehmender Datenmenge immer präziser, ermöglichen eine bessere Erkennung von Chancen und lenken Vertriebs- und Marketingaktivitäten erfolgreich. Zum Beispiel kann Emarsys Kunden identifizieren, die mit hoher Wahrscheinlichkeit in naher Zukunft einen Kauf tätigen werden. Ein optimaler Zeitpunkt für einen Vertriebsanruf?

Customer Lifetime Value

Emarsys berechnet den Kundenlebenswert. Dabei werden reale Daten und der voraussichtliche Wert berücksichtigt. Auf diese Weise können Teams Prioritäten bei der Kundenansprache setzen und sich auf diejenigen Kunden konzentrieren, die für das Unternehmen besonders wertvoll sind.

Daten im Fokus

Kaufverhalten & Bestellverlauf

Welche Artikel erfreuen sich bei den Kunden großer Beliebtheit? Und welche Möglichkeiten bieten sich für zusätzliche Verkäufe und Empfehlungen? Emarsys überwacht kontinuierlich den Bestellverlauf und schlägt darauf basierend vor, welche Produkte die Kunden möglicherweise interessieren könnten. Diese Informationen können anschließend gezielt für Marketingaktionen oder Verkaufsgespräche genutzt werden.

Soziale Medien

Neueste Technologien, süße Katzen, Naturwanderungen oder ganz andere Interessen? Die Beiträge, mit denen Kunden in den sozialen Medien interagieren, offenbaren viel über ihre Vorlieben und Interessen. Diese Informationen sind äußerst hilfreich, um gezielt auf die Zielgruppe zugeschnittene Kommunikation zu gestalten.

A/B-Tests

A/B-Tests mit Drittanbietern können zeitaufwändig sein: Inhalte zwischen verschiedenen Anwendungen kopieren, Ergebnisse zusammentragen und Tabellen organisieren. Mit Emarsys entfallen diese lästigen Aufgaben, sodass Sie sich auf das Wesentliche konzentrieren können: Ihre Kampagnen. Dadurch wird sichergestellt, dass jegliche Kommunikation zielsicher ins Schwarze trifft.



05

Die Kernvorteile

05 Die Kernvorteile

Oftmals sind Kunden nicht darüber informiert, welche Tools und Lösungen Marketer einsetzen. Dennoch erleben sie den Unterschied auf ihre eigene Weise. Eine individuell zugeschnittene Kundenerfahrung fühlt sich einfach besser an. Während Marketing und Vertrieb von den Funktionen profitieren, erfreuen sich Kunden am Ende über die konkreten Ergebnisse.

1

Die richtige Botschaft

Fesselnde Produkte, informativer Wissensinput und praktische Ratschläge – Kunden zeigen ein höheres Interesse daran, E-Mails von Unternehmen zu öffnen, wenn ihnen relevante Inhalte geboten werden. Sofern der Betreff hält, was er verspricht, besteht die ideale Möglichkeit, die Meinung des Kunden positiv zu beeinflussen. Dies trägt dazu bei, eine partnerschaftliche Beziehung zu fördern und ebnet gleichzeitig den Weg für das Vertriebsteam.

2

Der optimale Kanal

Emarsys unterstützt im Bereich Marketing und Vertrieb auch hinsichtlich der Kanalauswahl durch kontinuierliche Analysen. Dadurch können genau die Inhalte und Kanäle identifiziert werden, die am besten funktionieren. Dies führt zu einer optimierten Sichtbarkeit. Kunden profitieren im Gegenzug von einem verbesserten Zugang zu Informationen, beispielsweise zu neuen Angeboten und Services, selbst wenn sie E-Mails nicht lesen.

3

Das perfekte Timing

Eine Woche vor der quartalsweisen Bestellung erhalten loyalen Kunden einen Gutscheincode per E-Mail sowie einige Produktempfehlungen, die zu ihren üblichen Bestellungen passen. Die Vertriebsmitarbeiter treten nur zu den passenden Zeitpunkten in Kontakt. Die Grenzen zwischen herausragendem Marketing und exzellentem Service verschwimmen dabei. In jedem Fall ermöglicht Emarsys durch vorausschauende Analysen ein erstklassiges Timing und äußerst aufmerksame Dienstleistungen.



ADVANIS
SWISS CRM-GUIDES

06

Die richtige Taktik

06 Die richtige Taktik

Taktiken sind vorgefertigte Programme, mit denen Ziele schneller erreicht werden können und die Zeit bis zur Wertschöpfung drastisch verkürzt werden kann. Sie liefern in sekundenschnelle fertige Automatisierungen, Zielgruppen, Templates und alles weitere um schnelle und effizient neue UseCases zu bearbeiten.

Es existieren zur Zeit über 50 Taktiken für die unterschiedlichsten Anwendungsfälle. Hier ein kleiner Ausschnitt:

Kundengewinnung & Conversion

Neue Kunden werden herzlich per E-Mail oder über ein Popup im Kundenportal begrüßt, Warenkorbabbrüche werden in erfolgreiche Verkäufe umgewandelt, und vielversprechende Interessenten werden zu konvertierten Leads transformiert. In all diesen Vorhaben und mehr kommen die KI-gestützten Programme von Emarsys zum Einsatz. Sie ergänzen den Content, und schon kann es losgehen.

Customer Lifecycle

Rückmeldungen einholen, Cross- und Upselling-Möglichkeiten schaffen sowie inaktive Leads zurückgewinnen. Die Taktiken für den Kundenlebenszyklus umfassen verschiedene Phasen im Zyklus und bieten zahlreiche Gelegenheiten, um mit Kunden in Kontakt zu treten. Auf diese Weise lässt sich mehr Umsatz generieren und die Kundenbindung stärken.

Produktdaten & Kaufverhalten

Benachrichtigen Sie Ihre Kunden automatisch per E-Mail, sobald Produkte wieder auf Lager sind, und informieren Sie sie, wenn der Lagerbestand bestimmter Produkte knapp wird. Dank der Product Data Taktiken können Sie Kunden auch automatisch über Preissenkungen und andere ereignisbezogene Produktinformationen auf dem Laufenden halten.

Kundenloyalität

Die Loyalty Taktiken bieten Ihnen eine vielfältige Palette von Aktionen, um Ihre eigenen Treuekampagnen zu starten. Begeistern Sie Ihre Kunden mit praktischen Belohnungen und erhalten Sie im Gegenzug nützliche Daten sowie eine gesteigerte Kundenbindung. Sie haben auch die Möglichkeit, Ihre Treueprogramme spielerisch und unterhaltsam zu gestalten.



07

Reporting & Kennzahlen

07 Reporting & Kennzahlen

Emarsys integriert Daten aus verschiedenen SAP und Non-SAP Quellen, einschließlich Daten aus der SAP Sales Cloud und SAP Commerce Cloud. Wenn ein Kunde nach der Interaktion mit einer Kampagne eine vordefinierte Aktion durchführt, wird diese Aktion der entsprechenden Maßnahme zugeordnet – sei es ein Kauf oder die Kontaktaufnahme mit dem Vertrieb. Dies erleichtert die Quantifizierung von Erfolgen und ermöglicht eine klare Überwachung der wichtigsten Leistungsindikatoren.

Besseres Marketing

Die gebotene Transparenz bietet Marketern ideale Voraussetzungen, um Kampagnen zu verbessern. Falls bestimmte Aktivitäten nicht die gewünschten Ergebnisse erzielen, warnt Emarsys. Praktische Handlungsempfehlungen liefern schnelle Lösungsansätze. Für Marketer, die tiefer in die Analyse eintauchen möchten, stehen alle relevanten Datenpunkte nur einen Klick entfernt zur Verfügung.

Alle Informationen für den Vertrieb

Auch im Bereich Vertrieb stellt Emarsys wichtige Informationen bereit. Dazu gehören die Leistung von Vertriebskanälen, einschließlich des Geschäftsvolumens pro Vertriebszyklus, Conversion-Raten und Durchlaufgeschwindigkeiten. Des Weiteren ermöglicht Emarsys Vertriebsmanagern die Identifikation von Top-Performern und gezielte Unterstützung für Kunden die abwandern könnten.

Finanzkennzahlen

Prozesskennzahlen



Kundenkennzahlen

Personenkennzahlen



ADVANIS
SWISS CRM-GUIDES

08

B2B neu gedacht

08 B2B neu gedacht

B2B-Unternehmen, die ihre Customer Experience verbessern möchten, richten ihren Blick oft zuerst auf die Aktivitäten der B2C-Giganten - und das aus gutem Grund; Auch wenn die Customer Journey im B2B-Bereich anders aussieht, handelt es sich am Ende um die gleichen Menschen, und die grundlegenden Anforderungen sind identisch.

Emarsys startete als E-Mail-Service-Provider, entwickelte sich dann zu einem B2C Customer Relationship Management Portal und ist nun eine cloudbasierte Omnichannel Customer Engagement-Plattform für Unternehmen jeder Größe. Seit der Übernahme im Jahr 2020 durch die SAP SE ist Emarsys Teil der SAP CX Suite und daher auch für den B2B-Bereich von Interesse.

Im B2B-Kontext bietet Emarsys mit seinen automatisierten Prozessen erheblichen Mehrwert, einschließlich der Fähigkeit, Leads zu generieren und spezifische Marketingstrategien zu bewerten. Dadurch erhalten Marketer die Möglichkeit, verschiedene Aspekte der Customer Journey jederzeit zu überprüfen und bei Bedarf anzupassen.

Das tolle dabei: Emarsys kann sowohl B2C, als auch B2B. Die dadurch entstehenden Synergien haben so einen positiven Effekt für alle Seiten.

Alle relevanten Daten werden in Emarsys zusammengeführt und bieten eine 360-Grad-Sicht auf den Kunden und dessen Bedürfnisse. Dies ermöglicht nicht nur ein tieferes Verständnis dafür, was Kunden wirklich wollen, sondern macht auch eine hochwertige Marketingmethode, die normalerweise viel Zeit und Ressourcen erfordert, erstaunlich einfach - das Account Based Marketing.



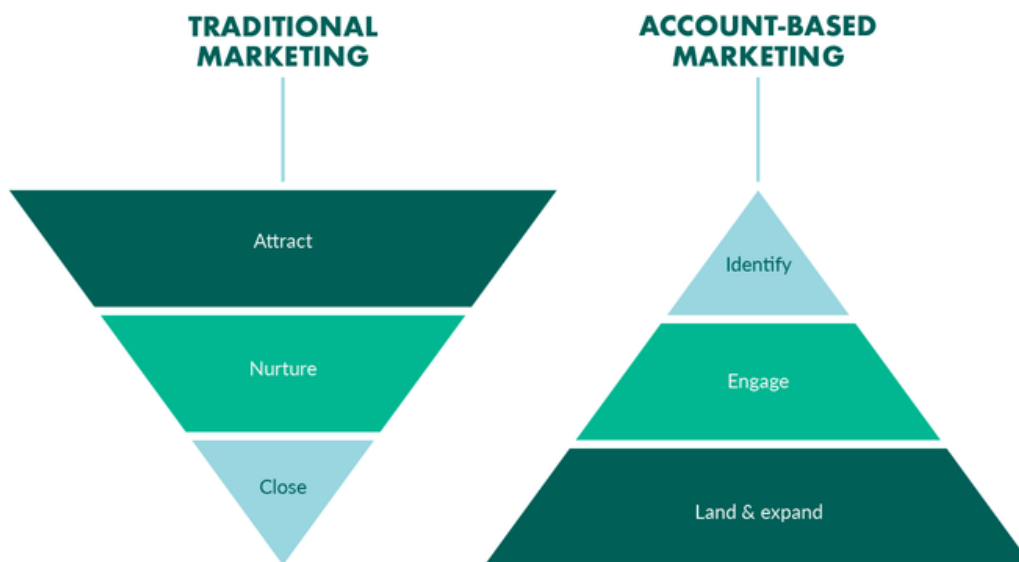
ADVANIS
SWISS CRM-GUIDES

09

Account Based Marketing

09 Account Based Marketing

Im Account Based Marketing (ABM) kehrt sich der klassische Trichter um. Anstatt eine breite Zielgruppe anzusprechen, fokussieren sich die Aktivitäten dieses Ansatzes auf ganz spezifische Zielunternehmen. Das können Wunschkunden sein, die derzeit noch bei der Konkurrenz einkaufen, interessante Leads oder auch treue Kunden, die Sie für neue Dienstleistungen begeistern möchten. Das herausragende Merkmal aller Zielobjekte besteht in der Regel darin, dass sie potenziell einen erheblichen Einfluss auf den Umsatz haben können.



1

Accounts identifizieren

Der erste und bislang anspruchsvollste Schritt im Account Based Marketing (ABM) ist die Identifizierung der Zielunternehmen. Dieser Prozess erfordert oft erheblichen Zeitaufwand, insbesondere wenn die Datenlage komplex ist und verschiedene Abteilungen wie Vertrieb, Marketing und Kundenservice gemeinsam ihr Wissen einbringen müssen, um erfolgreiche ABM-Kampagnen durchzuführen. Wenn Datensilos vorhanden sind, gestaltet sich dieser Abstimmungsprozess entsprechend kompliziert. In einer koordinierten und gut gepflegten Datenlage besteht die Hauptaufgabe hingegen darin, die Kriterien für die Auswahl der Zielunternehmen klar festzulegen.

Account Based Marketing

2

Strategien entwickeln

Basierend auf diesen Erkenntnissen entwickelt Emarsys ein maßgeschneidertes Programm, um die Beziehungen zu diesen Zielunternehmen zu stärken und den Umsatz zu steigern. Diese Kampagnen können verschiedene Aktivitäten wie E-Mail-Marketing und Inhaltsmarketing umfassen, die darauf abzielen, den Kunden ein einzigartiges Erlebnis zu bieten. Die Personalisierung der Inhalte wird durch die verfügbaren Daten unterstützt. Zusätzlich helfen Informationen über bisher erfolgreiche Kampagnen dabei, die effektivsten Maßnahmen zu ergreifen.

3

Kundenbindung festigen

Account Based Marketing (ABM) stellt eine der effektivsten Methoden dar, um den Umsatz zu steigern, da es sich auf die Identifizierung wertvoller Kunden konzentriert und diesen ein maßgeschneidertes Erlebnis bietet. Allerdings benötigt es eine gewisse Zeit, bis die Wirkung von ABM-Kampagnen sichtbar wird. Im klassischen Trichtermodell gilt jeder neue Lead als Erfolg, selbst wenn sie möglicherweise wenig umsetzen und vielleicht nie konvertieren werden. Bei ABM erfordert dies Geduld, aber die Mühe lohnt sich, da am Ende eine starke Kundenbindung und erhöhter Umsatz warten. Nicht zu vergessen: Mit einer hochwertigen Datengrundlage und KI-gestützten Analysen lassen sich die ersten Schritte zügig umsetzen.



10

Fazit

10 Fazit

Emarsys wird bereits erfolgreich von kleinen, mittleren und großen Unternehmen eingesetzt. Mit dieser leistungsstarken Lösung können Marketer langfristig die Kundenbindung stärken und gezielt einen optimierten Return on Investment (ROI) sowie mehr Umsatz generieren. Die intuitive Benutzeroberfläche und praxisnahe Anwendungsfälle bieten optimale Voraussetzungen, um die Vorteile der Customer Engagement-Plattform schnell zu nutzen. Diese Merkmale machen Emarsys zu einer ausgezeichneten Lösung für die gezielte Festigung der Kundenbindung.

Sie wollen mehr erfahren?

Wenn Sie überlegen, eine Marketingautomationslösung einzuführen oder von einem anderen System auf Emarsys umzusteigen, stehen wir Ihnen gerne beratend zur Seite.

Auch betreffend weiterer Lösungen aus dem Customer Experience Portfolio helfen wir Ihnen gerne.

ADVANIS AG | SWISS CRM-GUIDES

Vogelsangstrasse 15

CH-8307 Effretikon

Switzerland



ADVANIS
SWISS CRM-GUIDES