

Mehr Agilität, Flexibilität und Schnelligkeit durch Automatisierung von Marketingprozessen

Unternehmen können sich bereits in der frühen Akquisitionsphase vom Wettbewerb abheben, insbesondere dann, wenn sie schneller, direkter und - selbst bei Standardschreibern - persönlicher kommunizieren. Voraussetzung dafür sind stringent definierte Regeln und Prozesse, die mit Hilfe von CRM-Systemen teilweise oder vollständig automatisiert werden können und Ihnen dabei die notwendige Flexibilität bieten, wenn sich die Anforderungen Ihrer Kunden ändern. Auch die Bewertung Ihrer Arbeit mittels Controlling ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für Ihre Arbeit. Nur wenn Sie wissen, welche Aktionen wirklich Erfolg bringen, können Sie die Qualität Ihrer Arbeit sukzessive steigern!

Halten Sie sich bitte Ihren Marketingalltag vor Augen und vergleichen Sie ihn mit folgenden Aussagen:

- In Ihrem Unternehmen vergeht einige Zeit von der Erstellung bis zum Versand eines Mailings.
- Sie können nicht gewährleisten, dass ein potentieller Interessent auf eine Anfrage hin innerhalb weniger Minuten ein komplettes Infopaket im Mailkorb hat.
- Sie haben keine oder wenige aktuelle Daten über Rücklaufquoten, Mehrfachverneiner und Kontakthäufigkeit je Adresse und verwenden diese entsprechend selten für Ihre Marketingaktionen.
- Ihre Vertriebs- und Marketing-Mitarbeiter schauen Mailinglisten durch und streichen per Hand die Unternehmen, die keine Mailings erhalten dürfen.
- Sie führen Excel-Tabellen, etwa zur Verknüpfung mit Serienbriefen oder zur Dokumentation von Messe- und Roadshow-Teilnehmern.
- Sie wissen nicht oder nicht vollständig auf Knopfdruck, welcher Kontakt an welcher Kampagne oder Aktion teilgenommen hat.
- Sie exportieren Kontakte aus Ihrem CRM- oder Kontaktmanagement-System, um Mailings oder E-Mailings anzustoßen.
- Sie bilden Ihren Forecast und Ihr Chancenmanagement über selbstgebaute Excel-Tabellen ab.
- Sie wissen nicht oder nicht vollständig, wie viele Anfragen über welche Kanäle zu welchen Produkten Ihr Unternehmen erreichen.
- Sie selektieren Ihre Kunden und Interessenten für Marketingaktionen manuell.
- Sie generieren keine nachhaltigen und verwertbaren Daten aus Ihren Marketingaktionen, die direkt in Ihre nächsten Marketingaktionen einfließen könnten.

Wenn Sie in Ihrer alltäglichen Arbeit viele Übereinstimmungen mit diesen Punkten erkennen, sollten Sie etwas ändern. Nicht nur, dass es unendlich viel Zeit und Geld kostet, Tätigkeiten manuell auszuführen, die automatisiert werden könnten. Denken Sie an Ihre Kunden, die Mailings doppelt bekommen, angeforderte Informationen zu spät oder sogar gar nicht. Eine hohe Responsegeschwindigkeit sollte ein fester Bestandteil Ihrer Kommunikationspolitik sein. Und gerade in der Vor-Vertriebsphase können Sie sich von Ihrem Wettbewerb durch Zuverlässigkeit und Schnelligkeit abheben.

So unterstützt ERM Ihr Unternehmen

Wir unterstützen Ihr Unternehmen bei der Definition von Regeln und Prozessen sowie bei der Erarbeitung Ihres neuen Marketing-Controllings. Zudem bieten wir Ihnen Werkzeuge, die Ihnen die tägliche Marketingarbeit erleichtern, Prozesse automatisieren und Ihre gewonnenen Daten sinnvoll analysieren – inklusive einer übersichtlichen Darstellung der Auswertungen.

**ERM – Gesellschaft für Enterprise
Relationship Management mbH**

Görlitzer Straße 73
10997 Berlin

Tel.: +49 (0)30 6110 7653

Fax: +49 (0)30 6110 7654

info@erm-consulting.de

www.erm-consulting.de