

Bessere Leads gewinnen, entwickeln und zu begeisterten Kunden machen – mit Marketing Automation und CRM | Praxisworkshop

MONTAG, 28. Juni 2021, 13.00 bis 17.00 Uhr, Halbtagesworkshop, Steigenberger Airport Hotel Frankfurt a.M.



MARKETING AUTOMATION

Wer die Welt des CRM in den Rahmen des Lead-Managements und Marketing-Automation bringen möchte, steht meist vor den gleichen Fragen. Wie kann man sich das Zusammenspiel zwischen CRM und Marketing Automation vorstellen? Wo kann man so etwas einmal „live“ erleben? Und wie integriert man die Marketing Automation Plattform mit dem CRM-System? Gemeinsam diskutieren und erarbeiten die Teilnehmenden, wie sie für ihr Unternehmen erfolgreich CRM und Marketing Automation etablieren können.

Ihre Marketing-Automation-Experten

Tobias Eickelpasch, Customer Experience Manager, Evalanche (SC-Networks), Starnberg

Christian Peters, Strategic Partner Development Manager, Evalanche (SC-Networks), Starnberg

Norbert Schuster, Lead Management Coach, RoboticSelling® Experte, Marini Systems, Frankfurt a.M

ZIELGRUPPE | Alle, die mit der Evaluierung und Einführung von Marketing-Automation im Zusammenspiel mit CRM befasst sind. Der Workshop richtet sich insbesondere auch an Personen mit geringer praktischer Erfahrung.

Inhalte

EINFÜHRUNG VON LEAD MANAGEMENT

- Lead Generation: Wo und wie generiert man Leads?
- Lead Nurturing: Wie entwickelt man Leads und reichert sie an?
- Lead Routing: Wie verteilt man Leads gezielt und schnell an den Vertrieb?
- Lead Qualification: Wie qualifiziert man gewonnene Leads?

LEAD-MANAGEMENT IN DER PRAXIS

- Am Anfang steht die Suchmaschinenoptimierung
- Mit Landingpages zur Lead-Generierung
- Die gewonnen Profildaten im CRM und in der Marketing-Automation
- Integration von Marketing Automation und CRM – Bidirektionale und flexible Daten –

SYNCHRONISATION UND LEAD-ÜBERGABE

- Aussteuerung automatisierter Marketing-Kampagnen
- Qualifizierung der Leads abhängig vom Verhalten
- Lead-Übergabe an den Vertrieb
- Transparenz über die Aktivitäten der Customer Journey

CUSTOMER DATA PLATFORM

- Steuerung von Prozessen über die Systeme hinweg
- Konzeption einer Customer Data Platform
- Potenzial der Automatisierung mit Robotic Selling®