

Marketing Automation – der Weg zum Glück?

Xenia Daum

Chief Executive Officer
COPE Content Performance Group

@copegroupcom
xenia.daum@copegroup.com
+43 1 60 117 870
www.copegroup.com

Barbara Rauchwarter

Chief Marketing Officer
APA – Austria Presse Agentur

@b_rauchwarter
barbara.rauchwarter@apa.at
+43 1 36060-5700
www.apa.at



Was wir heute besprechen

Wie Sie Ihren **digitalen Verkauf** ausbauen

Was **Marketing Automation** ist

Welche **Rahmenbedingungen** dafür gegeben sein müssen

Welchen **Content** Sie benötigen

.Wie **Marketing & Sales** zusammenspielen



Ausgangssituation



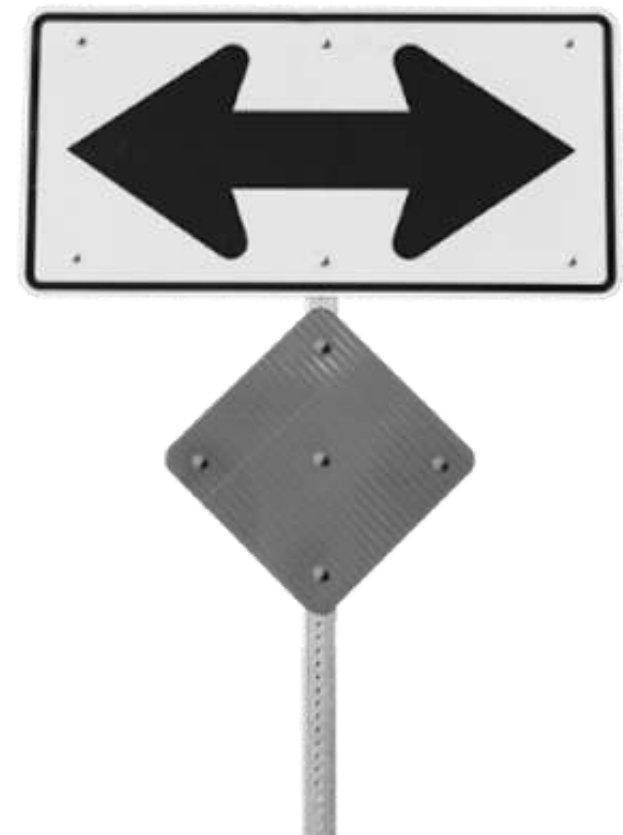
Ausgangssituation

Kunden sind nun auf „anderen“ Kanälen unterwegs

Wie können wir sie **erreichen**?

Wir müssen auf digitale **Kanäle** – wie machen wir das am besten?

Digitale Transformation in Marketing & Sales



Ausgangssituation



Marketing

Sie möchten First-Party-Daten sammeln?
Sie möchten Ihre neuen Kontakte nähren
und Loyalität steigern?
.Sie möchten Workflows in Ihrer
Kommunikationsarbeit automatisieren?



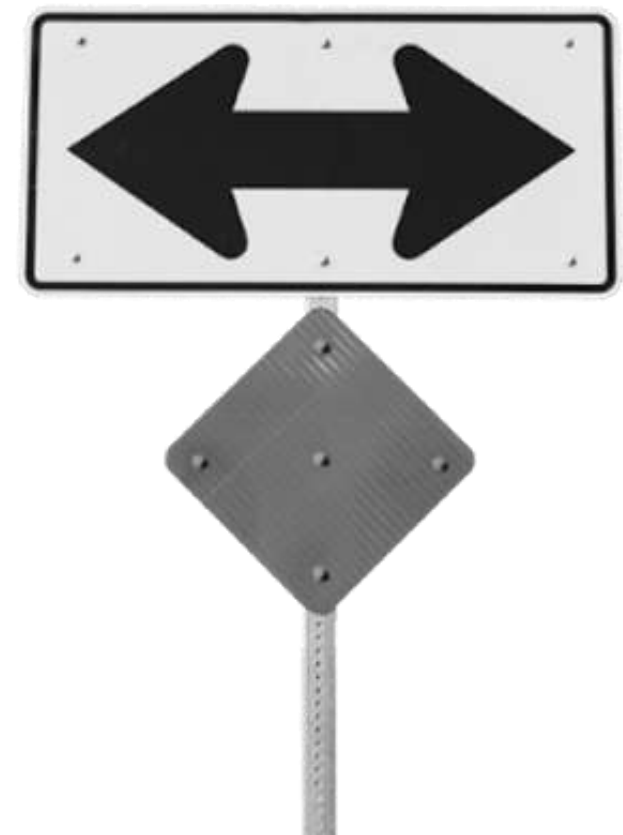
Sales

Sie möchten Ihren digitalen Verkauf
ausbauen?
Sie haben Produkte, die Sie über eine
digitale Zielgruppe verkaufen können?
.Sie möchten Ihre Umsätze auf
Marketingmaßnahmen zurückführen?

Ausgangssituation

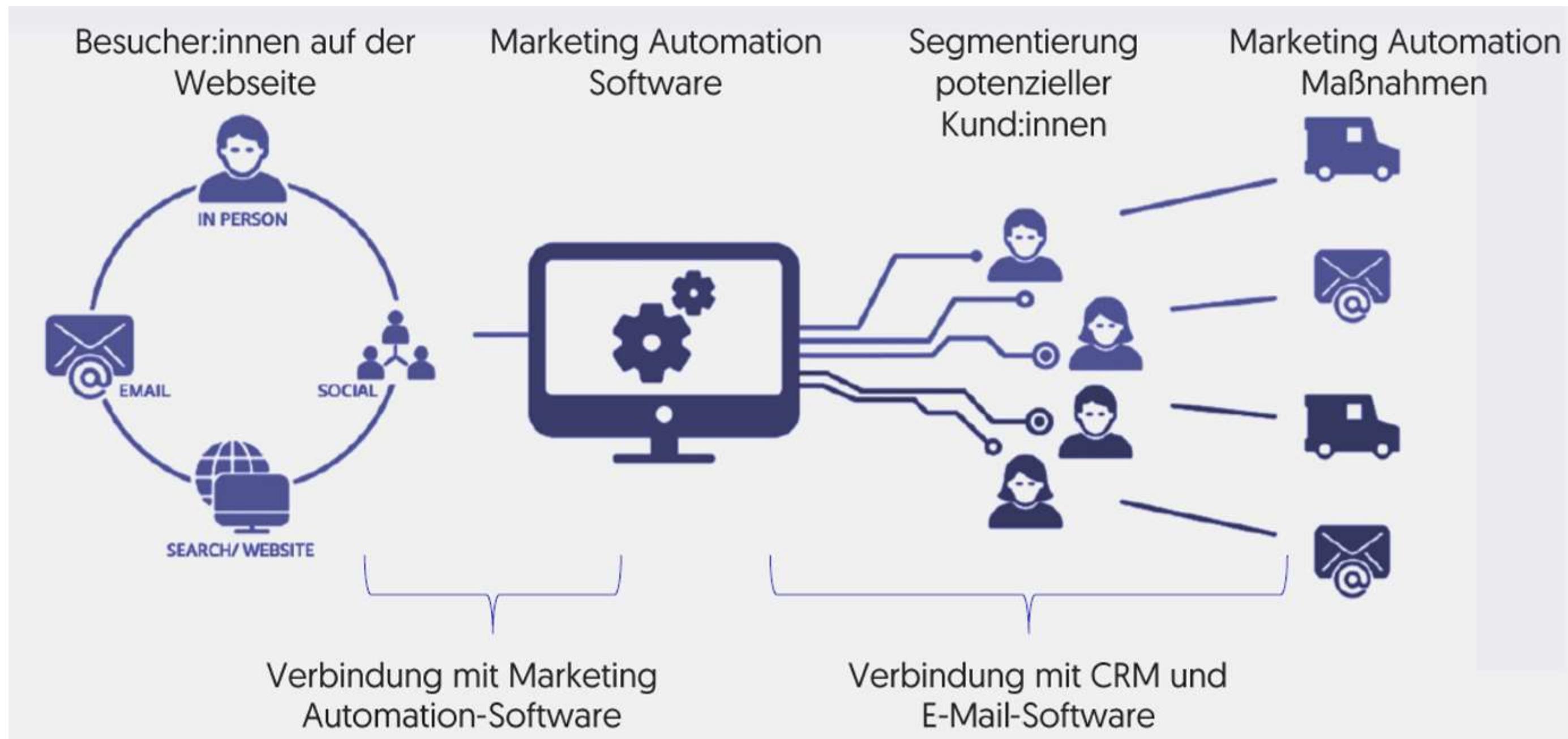
→ Die Lösung

Marketing Automation



Marketing-Automation-Software

Was leistet Marketing-Automation-Software?



Inbound Customer Journey



Traffic generieren

Organisch:

Social Media,
Blogbeiträge,
SEO etc.

.Bezahlt:

SEA, Social Media
Ads, Banner etc.



Leads generieren

Leadmagneten:

Whitepapers,
Checklisten,
Templates etc.

.Download für
Daten



Leads nähren

.Automatismen:
E-Mail-Strecken,
kontextbezogener
Content



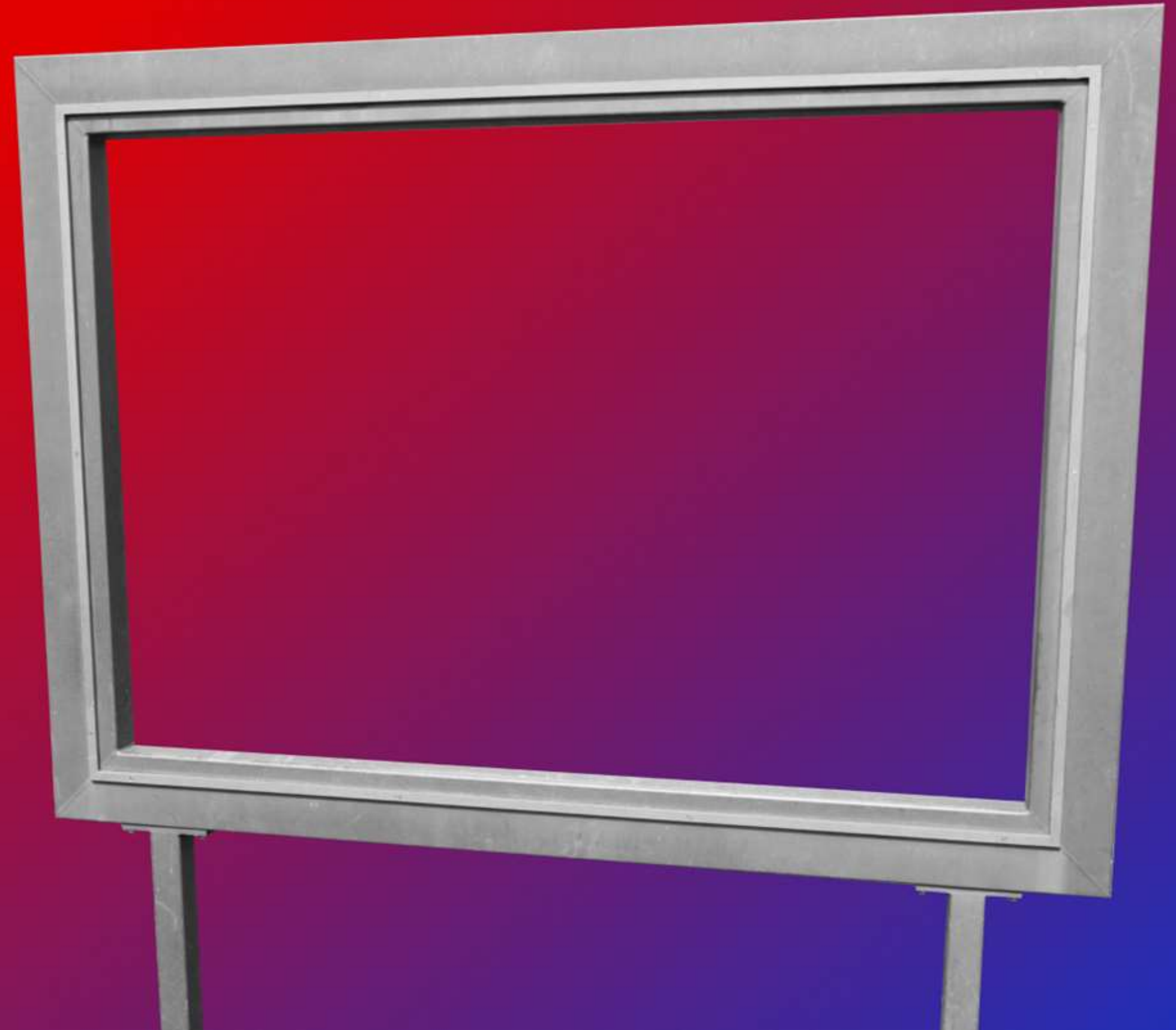
Loyalität schaffen

.Laufende
Kommunikation:
Newsletter, neue
Blogbeiträge,
Social-Media-
Follower etc

Future of Marketing

Marketing
Automation –
der Weg
zum Glück?

Rahmenbedingungen



Rahmenbedingungen

Damit eine Marketing Automation möglich ist,
müssen diese Rahmenbedingungen gegeben sein:

Enger Prozess zwischen Marketing & Sales

Produkte eignen sich für digitalen Verkauf

Rasche Umsetzbarkeit und **Flexibilität**

Marketing-Automation-Software

.Zeit & Ressourcen, um Content zu erstellen

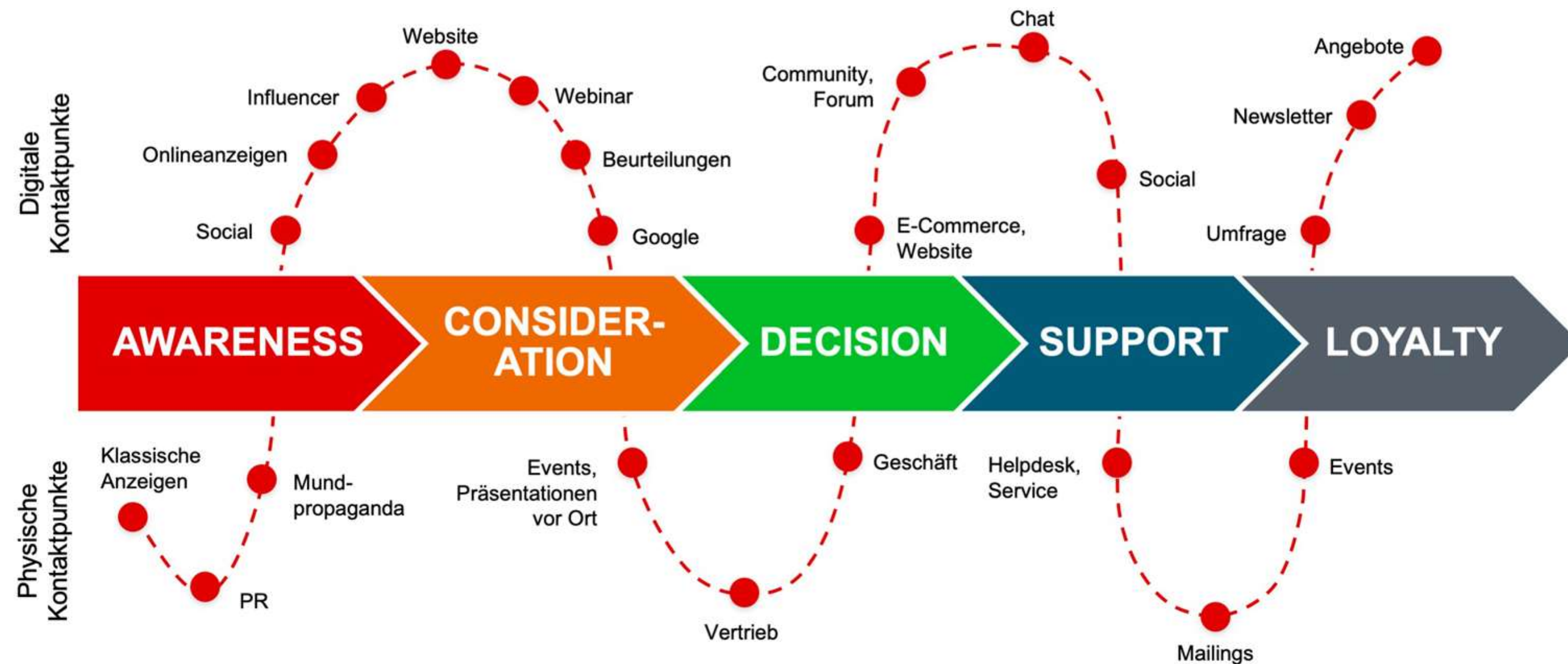


Content



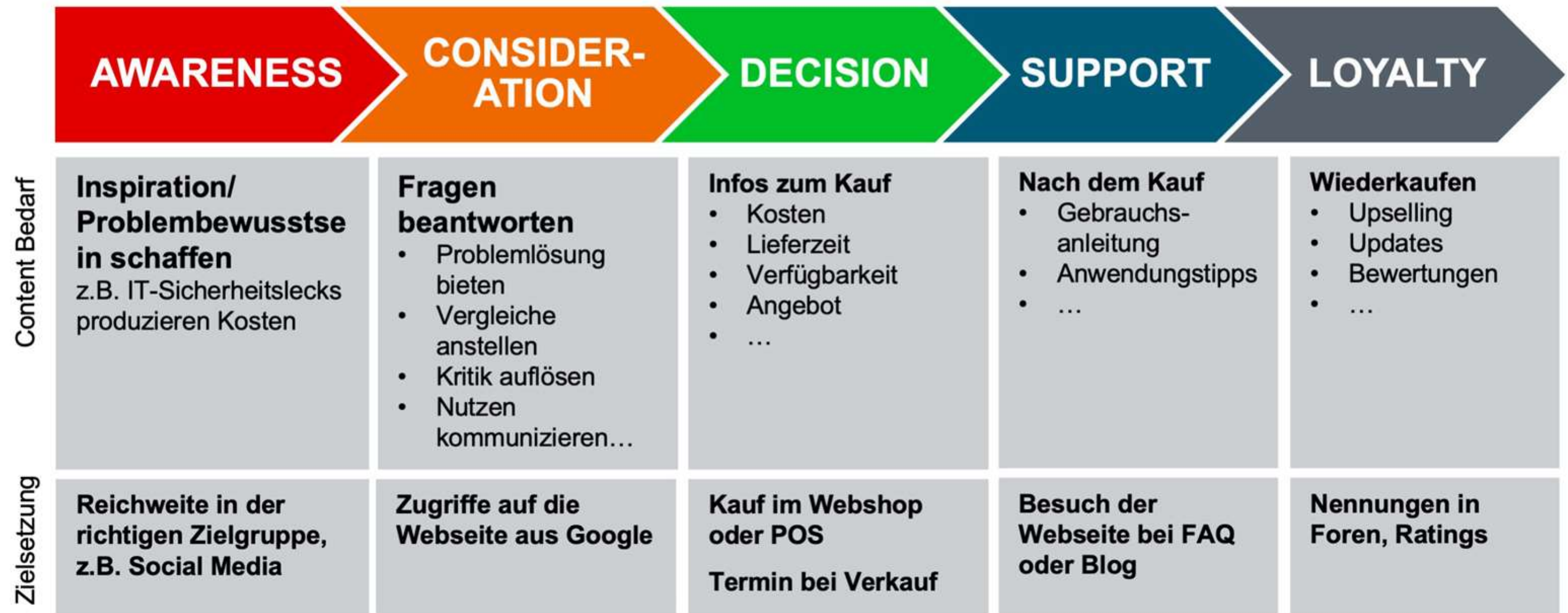
Content

Inhalte auf die Touchpoints der Customer Journeys abstimmen



Content

Wie könnte das aussehen?



Content für Marketing Automation

Eine Marketing-Automationskampagne fordert eine Vielzahl an Content-Pieces:

Leadmagnet mit Mehrwert (Checkliste, Whitepaper etc.)

Landing Page mit Download-Formular

Blogbeiträge (mind. 1000 Wörter, SEO-optimiert)

Videos

E-Mail-Strecke

.Pop-up

.Distributionselemente (Werbeformate)



Leadmagnet

Hochwertiger Content für User, für den diese ihre Daten freiwillig preisgeben (Name, E-Mail-Adresse, Unternehmen etc.)
Nützliche Checkliste, Whitepaper, Guide, Template
Catchy Title
•Besonders gut für **B2B-Marketing** geeignet



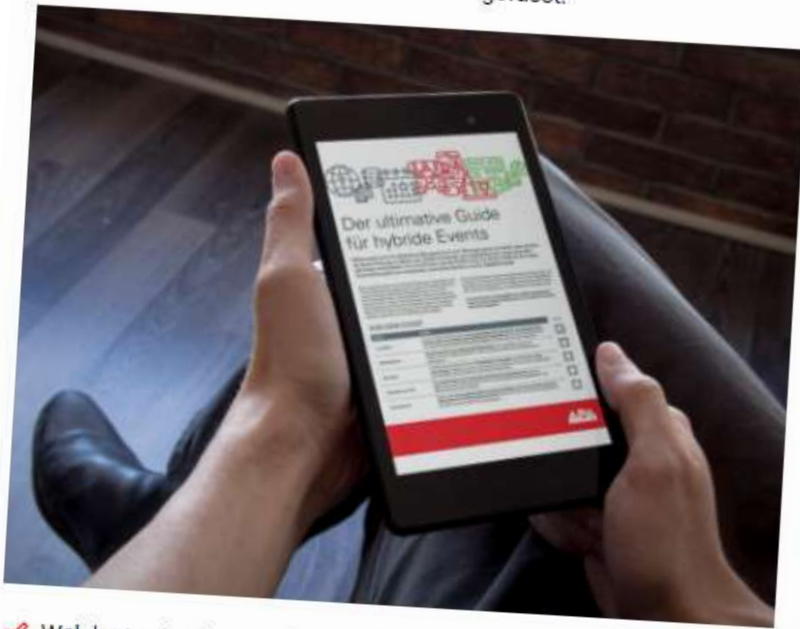
Landing Page

Landing Page mit den **wichtigsten**
Infos des Leadmagnets
Plakatives Design
Download-Formular so
übersichtlich wie möglich gestalten
(mit Pflichtfeldern und optionalen
Feldern)
•Datenschutzinformation

APA

Der ultimative Guide für hybride Events

Hybrid-Veranstaltungen sind gekommen, um zu bleiben. Doch was genau brauchen Sie, um ein Hybrid-Event erfolgreich aufzusetzen? Von technischen Must-haves bis hin zu Livestream-Lösungen, Programmplanung und Spielregeln haben wir in dieser **Checkliste alle wichtigen Maßnahmen** für Sie zusammengefasst.



- ✓ Welche Maßnahmen müssen Sie bereits **vor dem Event** treffen, damit es organisatorisch sowie werbetechnisch zum Erfolg wird?
- ✓ Auf welche Faktoren müssen Sie bzw. Ihre Speaker und Moderation **während des Events** achten?
- ✓ Wie schaffen Sie es, in der **Nachbereitung** noch einmal Traffic zu generieren und bereits Lust auf einen neuen Hybrid-Event zu machen?

Jetzt Checkliste herunterladen

Anrede*
Bitte auswählen

Vorname*

Nachname*

E-Mail-Adresse*

Unternehmen

☐ Ich stimme zu, dass meine personenbezogenen Daten zur Übermittlung der angeforderten Unterlagen bzw. zur Kontaktaufnahme verarbeitet werden und ich auch telefonisch kontaktiert werden darf. Nähere Informationen finden Sie in unserer **Datenschutzerklärung**. Meine Zustimmungserklärung kann ich jederzeit widerrufen.*

geschützt durch reCAPTCHA
Datenschutzklärung - Nutzungsbedingungen

JETZT ABSENDEN

Austria Presse Agentur

Blogbeiträge

Reihe an Blogbeiträgen zum
Thema des Leadmagnets

Detaillierte, lange Texte
(> 1000 Wörter)

SEO-optimiert

.Blogbeiträge mit **CTAs** zu Landing
Page mit Leadmagnet



BLOG ARTIKEL

Online präsentieren: Sechs PowerPoint-Tipps für gelungene Hybrid-Events

Sie möchten eine erstklassige Präsentation erstellen, die ein virtuelles Publikum informieren und begeistern soll? Dann haben wir für Sie sechs Faustregeln, die es zu beachten gilt.

TEILEN

MEHR



BLOG ARTIKEL

Warum hybride Events die Zukunft sind

Was sind hybride Events? Welche Veranstaltungen eignen sich auch als Hybrid-Event? Erfahren Sie im Beitrag alles über die Vorteile von Hybrid-Veranstaltungen.

TEILEN

MEHR



BLOG ARTIKEL

Streaming-Anbieter: Die 7 besten Tools im Vergleich

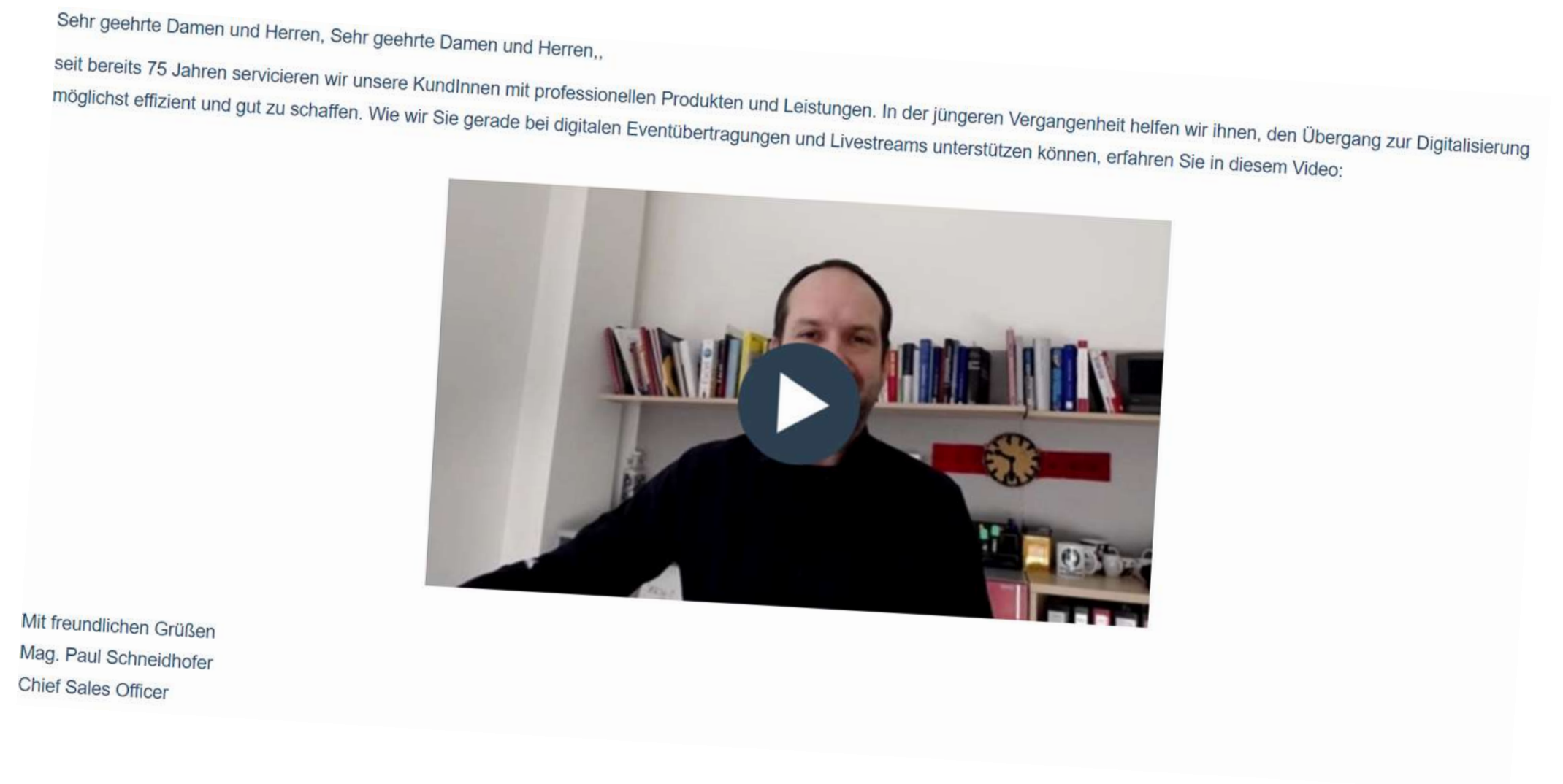
Wir haben die Big Player von Event-Streamings für Sie zusammengefasst und präsentieren Ihnen eine Übersicht der besten Tools.

TEILEN

MEHR

Videos

Videos als **Showstopper** auf Social Media
Erklär-Elemente in E-Mails (persönlicher als Text)
•Max. **1–2 Minuten**

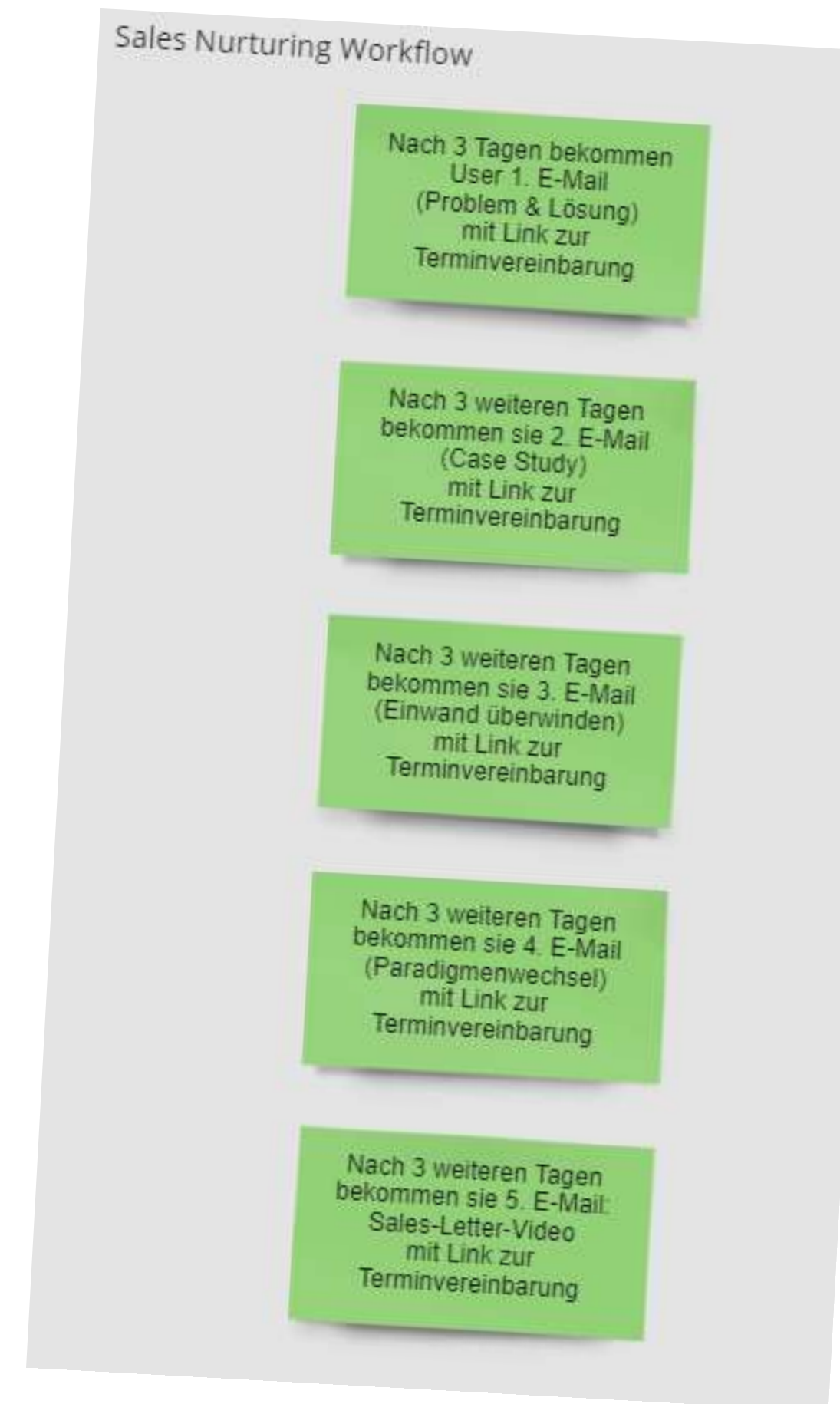


E-Mail-Strecke

Eine **automatisierte** E-Mail-Strecke für
hochwertige Leads

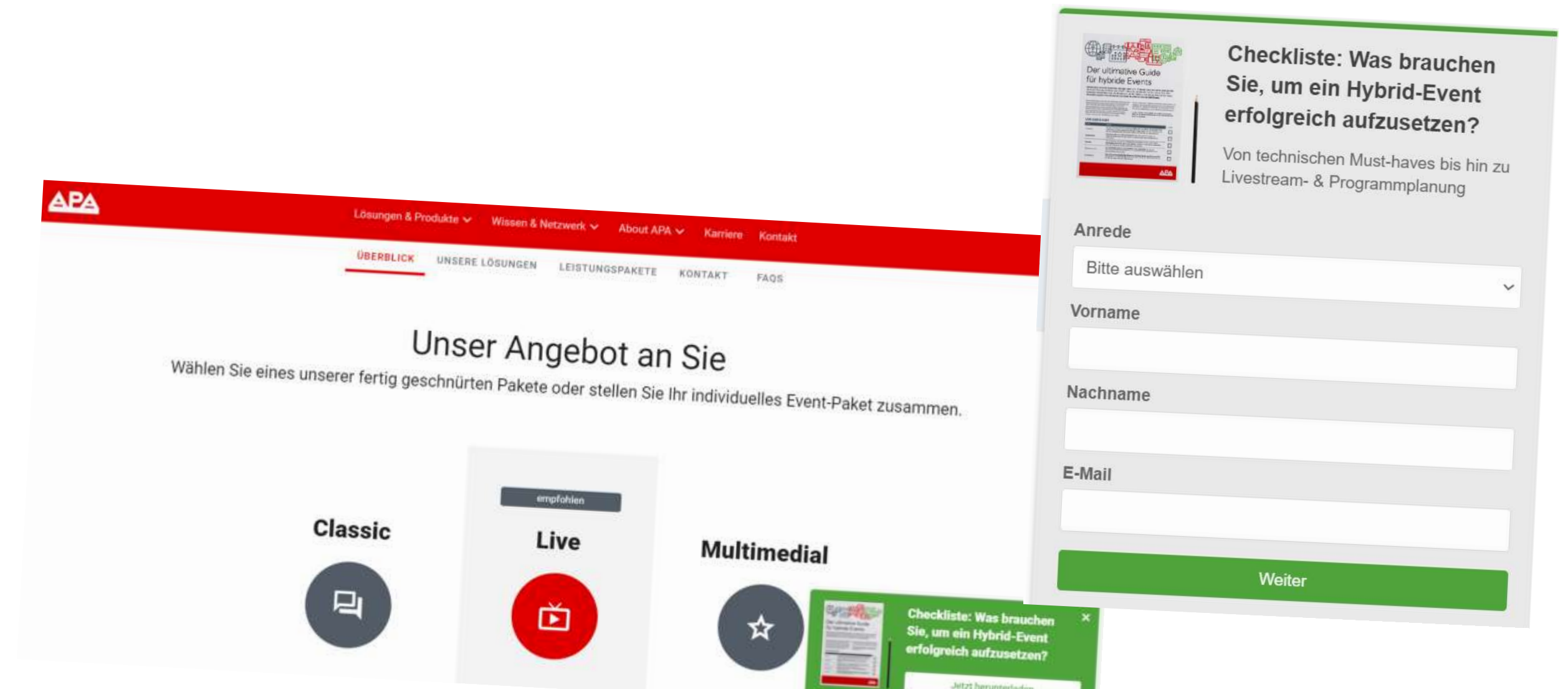
Thematische Einteilung (Problem & Lösung,
Case Study, Einwand überwinden etc.)

CTAs zu Blogbeiträgen, Produktseiten oder Videos
·Möglichkeit, **Termin** zu buchen (Kalender oder
Reply-to-Link)



Pop-up

Unterschwelliges Pop-up auf relevanten
Seiten der Website
„Gratis“ Werbung
Wenig Aufwand für Lead-Generierung
·Hauptsächlich für **Desktop**



Future of Marketing

Marketing
Automation –
der Weg
zum Glück?

Bewerbung



Content braucht Reichweite

Um den Content an die User zu bringen, sollten folgende Maßnahmen gesetzt werden:

Social Media Ads:

LinkedIn, Facebook, Instagram, Xing etc.

Google Ads

.Banner Ads & Content Platzierungen



Future of Marketing

Marketing
Automation –
der Weg
zum Glück?

Sales



Inbound Workflow



Marketing qualifiziert Leads

Sind die Leads
relevant?
Privatpersonen?
Konkurrenz-
unternehmen?



Sales komplettiert Kontaktinfos

Telefonnummer,
Position im
Unternehmen
etc.



Kurze Connect- Calls

Kein Verkaufs-
gespräch!
Ziel: Termin für
weiterführendes
Gespräch



Experten- Gespräch

Verkaufs-
gespräch



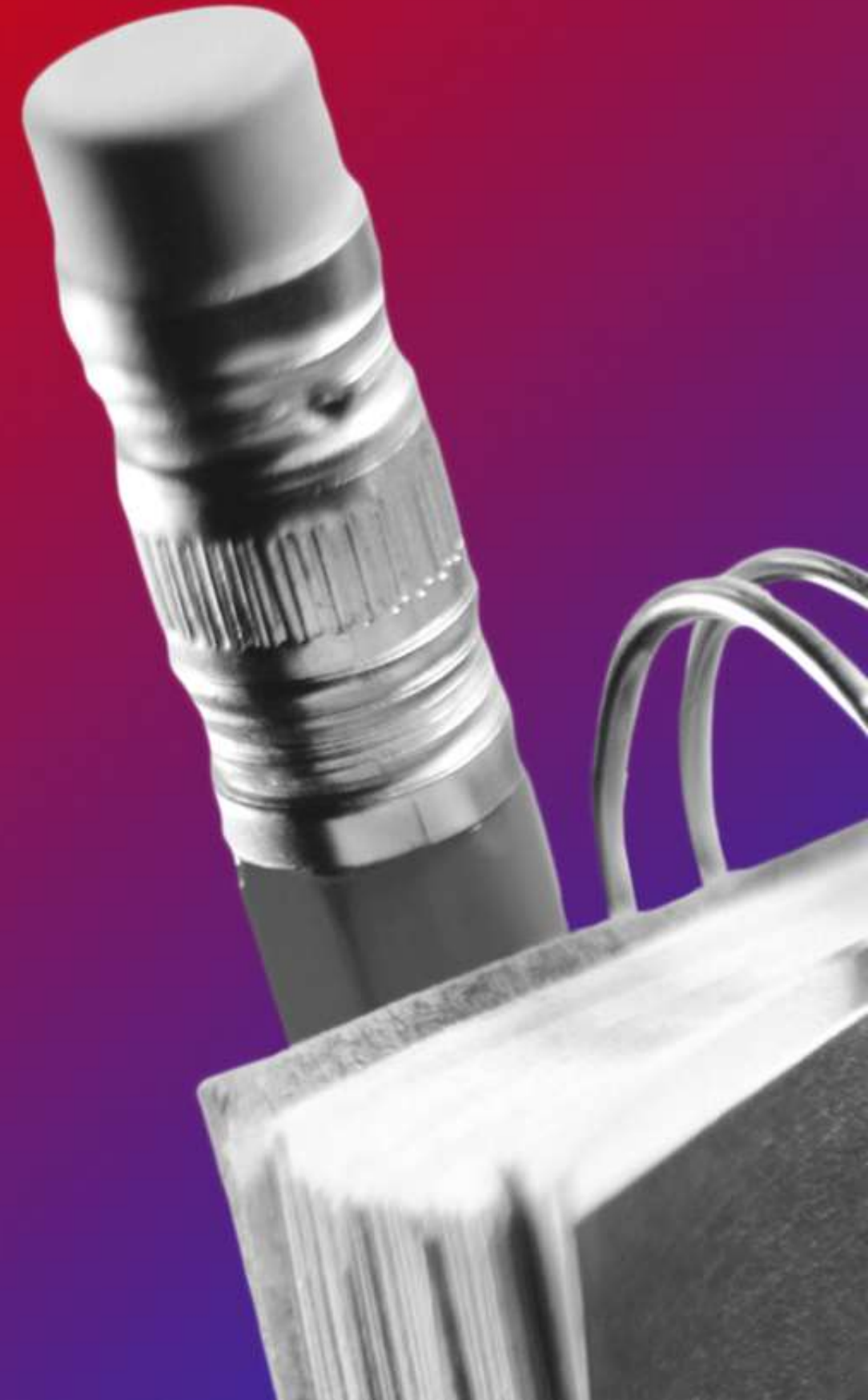
Angebot schicken

Konkretes
Angebot

Future of Marketing

Marketing
Automation –
der Weg
zum Glück?

Fazit



Auf den Punkt gebracht

Marketing wird **Sparringpartner** von Sales
Produkte zukünftig über **digitalen Verkauf**
Vielfältiger Content rund um die Produkte
wichtiger denn je
Automatisierungsstrecken für durchgängige
Customer Journey
.Rascher Turnaround



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Xenia Daum

Chief Executive Officer
COPE Content Performance Group

@copegrouppcom
xenia.daum@copegroupp.com
+43 1 60 117 870
www.copegroup.com

Barbara Rauchwarter

Chief Marketing Officer
APA – Austria Presse Agentur

@b_rauchwarter
barbara.rauchwarter@apa.at
+43 1 36060-5700
www.apa.at