

Automatisiertes Marketing bei visionapp



CASE STUDY

Unvollständige Daten, komplizierte und „handgemachte“ Abläufe, Unwissenheit ob E-Mails überhaupt gelesen werden: Mit ihren E-Mail-Marketingkampagnen stochern Unternehmen oft im Nebel. Marketing-Automation-Systeme bringen Klarheit – und mehr Kunden.

Visionapp ist ein Unternehmen der Allen Systems Group, Inc. und am Markt für Cloud Computing aktiv. Es bietet seit mehr als zehn Jahren Software und Dienstleistungen für private, öffentliche und gemischte Cloud Computing- Lösungen. Regelmäßig werden Roadshows veranstaltet, die den Fachbesuchern und Interessenten als Plattform zum Austausch über die neuesten Trends im Cloud Computing, zur Wissenserweiterung und für persönliche Gespräche dienen.

Erfolg der Roadshows messen und steigern

Das Problem: Zu den Roadshows meldeten sich jeweils nur fünf bis zehn Teilnehmer an. Diese Quote musste steigen. Außerdem sollte das Marketing-Management für die Roadshows verschlankt und vereinheitlicht werden. Das Unternehmen wollte zudem den Erfolg der Roadshows anhand konkreter Zahlen messbar machen. Um das zu erreichen, hat Visionapp ein Marketing-Automation-System implementiert. Durch automatisiertes Marketing sollten Prozesse systematisiert und effizienter gestaltet werden. Das erste Projekt waren die Einladungen und Anmeldungen für die anstehende Roadshow.

Segmentierung der Kundengruppen

Als erstes kümmerte sich das Team um die Infrastruktur, sprich: Es führte eine Qualitätsprüfung der Kundendatenbank durch, um festzustellen, wie vollständig und einheitlich gestaltet die Kundenprofile waren. Im nächsten Schritt wurden die Datenbankeinträge nach Geschlecht, Sprache und anderen, für die Veranstaltung relevanten, Kriterien segmentiert und standardisiert. So war es möglich, einzelne Kundengruppen gezielt und korrekt anzusprechen – zwei wichtige Voraussetzungen für erfolgreiches Marketing. Diese Zahlen belegen, dass automatisierte, gut durchdachte Programme die „weichen“ Kennzahlen deutlich verbessern.

HIGHLIGHTS

MARKT: Event-Management

BRANCHE: Software/Cloud Computing

LÖSUNG: Mehrsprachiges, automatisiertes Event-Management-Programm

- Datenbank-Audit und Standardisierung
- Infrastrukturplanung für die Registrierung und Integration mit anderen Portalen
- Segmentierung, Personalisierung und Versandoptimierung für bestmöglichen Response

Die Anmeldungen zur Roadshow stiegen von 5-10 pro Show auf 90 pro Show – ein Zuwachs von bis zu 1.700 %.

Werbung auf Portalen – Anmeldung im eigenen System

Anschließend entwickelte das Team einen Programmablauf und integrierte externe Portale und Websites. Die Roadshow wurde auf allen wichtigen Veranstaltungswebsites beworben. Von dort wurden die Interessenten zur Anmeldung auf die Unternehmenswebseite weitergeleitet. Der Clou daran: Die Nutzer bemerkten nicht, dass sie das System oder die Umgebung wechselten. Um Interessenten diesen reibungslosen Ablauf bieten zu können, wurde sichergestellt, dass die Daten unkompliziert zwischen den Systemen ausgetauscht werden konnten. Dies sorgte für einen nahtlosen Prozess vom ersten Klick bis zur tatsächlichen Anmeldung.

Relevante Ansprache je nach Interesse und Informationsstand

Schließlich wurde das Programm so eingerichtet, dass es den „digitalen Fußabdruck“ von potenziellen Kunden ermittelte. Das heißt, dass Aktivitäten und Interaktionen der Nutzer verfolgt werden konnten. So ließen sich die einzelnen Kommunikationselemente genau auf die Interessen beziehungsweise den Kenntnisstand der Nutzer abstimmen. Wenn also ein Interessent in der ersten E-Mail auf den Link zur Landing-Page geklickt hatte, bekam er automatisch eine weitere E-Mail: Sie enthielt nähere Informationen zu den Experten, die bei der Roadshow anwesend sein würden. Allen anderen Interessenten schickte Visionapp eine automatische E-Mail, in der ihnen ein Nachlass auf die Teilnahmegebühr gewährt wurde, sofern sie sich kurzfristig noch anmeldeten. Ziel war es, die Interessenten nicht mit Werbung zu langweilen. Vielmehr sollten sie durch einen kontextrelevanten Dialog erfahren, wie sie von der Roadshow profitieren konnten und so zur Anmeldung motiviert werden.

Steigerung von Öffnungs- und Klickrate

Visionapp erzielte mit dem automatisierten Marketing hervorragende Ergebnisse: Weil die E-Mails eine höhere Relevanz aufwiesen, zum jeweils richtigen Zeitpunkt kamen, die Leser individuell ansprachen und an die richtige Zielgruppe gerichtet waren, stiegen ihre Öffnungsraten. Und zwar um zwanzig Prozent bei inaktiven Kontakten und um 47 Prozent bei aktiven und bereits interessierten potenziellen Kunden. Ebenfalls stieg die Klickrate, die Besucherzahl der Landing-Page sowie die Zahl der Downloads.

17 mal mehr Anmeldungen

Das oberste Ziel aber – die Zahl der Anmeldungen zur Roadshow zu erhöhen – wurde mehr als erfüllt: Sie stieg von fünf bis zehn auf neunzig pro Show. Das war ein Zuwachs von bis zu 1.700 Prozent. Diese Zahlen belegen, dass automatisierte, gut durchdachte Programme die „weichen“ Kennzahlen deutlich verbessern.

ÜBER DEMANDGEN

DemandGen ist ein weltweit tätiges Team von Marketing Automation und Lead Management Experten mit Kompetenzzentren in den USA, Europa und Asien. Am besten bekannt für die Lead Scoring und Nurturing Methodik hat DemandGen bereits hunderte von Kunden dabei unterstützt, Marketing Automation einzuführen, effiziente Lead Management Programme aufzusetzen und messbare Resultate zu erzielen. Durch die einzigartige Branchenerfahrung entwickeln unsere Mitarbeiter innovative Konzepte und setzen diese Erfahrungen bei unseren Kunden gewinnbringend ein.

DemandGen AG (Europe)
Raiffeisenallee 5
82041 Oberhaching/München
Deutschland
Phone: +49 89 203 21 04-0
Fax: +49 89 2032104-35

www.demandgen.de