

B2B-Marketing-Automation in der Praxis: 5 Erfolgsfaktoren





Flavio Dal Din

Co-Founder der Digital
Marketing Agentur flin



Philipp Pongracz

Marketingleiter des
Baumaschinenhändlers Avesco

Wir beginnen mit der wohl langweiligsten Slide von heute.

- B2B marketers that use marketing automation techniques increase sales opportunities **by 20% on average**.
- Email automation generates **20% higher leads** than non-automated emails.
- 80% of businesses report an **increase in lead generation** when they use marketing automation.
- Marketing automation users saw a **250% increase in purchase frequency** after implementing marketing automation across various channels.

**LASST UNS ZUERST
10 JAHRE ZURÜCK
GEHEN.**





AUCH 2014:

**AUS DEN TOP 10 MARKETING
TRENDS 2014**

Marketing Automation gibt es schon seit längerem und der Trend zur Nutzung wird 2014 weiter steigen.

Mehr und mehr Prozesse wie Lead-Pflege, Remarketing, E-Mail-Personalisierung und Analytics werden automatisiert, und helfen so auch kleinen Onlineshop-Besitzern, bessere Einblicke zu bekommen und mehr Kunden für sich zu gewinnen.

NUN SIND WIR IM 2024.

**UND WIR HALTEN EINEN
TALK ÜBER MARKETING
AUTOMATION.**

**ALSO LÄNGST KEIN
TREND-THEMA
MEHR, SONDERN
PRAXIS?**



YOU DREAMER DU

TOP 10 MARKETING TRENDS 2024:

**MARKETERS STILL
STRUGGLE WITH
DISCONNECTED
DATA, TOOLS, AND
COMPANY SILOS.**

Marketing Automation Report 2024

EIN DRITTEL DER UNTERNEHMEN BEANTWORTET E-MAILS MANUELL.

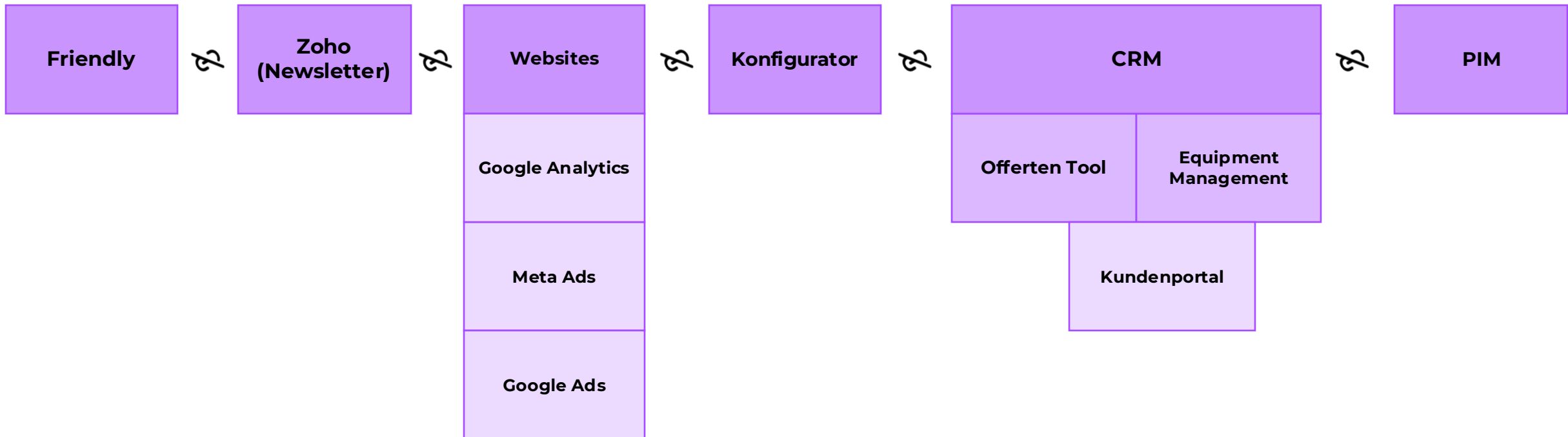
**ÜBER DREIVIERTEL DER
UNTERNEHMEN SIND BEI DER
BETREUUNG
VON LEADS IMMER NOCH KLASSISCH
UNTERWEGS: DURCH
PERSÖNLICHEN KONTAKT UND MIT
STANDARD-NEWSLETTER**

**UND GENAU HIER
BEGANN UNSERE
REISE.**



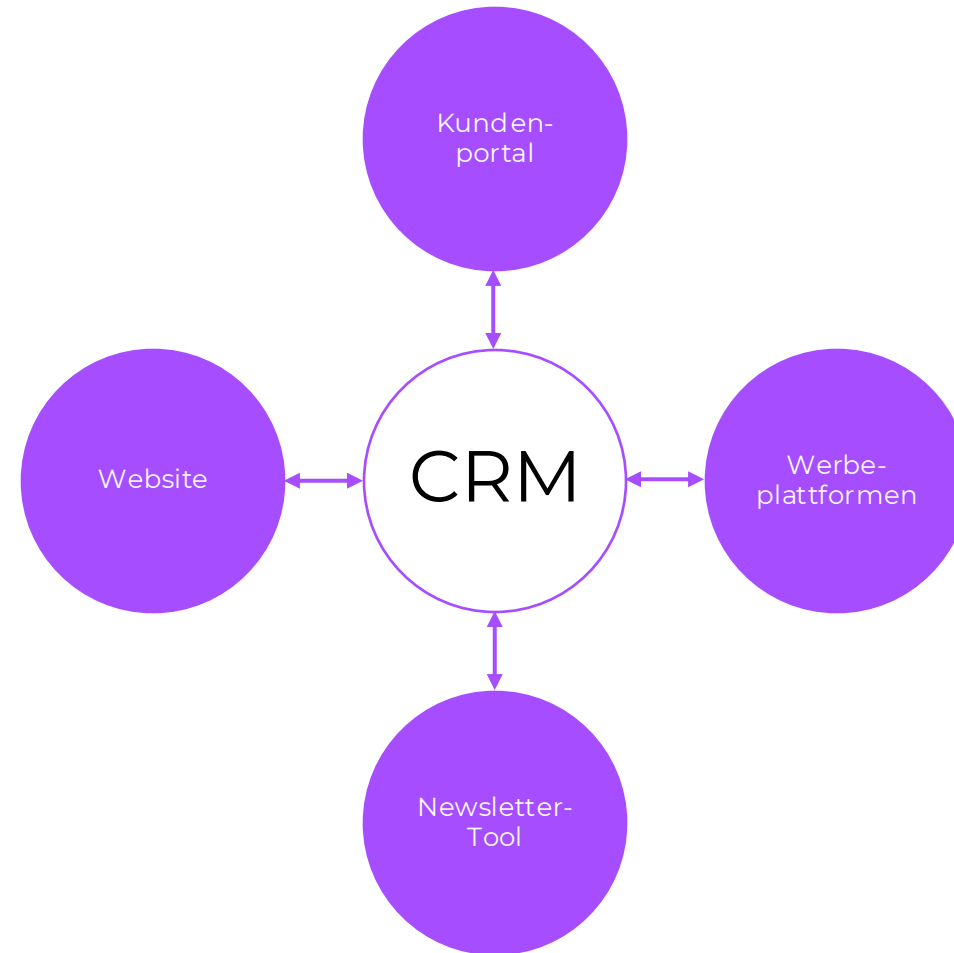
Ausgangslage Ende 2022:

Silos und «Disconnected Data»



**SEITHER SIND WIR
AUF DEM WEG HIER
HIN ...**

Zielbild 2025:



**WIR HABEN HEUTE
ABER KEIN
SCHEMA X FÜR EUCH.**

**DAFÜR 5 LEARNINGS,
DIE BEI DER
ERFOLGREICHEN
IMPLEMENTIERUNG
HELFFEN KÖNNEN.**

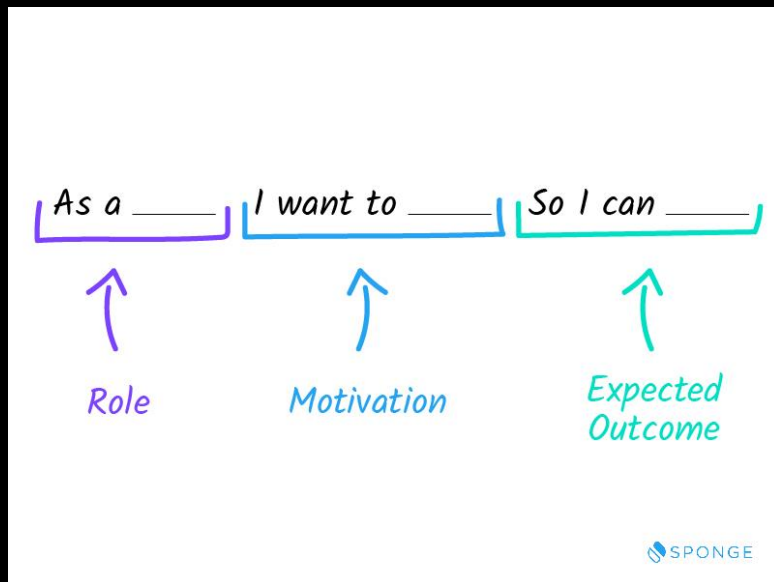
**#1 Klare, realistische
Ziele setzen.**

**~~“Shoot for the moon. Even if
you miss, you'll land among
the stars.”~~**

**#2 Macht es nicht der
Automatisierung wegen!**

**Überlegt euch: wem soll die
Automatisierung helfen?**

#2 Macht es nicht der Automatisierung wegen!: User-Stories helfen



User-Story 1.2.:

Als Kundenberater:in will ich Leads, die aus Kampagnen generiert werden, direkt im CRM einsehen können, damit ich die so generierten Leads effizient weiterbearbeiten kann.

**ABER DIE USER
STORY MUSS
«GÜLTIG» SEIN.**



**WIR MUSSTEN ES
AUF DIE HARTE TOUR
LERNEN!**

#3 Neu ist nicht immer besser!

~~Marketing Automatisierung?~~
~~Wir brauchen HubSpot!~~

#3 Neu ist nicht immer besser:

Und die «beliebtesten» Tools sind auch nicht günstig

MARKETING HUB PROFESSIONAL	MARKETING HUB ENTERPRISE
-----------------------------------	---------------------------------

Starts at

\$890/month

(3 Core Seats

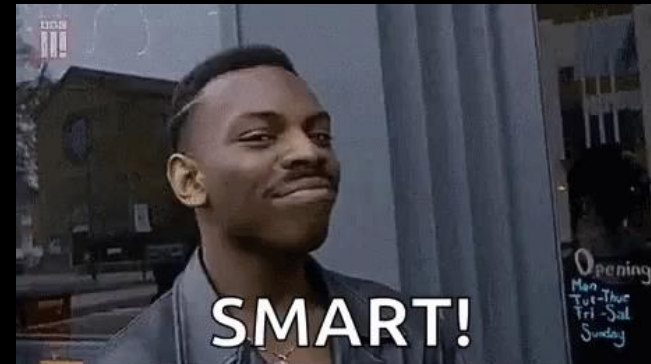
 included)

Starts at

\$3,600/month

(5 Core Seats

 included)



**#4 Viele Perspektiven
einbeziehen:**

**Interne und externe
Stakeholder und Partner:innen
mit an Bord holen.**

**#5 Kleine Schritte führen
(besser) zum Ziel**

**PRIORISIEREN, PRIORISIEREN,
PRIORISIEREN.**

**Danke-
schön.**