

Marketing Automation

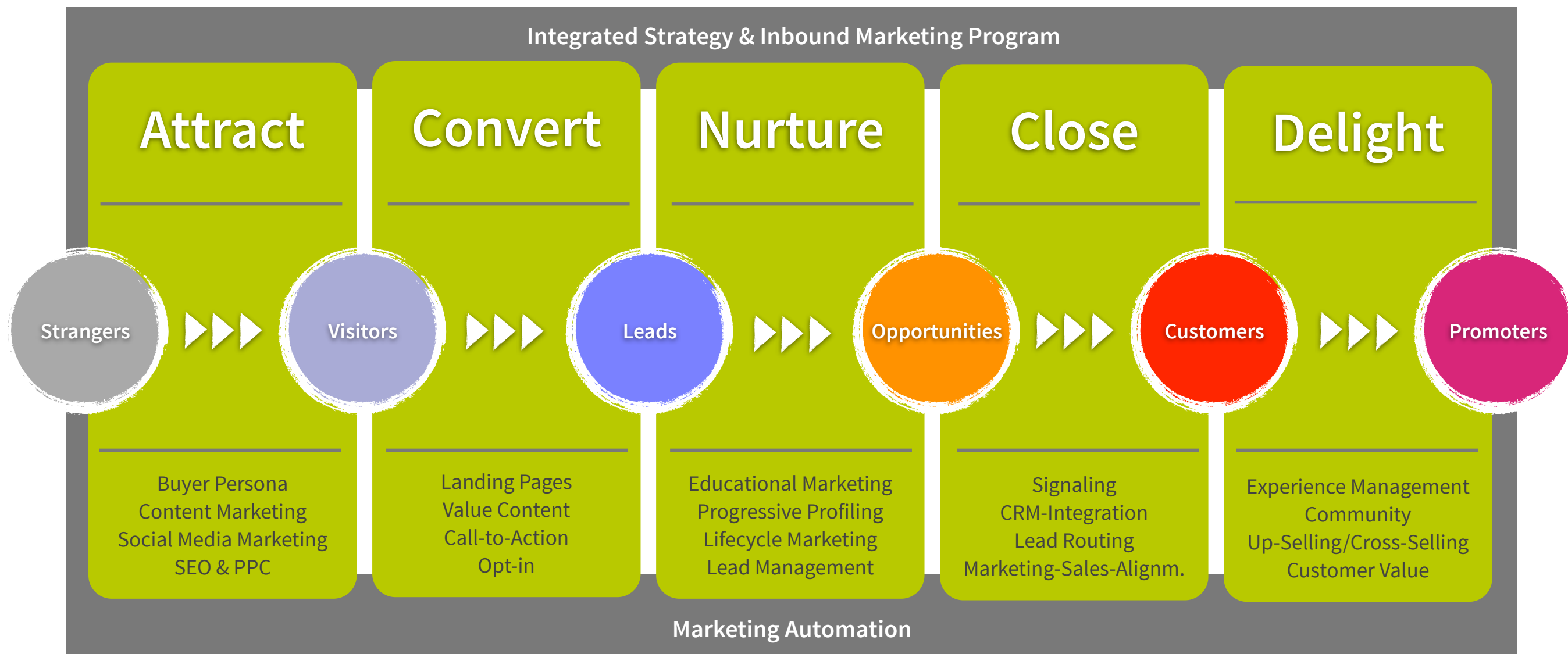
Rückgrat für Inbound & Lifecycle Marketing

ECO Kompetenzgruppe Online-Marketing , 2013-10-28 in Frankfurt

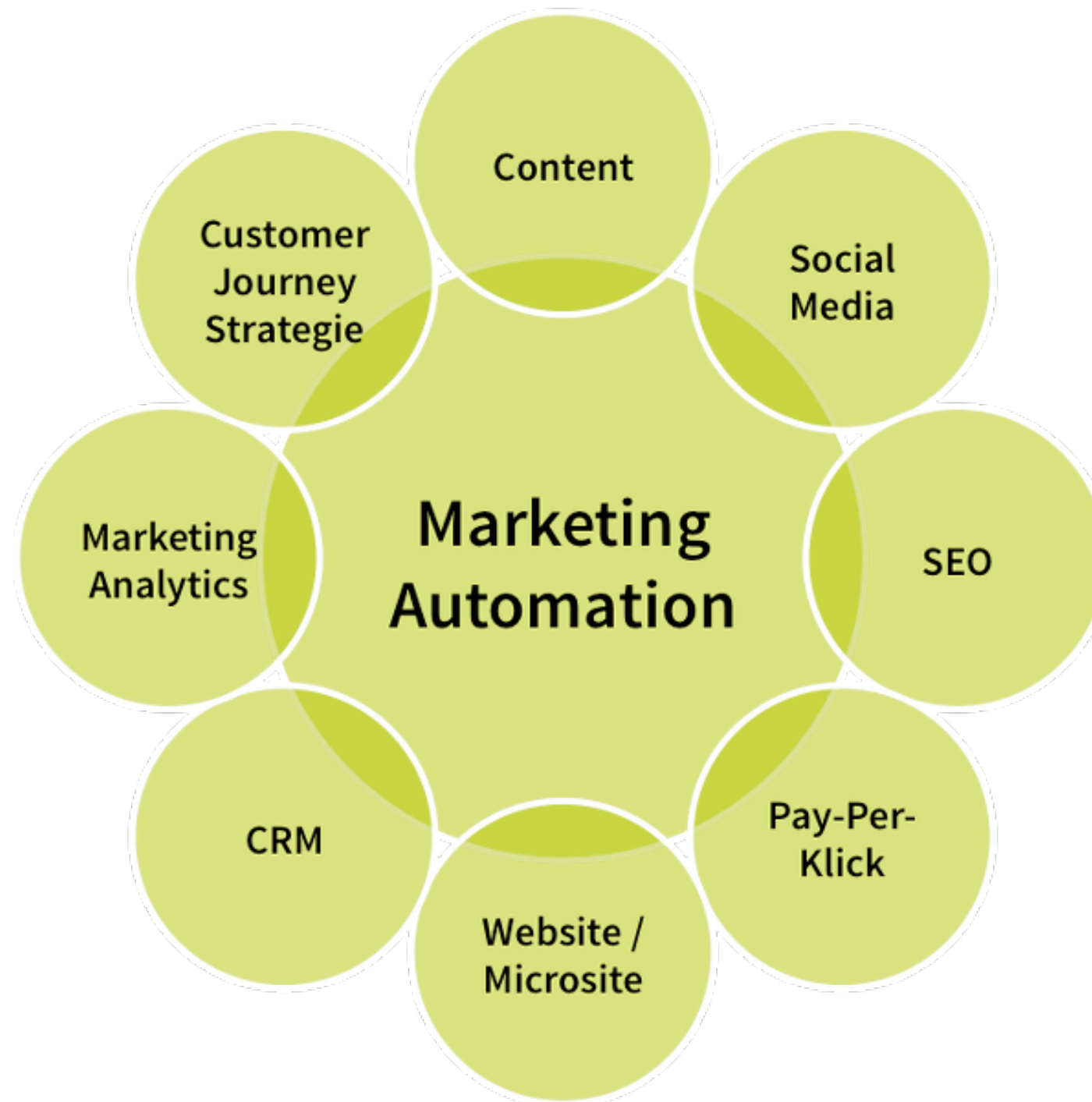
Die veränderte Customer Journey

Über 80% aller Kaufentscheidungen
(B2B/B2C) beginnen heute bei Google

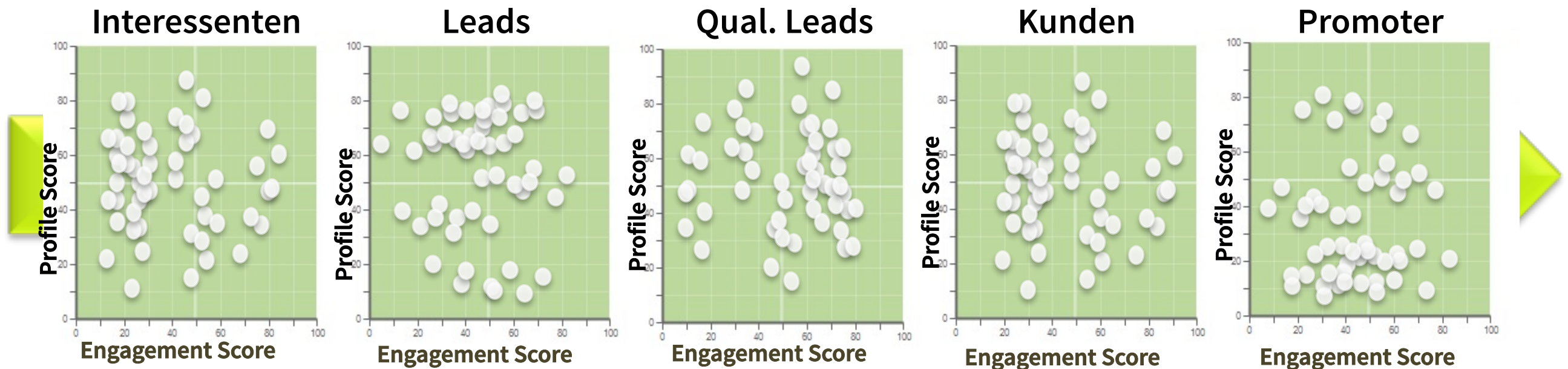
Vom unbekanntem Interessenten zum Kunden



Bausteine von Inbound/Lifecycle Marketing



Lifecycle Marketing – Entwicklung bestehender Beziehungen



Beispiel: Profile Score

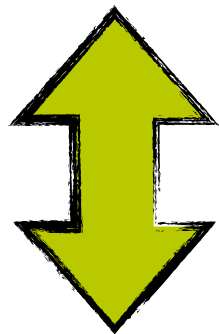
- A+-Kunde
- Kunde mit Interesse an Thema X
- Hochvernetzt in Social Media
- Familienvater
- Power User der Community

Beispiel: Engagement Score

- Direct Mail geöffnet
- Website besucht
- Download auf Landing Page
- App geladen
- In Service Community aktiv

Unser Leistungsspektrum

CONSULTING



FULL-SERVICE

Unsere Marketing Automation-Partner

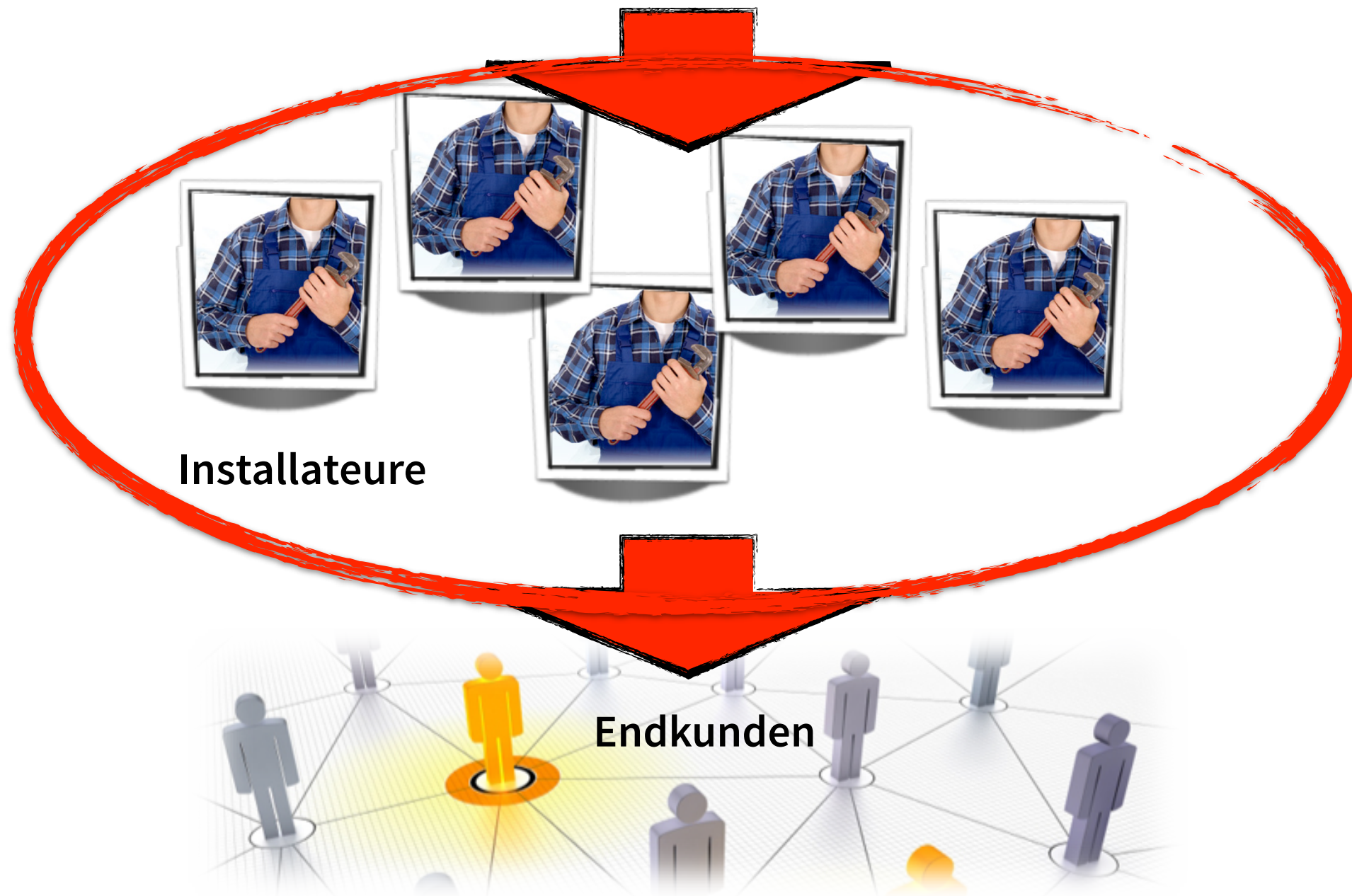


lemon5 - Leistungsportfolio



VIESMANN

climate of innovation



Zielstellung des Projektes

**Einladung zur persönlichen Präsentation der Innovationen
beim Installateur durch den Vertriebsaußendienst
(Markteinführung und Absatzförderung)**

Realisierung

Mehrstufige Kampagne im Lifecycle Marketing-Programm

Benchmarking mit bisherigem E-Mail-Marketing

**Vielen Dank für die Aufmerksamkeit.
Fragen?**