

1. Record Nr.	UNINA9910483365903321
Titolo	Marketing und Sales Automation : Grundlagen – Tools – Umsetzung. Alles, was Sie wissen müssen / / herausgegeben von Uwe Hannig
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2017
ISBN	3-658-15260-5
Edizione	[1st ed. 2017.]
Descrizione fisica	1 online resource (XIX, 452 S. 126 Abb., 3 Abb. in Farbe.)
Disciplina	658.872
Soggetti	Internet marketing Online Marketing/Social Media
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references at the end of each chapters.
Nota di contenuto	Grundlagen der Marketing und Sales Automation -- Valide Daten als Voraussetzung einer erfolgreichen Customer Journey -- Entwicklung einer Buyer Persona -- Rechtskonforme E-Mail-Marketing-Automation -- Der Weg zur Automation von Marketing- und Vertriebsprozessen -- Marketing Automation führt zu Prozessoptimierung -- Verzahnung von Marketing und Sales Automation -- Marketing-Automation-Projekte erfolgreich umsetzen -- Roadmap zur Marketing Automation -- Evaluation von Marketing-Automation-Systemen -- Automation im Lead Management -- Ran an den Kunden – So wird die Customer Journey zum Erfolgstrip -- Wirkungsvolle Kundenerlebnisse durch Marketing Automation -- Zusammenspiel von Lead Management und CRM entlang der Customer Journey -- B2B-Neugeschäft durch Marketing Automation -- Marketing Automation sorgt für ein effizientes Lead Nurturing -- Marketing Automation in Kleinunternehmen -- Internationalisierung mit Inbound Marketing und Marketing Automation stärken -- Integration von Marketing und Vertrieb durch Automation -- Digitalisierung und Automation des B2B-Vertriebs -- Die Integration von Customer Relationship Management und Marketing Automation -- Verbesserung der Zusammenarbeit von Marketing und Vertrieb durch automatisiertes Lead Management -- Integration der Vertriebspartner in das Lead Management -- Auswirkungen der Sales und Marketing Automation auf den Vertrieb --

Sommario/riassunto

Dieses Buch klärt - längst überfällig - die Begriffe Marketing und Sales Automation und zeigt konkret, wie die dafür entwickelten Werkzeuge implementiert und erfolgreich in der Praxis eingesetzt werden. Praktiker beschreiben, wie der Einstieg in die Automation wiederkehrender Prozesse in Marketing und Vertrieb gelingt. Die Experten berichten von ihren Erfahrungen, geben Tipps und Hilfestellungen. Das Themenspektrum spannt den Bogen von der Schaffung einer validen Datengrundlage über das rechtskonforme E-Mail-Marketing bis hin zu einem Vorgehensmodell zur Einführung eines Marketing-Automation-Systems im Unternehmen. Dabei wird ein besonderer Augenmerk auf die Verzahnung von Marketing und Vertrieb gelegt und die möglichen Verbesserungen beispielsweise im Lead Management durch die Automation aufgezeigt. Ein spezielles Kapitel widmet sich der Vorstellung der wesentlichen Werkzeuge für Konzerne ebenso wie für kleine und mittlere Unternehmen. Der Inhalt Vom der Automatisierung von Prozessen zur Marketing Automation Status Quo und Zukunft Marketing und Sales Automation in Deutschland Roadmap zur Sales und Marketing Automation Einsatz der Automation im Lead Management Tools für Marketing und Sales Automation Glossar und Literaturhinweise Die Herausgeber Prof. Dr. Uwe Hannig ist Leiter des Instituts für Sales und Marketing Automation(IFSMA). Er gilt als einer der profiliertesten Vordenker im Bereich Managementinformationssysteme und Leistungssteuerung. Gemeinsam mit dem Mitentwickler des Balanced Scorecard Konzepts, David P. Norton, war er Herausgeber des Journal of Performance Management.
