

Salesforce Marketing Cloud

Intelligence

Erhalten Sie eine ganzheitliche Sicht auf Ihr Marketing

Salesforce Marketing Cloud Intelligence: Marketingaktivitäten optimieren

Das Marketing eines Unternehmens läuft auf vielen Ebenen ab, auf unterschiedlichen Webseiten, mit verschiedenen Kampagnen auf unterschiedlichen Plattformen und schwer zu vergleichenden Datensätzen. Die Marketing Cloud Intelligence ermöglicht es, Daten aus all diesen Quellen miteinander zu vergleichen, um eine ganzheitliche Sicht auf Marketingaktivitäten und das Unternehmen zu gewinnen.

Was genau ist die Marketing Cloud Intelligence? Und wie kann sie mir zu effizienterem Marketing verhelfen? Lesen Sie mehr in unserem Wissensartikel:

Inhalt

Salesforce Marketing Cloud Intelligence: Marketingaktivitäten optimieren	1
Was ist Salesforce Marketing Cloud Intelligence?	3
Wie funktioniert die Salesforce Marketing Cloud Intelligence?	3
Datenmodell.....	3
Datenupload.....	4
Datenanalyse mit Pivot-Tabellen	4
Datenharmonisierung	4
Marketplace	4
Datenvisualisierung.....	4
Was kann die Salesforce Marketing Cloud Intelligence?.....	5
Datenerkundung	5
Unterstützung aller Teams.....	5
Zusammenführen von Daten	6
KI-Unterstützung	6

Autor: Annika Franken, Online Marketing

Herausgeber: [comselect GmbH](#)

Veröffentlichung: Mai 2022

Lesedauer: 3 Minuten

Kanalübergreifende Reports	6
Schneller Zusammenarbeiten	7
Marketing Cloud Intelligence und Tableau Analytics.....	7
Fazit	8
Kontakt	9

Was ist Salesforce Marketing Cloud Intelligence?

Zuvor bekannt als Salesforce Datorama, ist die Salesforce Marketing Cloud Intelligence eine Salesforce Plattform, die es Marketingmitarbeitern ermöglicht, sämtliche Daten aus dem Ökosystem eines Unternehmens an einem Ort zu sammeln, zu analysieren und miteinander zu vernetzen. Dabei ist es irrelevant, wo diese Daten sich befinden, in welchem Format sie sind oder wie oft und stark sie sich verändern. Marketing Cloud Intelligence macht es möglich, die Daten dennoch miteinander zu verwenden. Durch Marketing-API-Connectors und KI-gestützte Datenintegration wird es Marketingmitarbeitern nie an den Daten mangeln, die sie benötigen um die Marketingleistung und Kampagneneffektivität zu messen.

Wie funktioniert die Salesforce Marketing Cloud Intelligence?

Datenmodell

Das Datenmodell der Marketing Cloud Intelligence ermöglicht es, Daten aus unterschiedlichen Systemen und von unterschiedlichen Plattformen zu vergleichen. Diese automatische Harmonisierung von Daten hat den Vorteil, dass Daten strukturiert und organisiert werden und deutliche Beziehungen zwischen den Daten dargestellt werden. Außerdem vereinheitlicht das Datenmodell Unternehmens-Insights aus unterschiedlichen Quellen und verbindet mehrere Datenquellen und Formate miteinander. Dadurch wird es möglich, diese Quellen nahtlos miteinander zu vergleichen und mit einheitlichen Kriterien zu analysieren.

Zum Zweck der Analyse und Klassifizierung auf höherer Ebene verfügt das Marketing Cloud Intelligence Datenmodell über eine Reihe an Entitäten (entities), die in allen Datenstromtypen vorhanden sind und als übergreifende Entitäten bezeichnet werden. Übergreifende Entitäten sind Entitäten auf Arbeitsbereichsebene, nicht auf Datenstromebene. Sie gelten also für alle Daten im Arbeitsbereich. Auf diese Weise können Daten aus mehreren Quellen anhand ihrer gemeinsamen Werte klassifiziert oder gruppiert werden.

Zum Beispiel können dadurch Produkte, die auf Facebook und auf Google Ads beworben werden, verglichen werden: die Daten aus beiden Quellen für dasselbe Produkt werden harmonisiert, wenn der Wert in beiden Fällen der übergreifenden Produktentität zugeordnet wird. Das Schöne an der Marketing Cloud Intelligence ist, dass für marketingorientierte Daten übereinstimmende Dimensionswerte automatisch harmonisiert und übereinstimmende Messungen automatisch über mehrere Datenquellen hinweg aggregiert werden.

Datenupload

Daten können bei der Marketing Cloud Intelligence auf drei unterschiedliche Art und Weisen hochgeladen werden: mit API Connectors, mit TotalConnect oder mit LiteConnect.

Datenanalyse mit Pivot-Tabellen

Mit Marketing Cloud Intelligence Pivot-Tabellen werden Daten logisch dargestellt, um sie sinnvoll verwerten zu können. Mit Pivot-Tabellen kann man Zahlen und Erkenntnisse schnell finden, da Daten in sinnvollen Gruppierungen aufgearbeitet wurden. Dadurch sind Pivot-Tabellen ein wichtiger Bestandteil von Datenanalysen, die Pivot-Tabellen der Marketing Cloud Intelligence sind außerdem sehr ähnlich zu den Pivot-Tabellen anderer Anwendungen und dementsprechend leicht zu verwenden.

In der Marketing Cloud Intelligence können Pivot-Tabellen als Berichte gespeichert werden oder zum Erstellen von Widgets benutzt werden. Die häufigste Verwendung der Tabellen ist, sicherzustellen, dass die Daten richtig von der Quelle in die Marketing Cloud Intelligence geladen werden. Dadurch kann man leicht die Qualität der Daten überprüfen und sehen, ob die Werte korrekt gesammelt werden.

Datenharmonisierung

Die Marketing Cloud Intelligence harmonisiert in vieler Hinsicht schon automatisch Daten aus unterschiedlichen Quellen und in unterschiedlichen Formaten, um eine ganzheitliche Übersicht und Vergleich aller Marketing-Daten zu erhalten. Jedoch kann man auch Datenharmonisierungstools verwenden, wie in etwa das Harmonisierungs-Center. Dies ist mit einem No-Code Ansatz erstellt, sodass sowohl unerfahrene Benutzer als auch Technik-affine Menschen das Center benutzen können. Im Harmonisierungs-Center gibt es vier verschiedene Tools, die sich jeweils auf einen anderen Aspekt der Datenharmonisierung fokussieren: Datenklassifizierungen, Muster und harmonisierte Dimensionen, Media Name Builder App und Fix & Maintain (Reparieren & Erhalten).

Marketplace

Der Marketing Cloud Intelligence Marketplace ist eine Sammlung an Tools, die man herunterladen und individualisieren kann, um die eigene Marketing Cloud Intelligence Erfahrung besser zu machen. Dazu gehören drei verschiedene Produkttypen: Apps, Connectors und Add-On Features.

Datenvisualisierung

Mit der Marketing Cloud Intelligence Datenvisualisierung wird eine komplette Sicht auf die Marketing Performance ermöglicht. Mit der holistischen Sicht auf alle Daten können Teams effektiv

zusammenarbeiten und bessere Entscheidungen treffen, um Marketing und Business voran zu treiben. Der Visualisierungsprozess der Marketing Cloud Intelligence beinhaltet drei Elemente: Kollektionen, Seiten und Widgets.

Was kann die Salesforce Marketing Cloud Intelligence? Marketingdaten verbinden

Marketing Cloud Intelligence hilft dabei, die Daten aus sämtlichen Marketingkanälen, wie Websites und Social Media, zu einem leistungsfähigen Datenmodell zu verbinden.

Datenerkundung

Mit der Integration von Marketing Cloud Intelligence in Tableau werden alle Daten als Datenquelle in Tableau Desktop, Tableau Online oder Tableau Server angezeigt. Individuelle Visualisierungen können erstellt werden und Marketingdaten können mit Daten aus anderen Geschäftsbereichen verknüpft werden, um ein ganzheitliches Bild des Unternehmens zu erhalten.

Unterstützung aller Teams

Mithilfe der detaillierten Datenanalyse, die die Marketing Cloud Intelligence bereitstellt, erhält das B2C-Marketing einen tiefen Einblick über alle Marketing-Kanäle hinweg, sei es Social Media, E-Mail, Vertrieb oder klassische Print-Werbung, und kann dadurch mehr Gewinne erzielen und das Unternehmenswachstum fördern.

Das B2B-Marketing bekommt kanalübergreifende Marketinganalysen und durch einheitliche Berichte und tiefgehende Einblicke in Werbung, Veranstaltungen, E-Mails, Social Media und CRM lassen sich Leads, Konversionen und der Ausbau der Pipeline besser optimieren.

Für Agenturen wird die Effizienz wie auch die Skalierbarkeit erhöht. Manuelle Berichterstattung wird durch den Einsatz der Marketing Cloud Intelligence ersetzt und Analyseprozesse der Kunden werden verbessert. Dadurch fördert man das Wachstum und gewinnt an Agilität, um skalierbare und maßgeschneiderte Lösungen mit schneller Wertschöpfung zu liefern und Gewinne zu maximieren.

Mit integrierten und automatisierten Berichterstattungen und Einblicken in Kunden und Teams über direkte und programmatische Kanäle, Websites und Geräte, können der Wert der Inhalte und der Zielgruppen optimiert werden.

Zusammenführen von Daten

Daten aus den beliebtesten Social Media Plattformen, Suchmaschinen, Videoplattformen, Web Analytics und CRM können aufgrund der größten marketingorientierten API-Bibliothek integriert werden.

Intelligente Identifizierung und Integration jedes Datensatzes wird mit einer spezialisierten Künstlichen Intelligenz möglich gemacht. Flexibilität, jede Datenquelle sofort zu verbinden, entsteht durch die über 7.000 Marketing-Tools auf dem Markt.

Alle Fachgebiete und dazugehörigen Messungen können automatisch in einer konsistenten Taxonomie mit dynamischer Datenmodellierung geordnet werden. Man erhält einheitliche Daten über Kanäle hinweg. So kann man sich auf Erkenntnisse konzentrieren anstatt auf die Datenvorbereitung.

Künstliche Intelligenz, Automatisierung und Marketing-Expertise ermöglichen die volle Kontrolle über alle Marketing Daten, unabhängig davon, wo die Daten gespeichert sind, in welchem Format sie vorliegen oder wie stark sie sich im Laufe der Zeit verändern. Um Daten zu vernetzen, muss man nur ein paar Klicks ausüben und keine Code-Fähigkeiten vorweisen.

KI-Unterstützung

Mit Einblicken der Künstlichen Intelligenz in Marketingaktivitäten kann man schnell feststellen, welche Kampagnen funktionieren und welche nicht und so schnell seine Handlungen anpassen. Tägliche Empfehlungen helfen dabei, aktiv zu werden, um KPIs auf Kurs zu halten.

Automatisierte, visuelle Erläuterungen und natürliche Sprachbeschreibungen helfen dabei, die KI-gestützten Erkenntnisse besser interpretieren zu können. Somit kann das Marketingteam einfacher und schneller reagieren.

Automatisierte Regressionsmodellierung und statistische Analysemethoden helfen dabei, stunden- oder tagelange Analysen innerhalb von Minuten zu erledigen. Dadurch kann man schneller den weiteren Weg optimieren und sich auf die Umsetzung fokussieren.

Kanalübergreifende Reports

Mit Marketing-Dashboards lassen sich die richtigen, detaillierten KPIs, Leistungstrends, Kampagnenanalysen und Segment-Drilldowns für Plattformen wie Google Analytics, Facebook, Adwords und viele weitere einfach und schnell visualisieren.

Die Salesforce Marketing Cloud Intelligence ermöglicht es, ein interaktives Marketing-Reporting 24/7 zu erstellen und zugänglich zu machen, um jede Investition, Leistung und jedes Ziel eines Teams, einer Kampagne und von Kanälen zu überwachen und zu verbessern.

Dashboards und Berichte sind für jeden Stakeholder individuell anpassbar, inklusive des Marketing Managers und des Teams über E-Mails, Social Media, Werbung und mehr. Somit treffen Teams und Partner intelligentere Entscheidungen.

Schneller Zusammenarbeiten

Gewinne können maximiert werden, indem die Salesforce Marketing Cloud Intelligence automatisch und in Echtzeit Kampagnen pausiert, die unterdurchschnittlich erfolgreich sind und Budgets auf Plattformen wie Google, Facebook und alle weiteren verwendeten Tools anpasst. Dies funktioniert anhand einer plattformübergreifenden Aktivierung.

Chat-Plattformen können in Dashboards integriert werden, um es Teams und Partnern zu ermöglichen, an Analysen, Insights und beim Entscheidungen-treffen zu kollaborieren und in Echtzeit zusammenzuarbeiten.

Mit dem Festlegen von smarten Zielen und der Aktivierung von Benachrichtigungen, kann jede Performance kontextualisiert werden, indem der Fortschritt mit dem Ziel verglichen wird. Automatisierte Vorhersagen über die Zielerreichung und Empfehlungen darüber, wie man die besten Ergebnisse erzielt, machen das Arbeiten befriedigender.

Via E-Mail, Handy und vieles mehr können Dashboards, Insights und Berichte als sicherer Link, PDF oder Präsentation einfach mit anderen geteilt werden. Die Dateien können direkt versendet werden oder eine bestimmte Zustell-Zeit festgelegt werden.

Marketing Cloud Intelligence und Tableau Analytics

Die Marketing Cloud Intelligence und Tableau Analytics lassen sich optimal miteinander kombinieren, da beide aus der Salesforce-Familie kommen. Die Integrations- und Harmonisierungsplattform für Marketingdaten, Marketing Cloud Intelligence, wird mit der Business Intelligence des Unternehmens, Tableau CRM, verbunden, damit Marketingmitarbeiter umso effizienter arbeiten können und sich mit dem Rest des Unternehmens abstimmen können, um effektiveres Marketing zu betreiben. So können zum Beispiel Produktionszahlen und Werbemaßnahmen aufeinander abgestimmt werden, wenn ein bestimmtes Produkt beworben

wird, kann die Marketingabteilung der Produktion Bescheid geben, dass eine höhere Nachfrage bevorsteht.

Dieses und weitere Beispiele sehen Sie in diesem Demo-Video: [Tableau + Datorama: Better Together | Salesforce](#)

Fazit

Die Marketing Cloud Intelligence ermöglicht eine nahtlose, einfache und optimale Verwendung und Verarbeitung sämtlicher Marketing-Daten eines Unternehmens. Unabhängig davon, ob die Daten von unterschiedlichen Plattformen gesammelt werden, unterschiedliche Formate haben oder aus anderen Quellen kommen – Marketing Cloud Intelligence automatisiert die Anpassung der Daten aneinander und die Analyse der Daten in Echtzeit. Dadurch entsteht eine ganzheitliche Sicht auf das Unternehmen und alle Marketing-Aktivitäten und das Arbeiten für die Marketingabteilung wird einfacher und effizienter. Durch die Integration verschiedener Salesforce Funktionen und Anwendungen kann das ganze Unternehmen von der Verwendung der Marketing Cloud Intelligence profitieren.

Mehr über die Marketing Cloud Intelligence erfahren Sie hier:

<https://www.salesforce.com/products/marketing-cloud/marketing-intelligence/?redirect=datorama.com>

Kontakt

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Seit 2002 unterstützen wir unsere Kunden bei der Einführung und Anpassung von Salesforce auf individuelle Unternehmensbedürfnisse. Mit dieser Erfahrung können wir sicher auch Ihnen ein zuverlässiger Partner sein. Ob Konzern, Mittelstand oder KMU – wir kennen die Herausforderungen in vielen Branchen und entwickeln auch für Sie die optimale Lösung.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf:

Comselect Gesellschaft für Relationship Management mbH

Bernd Bittner, Sales Director CRM Services

Telefon: 0621 / 76133 500

Email: info@comselect.de

Web: <https://comselect.de>

Wir über uns.

comselect ist ein inhabergeführtes Unternehmen mit Hauptsitz in Mannheim und Niederlassung in Augsburg. Unsere Experten aus den Bereichen CRM Consulting, künstliche Intelligenz, digitales Marketing und Prozesse haben sich auf die Umsetzung komplexer Projekte, von der strategischen CRM Beratung, über die Konzeption bis zur Umsetzung, spezialisiert. Seit 2002 sind wir der führende Partner für den deutschen Mittelstand. Unser Branchenschwerpunkt ist die herstellende Industrie. Unsere Berater treffen Sie in Hamburg, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, München, Stuttgart.

Autor: Annika Franken, Online Marketing

Herausgeber: [comselect GmbH](#)

Veröffentlichung: Mai 2022

Lesedauer: 3 Minuten

©2002-2022 comselect GmbH | Alle Rechte vorbehalten