

Marketing Cloud Engagement

Dank Marketing Automation und personalisierten Journeys Kundenbeziehungen aufbauen

Bei der Salesforce-Anwendung Marketing Cloud Engagement handelt es sich um eine umfassende Plattform, die alle Anforderungen hinsichtlich Marketing Automation abdeckt. Die eingebaute KI-Technologie und Datenintegration sowie die Features Analytics und Reporting sorgen dafür, dass Marketingexperten ein leistungsstarkes Tool besitzen, um ihren Kunden eine personalisierte Erfahrung in ihrer Customer Journey zu liefern.

Inhalt

Was ist Marketing Cloud Engagement?	2
Was sind die Features von Marketing Cloud Engagement?	2
Wie wirkt sich Marketing Cloud Engagement auf einzelne Branchen aus?	3
Was ist der Unterschied zwischen Marketing Cloud Engagement und Marketing Cloud Account Engagement?.....	4
Anwendungsbeispiel von Marketing Cloud Engagement	6
Fazit	7
Kontakt	7

Was ist Marketing Cloud Engagement?

Marketing Cloud Engagement ist das Marketing-Tool für alles, was mit der Customer Journey zu tun hat. Es ermöglicht personalisierte Kundenerfahrungen, die ihren Klienten kanalübergreifend eine kohärente und nahtlose Erfahrung ermöglichen. So können Kunden zum Beispiel auch auf ihren bevorzugten Mobilgeräten erreicht werden, wie es ihnen am besten passt. Das fördert wiederum die Zufriedenheit mit Ihren Produkten. Außerdem liefert Marketing Cloud Engagement die Möglichkeit, zielgerichtete und skalierbare Nachrichten wie E-Mails zu versenden. Durch ansprechende Inhalte in Form von personalisierten und individuellen Werbemaßnahmen stärken Sie Ihr Marketing über Kanäle und Netzwerke hinweg. Darüber hinaus können Kundendaten in Marketing Cloud Engagement dazu verwendet werden, Präferenzen vorauszusehen und automatisch Nachrichten zu versenden, was für relevantere und effizientere Kundeninteraktionen sorgt. Dabei ist die Benutzeroberfläche intuitiv und benutzerfreundlich: Journeys können einfach mit Drag-and-Drop erstellt werden und in einer einzigen Anzeige vereinheitlicht werden. Auch im Nachhinein können Kampagnen und Journeys noch angepasst werden, und Sie können Erfolgsergebnisse analysieren und Ihre Performance dahingehend optimieren.

Was sind die Features von Marketing Cloud Engagement?

Marketing Cloud Engagement ist ein leistungsstarkes Salesforce-Tool, mit dem Kunden noch gezielter angesprochen werden können und eine ansprechendere Customer Journey erhalten. Es folgt ein kurzer Überblick über die wichtigsten Funktionen, die die Anwendung liefert:

- Nahtlose Customer Journeys: Neukunden gewinnen und Bestandskunden erhalten dank relevanter und miteinander verbundener Customer Journeys
- Im Posteingang ansprechen: Personalisierte E-Mail-Kampagnen erstellen und automatisieren
- Durch Mobilnachrichten mit Kunden in Kontakt bleiben: Relevante Inhalte für jeden Kunden, angepasst an dessen bevorzugten Kanal und Endgerät
- Überall personalisierte Werbemaßnahmen liefern: First-Party-Daten aktivieren, um Werbung kanalübergreifend zu personalisieren
- Interaktionen steigern und Zeit sparen dank KI: Die richtige Nachricht zur richtigen Zeit senden, mithilfe von KI-gestützten Insights

- Alle Kampagnen an einem Ort analysieren: Eine einheitliche Anzeige der Kampagnenperformance mit vorgefertigten Dashboards für E-Mail, Mobilgeräte und Journeys

Wie wirkt sich Marketing Cloud Engagement auf einzelne Branchen aus?

Kommunikation und Medien

Marketing Cloud Engagement erlaubt es, durch intelligente und datengetriebene Marketingmaßnahmen neue Zielgruppen zu erreichen und Abonnenten zu gewinnen. Es können überzeugende digitale Kampagnen für jeden Moment in der Customer Journey erstellt und in Echtzeit automatisiert und optimiert werden – vom Onboarding über Ankündigungen, Empfehlungen und mehr.

Finanzdienste

Mit Marketing Cloud Engagement können Sie über den gesamten Arbeitszyklus mit dem Kunden, Klienten oder Mitglied hinweg in Echtzeit und mit personalisierten Journeys ansprechen, und das über verschiedene Kanäle hinweg. Wichtige Momente lassen sich einfach festhalten, wie zum Beispiel die Anfrage eines Kunden für Auskunft über Hypotheken oder die Nachfrage eines Klienten bezüglich der Unternehmensrichtlinien.

Gesundheitswesen

Auch im Gesundheitswesen ermöglicht Marketing Cloud Engagement die Bereitstellung von sinnvollen und individualisierten Interaktionen, die heutzutage von Patienten und Organisationsmitgliedern erwartet werden. Durch kohärente digitale Journeys, die den Patienten an erster Stelle setzen, können Patienten und Mitglieder ihre bevorzugten Endgeräte und Kanäle auswählen, und Sie als Unternehmen schaffen Vertrauen, Treue und langfristige Beziehungen.

Biowissenschaften

Konsumenten von heute benötigen jetzt ein tiefgreifenderes Verständnis, mehr Self-Service-Tools und konsistente, personalisierte Interaktionen bei jedem Berührungspunkt mit Ihrem Unternehmen. Mit Marketing Cloud Engagement lassen sich vertrauensvolle Kundenbeziehungen

aufbauen, unter anderem durch die Herangehensweise von Digital-First und Direktansprache von Kunden in ihren Journeys.

Technologie

Marketing Cloud Engagement liefert Marketingmethoden auf dem neuesten Stand, wodurch sich beispielsweise potenzielle und Existenzkunden mit personalisierten Nachrichten über Kanäle und Plattformen hinweg erreichen lassen. Fortschrittliche Analytics, Insights und Künstliche Intelligenz sorgen außerdem dafür, dass Kampagnen optimiert werden und so die richtigen Inhalte im richtigen Moment vermitteln.

Produktion

Mit Marketing Cloud Engagement können Sie kohärente, personalisierte und digitale Touchpoints für jeden Kontakt mit Kunden, Händlern und Lieferanten erstellen. Kunden und Leads lassen sich mit relevanten Nachrichten gezielt und zur richtigen Zeit ansprechen. Dazu zählen Benachrichtigungen zu Service Updates, Garantieverlängerungen und mehr.

Einzelhandel

Da Kunden immer mehr auf digitale Kanäle abwandern, müssen Unternehmen über eine einheitliche Anzeige für ihre Kundendaten verfügen. So können sie dank Marketing Cloud Engagement zusammenhängende und individualisierte Kundenerfahrungen schaffen, die im Gedächtnis bleiben.

Was ist der Unterschied zwischen Marketing Cloud Engagement und Marketing Cloud Account Engagement?

Obwohl die beiden Salesforce-Produkte nur durch ein Wort getrennt sind, gibt es einige entscheidende Unterschiede zwischen ihnen. Als Marketing Professional sollte man sich dieser Unterschiede bewusst sein, um die beste Anwendung für sein konkretes Unternehmen wählen und anwenden zu können. Im Folgenden bieten wir einen Vergleich der beiden Tools und erläutern, welches für Ihren Fall die beste Alternative ist.

Marketing Cloud Engagement

Bei Marketing Cloud Engagement handelt es sich um eine umfassende Sammlung an Tools, die alle Bedarfe hinsichtlich Marketing Automation abdecken. Neben eingebauter KI liefert die Anwendung außerdem robuste Datenintegration sowie Features für Analytics und Reporting. Dies alles sorgt dafür, dass Sie Ihren Kunden an jeder Stelle in der Customer Journey eine personalisierte Erfahrung bieten können. Die Drag-and-Drop-Oberfläche von den Bestandteilen Content Builder, Email Studio und Mobile Studio machen das Erstellen von wertvollen Inhalten für E-Mails, Landing Pages und Mobilbenachrichtigungen problemlos möglich. Darüber hinaus können Sie mit Journey Builder automatisierte Journeys aufbauen, um Ihre Kunden in den verschiedenen Geschäftsprozessen an der Hand zu nehmen. Marketing Cloud Personalization sorgt für eine konsistente, relevante und pünktliche Kommunikation, und Marketing Cloud Advertising lässt Sie Zielgruppen identifizieren und einfach kontaktieren. Wenn Sie also große Mengen an Daten aus verschiedenen Quellen besitzen und sie diese für ein einheitliches Kundenprofil einsetzen wollen, ist Marketing Cloud Engagement die richtige Lösung.

Marketing Cloud Account Engagement

Marketing Cloud Account Engagement, auch bekannt unter dem früheren Namen Pardot, ist eine Plattform, die die Bereiche Marketing und Sales verbindet. Dies geschieht durch eine Reihe von Tools, die speziell auf den Vertriebstrichter ausgelegt sind. Die Anwendung muss mit Salesforce Sales Cloud oder einer anderen CRM-Lösung integriert sein und ist am besten auf B2B-Szenarien zugeschnitten. Auch Marketing Cloud Account Engagement weist eine äußerst benutzerfreundliche Oberfläche vor; es lassen sich beispielsweise ansprechende Formulare und Landing Pages sowie E-Mail-Kampagnen und Journeys erstellen. Potenzielle Kunden können gefunden und gezielt angesprochen und im Anschluss effizient durch den Vertriebstrichter geleitet werden. Wie alle Produkte von Salesforce ist das Programm mit eingebauter KI ausgestattet, die zu noch intelligenteren Entscheidungen verhilft. Durch ein Scoring- und Grading-System für Leads und potenzielle Neukunden wird der Vertriebsabteilung entscheidend geholfen. Wenn Sie mit Leads und Opportunities arbeiten und enge Zusammenarbeit zwischen ihren Vertriebs- und Marketingteams anstreben, sollten Sie Marketing Cloud Account Engagement wählen.

Anwendungsbeispiel von Marketing Cloud Engagement

Um die Funktionsweise und das volle Potenzial von Marketing Cloud Engagement zu illustrieren, haben wir hier ein Anwendungsbeispiel entworfen, das den Einsatz des Salesforce-Tools veranschaulicht.

Das Grundscenario ist dabei eine Organisation mit einem Multi-Business-Model. Es gibt zwei individuelle Personas, die einen Kontakt teilen. Nehmen wir beispielsweise eine Einrichtung für Finanzdienstleistungen mit zwei Geschäftssparten: Privatschecks/Sparen und Vermögensverwaltung. Die erste Sparte ist sehr stark von einem Selbstbedienungsansatz geprägt, während bei der Vermögensverwaltung das Gegenteil der Fall ist. Allerdings teilen sich beide einen gemeinsamen Kunden (oder potenziellen Neukunden).

Während die beiden Bereiche zwar nicht exakt die gleiche Zielgruppe haben, gibt es nichtsdestotrotz teilweise Überschneidungen zwischen den zwei Käuferpersonas, die sich auf ein und den gleichen Kunden auswirken können. Darüber hinaus ist die Fähigkeit, die Customer Lifetime Value durch Upselling zu erhöhen, eine sehr strategische und wünschenswerte Herangehensweise in der Bankenwelt. All dies hängt von Ihrer Strategie mit Marketing Cloud Engagement ab.

Der potenzielle Kunde könnte also zunächst auf Ihr Produkt aufmerksam werden, zum Beispiel durch ähnliche Zielgruppenmodellierung angetrieben durch Marketing Cloud Engagement und Advertising. Im Anschluss besucht der Kunde Ihre Website, um sich für einen Account zu registrieren, Bestätigung zu erhalten und schließlich als Kunde im Bereich Privatschecks/Sparen eingetragen zu sein.

Nach dieser Umwandlung wird der Kunde zum Kontakt in Sales Cloud, das durch MC Connector auch mit Marketing Cloud Engagement synchronisiert ist. Dadurch kann der Kunde nun in mehreren Customer Journeys eingetragen werden – am Anfang natürlich zunächst in der Welcome Onboarding Journey.

Im Laufe der Kundenbeziehung und basierend auf Aktivität qualifiziert sich der Kunde dann für andere Journey, wie zum Beispiel Upsell und Cross-Sell. Für dieses Musterbeispiel nehmen wir an, der Kunde wählt im Zuge einer dieser Journeys einen Inhalt zum Thema Cross-Sell spezialisiert auf Vermögensverwaltung.

Der Kunde besucht nun die Website und füllt ein Formular zu Vermögensverwaltung aus. Er wird danach auch als B2B Kontakt markiert und von Pardot (bzw. Marketing Cloud Account Engagement) gepflegt, bis er zu einem qualifizierten Lead wird.

Bei Erreichen der MQL-Grenze (für qualifizierte Leads) wird dem Kunden ein Sales-Nutzer zugewiesen, um einen direkten Kontakt aufzubauen. Während dem Verlauf von MQL zu SQL (Sales Qualified Lead) kann eine weitere Opportunity auf dem bereits existierenden Kontaktprofil erstellt werden.

Sobald der Sales-Nutzer diesen potenziellen Kunden in "Closed Won" umwandelt, wird er zu einem Teil des Kundensegments in der Vermögensverwaltung von Marketing Cloud Engagement und wird sich in Zukunft wahrscheinlich für eine oder viele weitere Customer Journeys anmelden.

Fazit

Mit Marketing Cloud Engagement bieten Sie Ihren Kunden eine nahtlose Customer Journey und können sie plattformübergreifend mit ansprechenden Inhalten versorgen. Durch direkte Ansprache im E-Mail-Postfach und personalisierte Werbekampagnen festigen Sie Ihre Kundenbeziehungen nachhaltig, und KI-gestützte Insights sorgen dafür, dass Sie stets die richtigen Schlüsse aus Ihren Kampagnen ziehen.

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.

©2002-2022 comselect GmbH | Alle Rechte vorbehalten