



Overview

Microsoft Dynamics 365 Marketing



Microsoft Dynamics 365 Marketing

Dynamics 365 Marketing ist eine Anwendung für die Marketingautomatisierung, mit der Interessenten in Geschäftsbeziehungen umgewandelt werden können. Die App ist benutzerfreundlich und funktioniert perfekt mit Dynamics 365 Sales zusammen. Außerdem verfügt sie über eine integrierte Business Intelligence.

Moderne Marketingfachleute benötigen für ihre Arbeit intelligentere Ansätze, um die richtigen Interessenten zu finden und langfristige Beziehungen aufzubauen. Wir haben Dynamics 365 Marketing konzipiert, um Ihnen zu helfen, die richtigen Leads zu finden und zu entwickeln. Mit Dynamics 365 Marketing können Sie Multichannel-Marketingkampagnen ausführen, um die richtigen Interessenten zu gewinnen. Diese Kampagnen können die E-Mails, das Web, Veranstaltungen, Textnachrichten und benutzerdefinierte Kanäle umfassen.

Sie können Dynamics 365 Marketing für folgende Vorgänge verwenden:

Verwandeln Sie Interessenten in Geschäftsbeziehungen durch die Identifizierung und Entwicklung einer größeren Zahl kaufbereiter Leads über Multichannel-Kampagnen, die E-Mails, das Web, LinkedIn und Veranstaltungen umfassen.

Erstellen Sie auf einfache Weise Kampagnen mit anpassbaren Vorlagen und Tools für das Drag-and-Drop-Design. Entwickeln Sie Leads durch personalisierte Marketingbotschaften und eine von ihrem Verhalten definierten Kundenkontaktverlauf zum Kauf.

Richten Sie Vertrieb und Marketing auf spezifische Konten aus, die am wahrscheinlichsten den größten Umsatz generieren; dabei hilft Ihnen das Account Based Marketing. Mit Microsoft 365 und Microsoft Dynamics 365 stehen Vertriebs- und Marketingteams eine gemeinsame Informationsquelle sowie verbundene Tools und Prozesse zur Verfügung.

Automatisieren Sie Follow-Ups bei Leads, und überprüfen Sie den Fortschritt jedes einzelnen Abschlusses. Verwenden Sie KI, um die Ausrichtung und die Öffnungsraten für E-Mails zu verbessern. Mit fertigen Dashboards und Marketinganalytoren erhalten Sie Einsichten. Sie können auch benutzerdefinierte Dashboards erstellen, um die Kampagnenleistung zu analysieren. Die Informationen helfen Ihnen, intelligentere Entscheidungen zu treffen und die Marketingergebnisse zu verbessern.

Entwickeln Sie Ihre Marketingvorgänge mit einer Anwendung, die Sie einfach anpassen, erweitern und mit anderen Apps und Diensten verbinden können, die Sie bereits verwenden.

Leadgenerierung

Mit Dynamics 365 Marketing können Sie den gesamten Kundenkontaktverlauf planen, automatisieren und überwachen. Interessenten werden von der Entdeckung über das Einpflegen bis hin zu Marketing-qualifizierten Leads weitergeleitet.

Wenn Sie über Marketinginitiativen mit Leads interagieren, werden nicht alle Leads auf die gleiche Weise reagieren. Einige Leads identifizieren sich mehr mit Ihrer Organisation und reagieren daher eher auf eingehende Mitteilungen. Andere Leads bringen sich möglicherweise weniger ein und werden daher nicht so oft reagieren oder antworten. Mit Marketing können Sie mit anpassbaren Bewertungsregeln für Leads Prioritäten setzen, auf welche Sie sich konzentrieren möchten. Anhand dieser Regeln erfahren Sie automatisch abhängig von der Interaktion mit Ihren Marketingkampagnen, welche Leads die höchste Bindungskraft haben.

Mit Dynamics 365 Marketing können Sie Leads erstellen, pflegen und priorisieren. Sie können gezielte Multi-Channel-Kampagnen durchführen und den Kontaktverlauf jedes Kunden personalisieren, um mehr verkaufsbereite Leads zu generieren. Durch die Personalisierung des Kundenerlebnisses können Sie die Absicht des Kunden vorhersagen, eine ganzheitliche Sicht auf Ihre Kunden erhalten und eine vernetzte, personalisierte Journey planen.

Mit Dynamics 365 Marketing können Sie Beziehungen in neuen Größenordnungen aufbauen und Glaubwürdigkeit gewinnen, indem Sie Stakeholder und Entscheidungsträger finden.

Dynamics 365 Marketing unterstützt Sie außerdem dabei, Mitarbeitern strategische Einblicke zu ermöglichen, damit diese bessere Entscheidungen treffen und die Leistung ihrer Marketing-Geschäftsprozesse verbessern können. Diese Erkenntnisse helfen Ihnen, die Leistung des automatisierten Marketings mit KI-gesteuerten Erkenntnissen, Bewertungen von Leads und benutzerdefinierten Dashboards zu verbessern.

Sie können sich auf die richtigen LinkedIn-Zielgruppen ausrichten und eine Verbindung zu ihnen herstellen, indem Sie die mit den LinkedIn-Leadtools generierten Leads importieren. Wir haben diese Funktion mit der Dynamics 365 Marketing gebündelt. Sie ist aber auch getrennt als Add-On für andere Dynamics 365-Produkte erhältlich.

Wenn Kontakte mit Ihren Marketinginitiativen interagieren, generieren Sie Leads, um Interessenbekundungen dieser Kontakte darzustellen. Sie können einen Lead manuell generieren (z. B. nach einer Besprechung oder einem Telefonat), oder Sie können dem System erlauben, Leads automatisch zu generieren. Leads lassen sich auf eine der folgenden Arten generiert:

- Sie verwenden Dynamics 365 Marketing, um einen Lead zu erstellen und ihn dann manuell mit einem neuen oder bestehenden Kontakt zu verknüpfen.
- Sie importieren Leads aus einer Datei, die Sie manuell einem neuen oder vorhandenen Kontakt oder Konto zuordnen.

- Sie synchronisieren Leads aus LinkedIn Lead Gen Forms und ordnen sie einem neuen oder vorhandenen Kontakt zu, oder es wird ein neuer verknüpfter Kontakt erstellt.
- Erstellen Sie einen Lead mit der Kachel „Lead erstellen“ in einem Kundenkontaktverlauf. Sie können die Leads entweder mit einem neuen oder vorhandenen Kontakt oder einem Konto verknüpfen, abhängig von der Kachel und den Kundenkontaktverlaufseinstellungen.

Dynamics 365 Marketing kann auch einen Lead erstellen, wenn sich ein Kunde entweder von einer Zielseite oder einer Ereignisregistrierung anmeldet. Der Lead wird einem neuen oder vorhandenen Kontakt oder Konto zugeordnet.

Integration in Dynamics 365 Sales

Sie können einen übergreifenden Kundendatensatz für Marketing und Sales erstellen. Bedeutung der gemeinsamen Nutzung von Datensätzen: Wenn die Marketingabteilung einen Lead an den Vertrieb weitergibt, weiß das Vertriebsteam bereits alles über die Kunden und ihre Geschichte mit der Marke.

Da Dynamics 365 Marketing in Dynamics 365 Sales integriert ist, können Sie Vertriebs- und Marketingfunktionen einbinden. Mithilfe dieser Verbindung können Sie automatisierte Nachverfolgungsaktivitäten für Ihre Marketingkampagnen einrichten, um sicherzustellen, dass Sie den Fortschritt jedes Leads verfolgen.

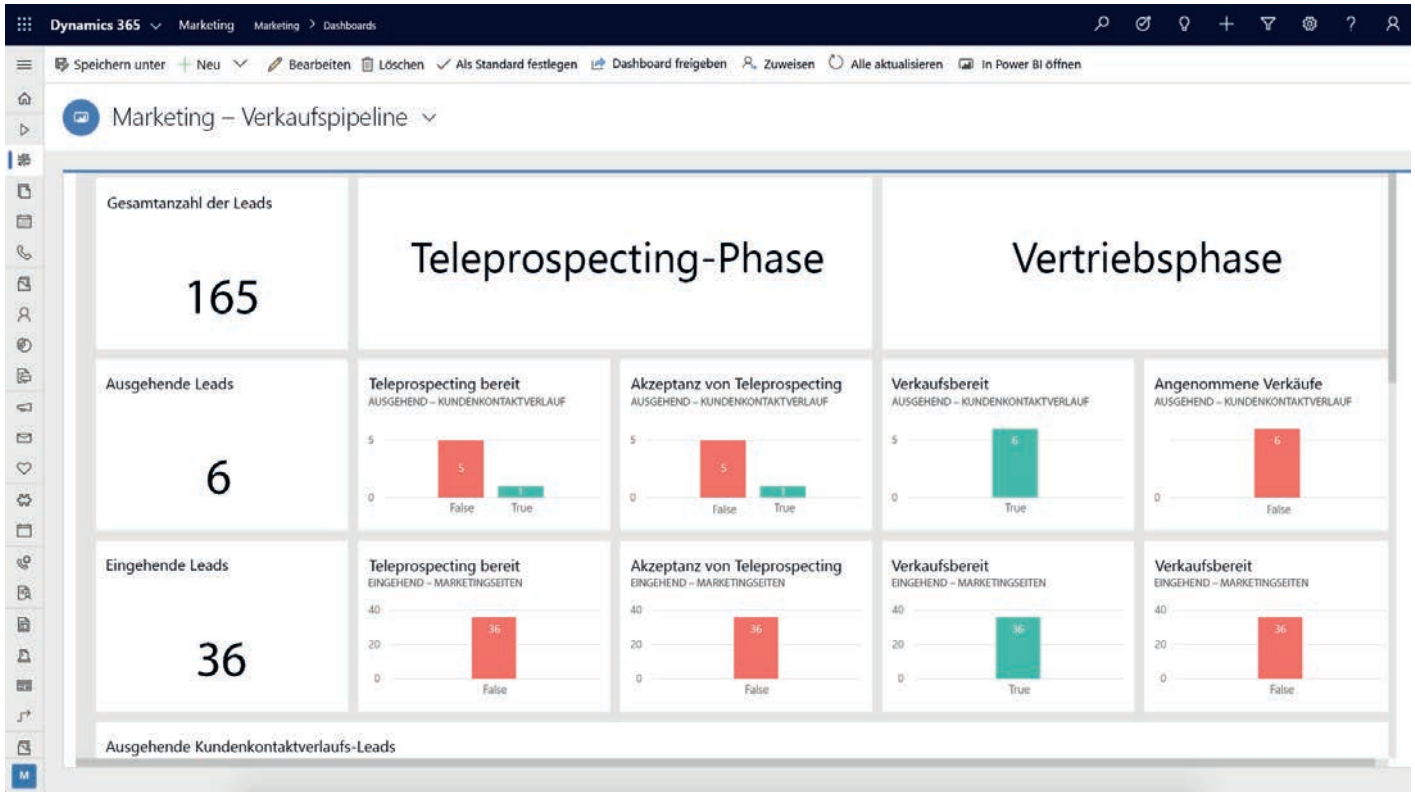
Mit benutzerdefinierten E-Mail-Nachrichten und Marketingseiten können Sie besser mit Interessenten und Kunden kommunizieren und interagieren. Sie können die E-Mails und Seiten können zu interaktiven Kundenkontaktverläufen zusammenfassen. Die Journeys helfen Ihnen dabei, Leads weiterzuentwickeln und sie durch personalisierte Erlebnisse zu fördern. Beispielsweise können Sie eine E-Mail an ein Kundensegment senden, die zwei Links zu verschiedenen Produktmarketingseiten enthält. Abhängig davon, auf welchen Link die Kunden klicken, können Sie zusätzliche und gezieltere Mitteilungen senden.

Leadqualifikation

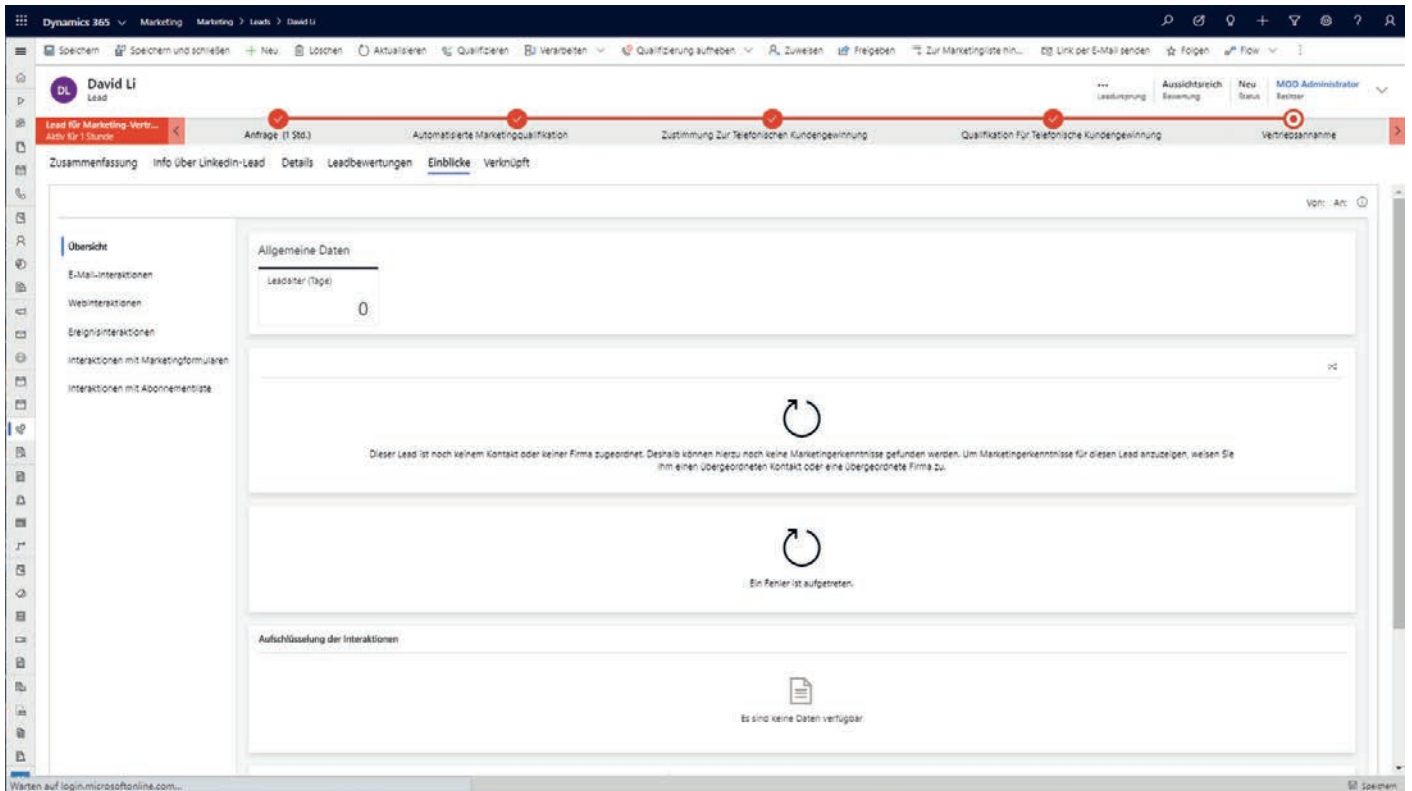
Dynamics 365 Marketing führt Leads durch einen Qualifizierungsprozess und übergibt dann qualifizierte Leads an das Verkaufsteam.

Mit Dynamics 365 Marketing können Sie mit Customer Journey Designer auf einfache Weise automatisierte Multi-Channel-Kampagnen erstellen. Sie definieren den Pfad, dem bestimmte Leads in verschiedenen demografischen Merkmalen zur Qualifizierung folgen, oder Sie erstellen automatisch Leads aus Einsendungen von Interessenten, die auf benutzerdefinierten Zielseiten erstellt wurden. Sie können Leads manuell oder automatisch erstellen, während Kontakte mit Ihren Marketinginitiativen interagieren. Dynamics 365 bewertet die Kontakte basierend auf ihren Interaktionen mit Ihren Kampagnen.

Das folgende Bild zeigt die Integration zwischen Marketing- und Vertriebspipeline:



Der folgende Screenshot zeigt einen Bildschirm für die Qualifizierung von Leads.



Mit Dynamics 365 Marketing können Sie:

Eine übergreifende Sicht auf Interessenten erstellen:

Sie können Daten über Kontakte, Leads und Kunden hinweg mit Dynamics 365 Marketing und Dynamics 365 Sales vereinheitlichen.

Die richtigen Zielgruppen ansprechen:

Mit personalisierten, kontobasierten Inhalten und Aktivitäten zur Pflege der Kundenbeziehungen können Sie Top-Accounts auf einfache Weise identifizieren, gezielt ansprechen und mit ihnen Geschäfte abschließen.

Leads priorisieren:

Sie können maßgeschneiderte Leadbewertungsmodelle und Verkaufsbereitschaftsgrade erstellen, mit denen Leads über alle Berührungspunkte hinweg leicht gefunden werden.

Produktivität erhöhen:

Sie können Marketing-Automatisierungsfunktionen nutzen, um vielversprechende Leads automatisch an das Verkaufsteam weiterzugeben und Folgemaßnahmen automatisch anzuregen.

Die Produktivität steigern und die Zusammenarbeit vereinfachen:

Sie können vertraute Microsoft 365-Tools, freigegebene Kalender und teamübergreifende Transparenz verwenden, um die Verwaltung von Kampagnen und Leads zu verbessern.

Mit Dynamics 365 Marketing können Sie auf einfache Weise benutzerdefinierte Lead-bewertungsmodelle erstellen, die darauf basieren, wie Kunden mit Ihrer Organisation interagieren. Diese Bewertung stellt sicher, dass Sie Ihre Bemühungen auf die Personen konzentrieren, die Sie für die besten Leads halten.

Dynamics 365 Marketing bietet Ihnen Möglichkeiten, Leads zu generieren, zu verwalten, zu pflegen und zu qualifizieren. Folgende Optionen stehen zur Verfügung:

- Erstellen von Leads durch Überprüfen Ihres Marketing Sales Pipeline-Dashboards.
- Verwenden von Multi-Channel-Kampagnen zur Ausrichtung von Leads
- Verwalten und Qualifizieren von Leads für den Verkauf

Verwalten von Kundenkontaktverläufen

Mit Dynamics 365 Marketing können Sie leistungsstarke Kundenkontaktverläufe erstellen, die genau auf die Produkte zugeschnitten sind, die Sie vermarkten, und zu Ihren Kampagnenzielen passen. Der Kundenkontaktverlauf umfasst Kunden, die

- Ihr Produkt entdecken,
- beurteilen, ob es ihren Bedürfnissen entspricht,
- auf der Suche nach einem guten Angebot sind oder
- einen Kauf tätigen.

Mit Dynamics 365 Marketing können Sie diesen Verlauf visualisieren und automatisieren. Anhand von Kundenkontaktverläufen wird ein Modell erstellt, das ein zielgenau identifiziertes Marketingsegment durch den Prozess führt. Dazu gehören automatisierte Nachrichten, die Generierung von Aktivitäten, interaktive Entscheidungspunkte und vieles mehr.

Mit Dynamics 365 Marketing haben Sie die Möglichkeit, den Kundenkontaktverlauf ein-fach oder komplexer zu gestalten. E-Mails, Aufgabenzuweisungen, Geschäftsworkflows, Entscheidungspunkte und interne Aktionselemente können in angepasste Kundenkontaktverläufe einfließen.

Mit Kundenkontaktverläufen können Sie Folgendes tun:

Anziehen der richtigen Interessenten: Erstellen Sie Kampagnen, die über mehrere Kanäle hinweg, darunter E-Mail-Marketing, Web-Startseiten, Veranstaltungen, Telemarketing, SMS-Integration, LinkedIn-Integration und weitere benutzerdefinierte Kanäle, auf bestimmte Kundensegmente zielen.

Schnelles Erstellen wiederverwendbarer Kampagnen-Assets für Kunden:

Nutzen Sie Automatisierungsfunktionen wie konfigurierbare Vorlagen, wiederverwendbare Inhaltsblöcke und Designtools. Sie können eine umfangreiche Bibliothek mit Marketinginhalten erstellen, die Sie für verschiedenste Kundenkontaktverläufe nutzen können. Tools wie Power Automate optimieren die Genehmigung von Inhalten und können problemlos mit Content Management-Systemen von Drittanbietern integriert werden.

Personalisierung von Kundenkontaktverläufen:

Nutzen Sie Käuferpräferenzen und frühere Interaktionen. Mit der Dynamics 365 Connector for LinkedIn Lead Gen Forms-App können Sie automatisch personalisierte Kundenkontaktverläufe erstellen und LinkedIn-Leads synchronisieren und pflegen.

Marketing auf Geschäftseinheitsebene:

Wiederverwendbare und gemeinsam genutzte Kampagneninhalte ermöglichen Ihnen, Ihre Zielgruppen zu identifizieren.

Kontaktverläufe

Sie können mit Dynamics 365 Marketing mithilfe von Elementen wie Kundensegmenten und vordefinierten E-Mail-Vorlagen umfangreiche Kundenmarketingkampagnen erstellen. Das Ergebnis sind besser qualifizierte Leads, die einfacher zu Umsatzerlösen führen.

Von einfachen Einzel-E-Mail-Kampagnen bis hin zu komplexen, interaktiven Kundenkontaktverläufen ermöglicht Dynamics 365 Marketing die grafisch orientierte Modellierung von Kontaktverläufen. Mit dem Journey Modeler können Sie einen vollständigen Kundenkontaktverlauf erstellen. Sie können auch Aufgaben zuweisen und Geschäftsworkflows auslösen. Die Bedürfnisse und Vorlieben Ihrer Kunden bestimmen den Prozess und machen die gesamte „Reise“ für sie komfortabel und angenehm.

Der Erfolg jedes Kundenkontaktverlaufs hängt in hohem Maße davon ab, ob dieser auf die richtigen Interessenten

Segmentierung

Eine der ersten und wichtigsten Entscheidungen, die Sie bei der Erstellung von Marketingelementen treffen, ist die Auswahl der richtigen Zielgruppe. Sobald Sie die Zielgruppe ausgewählt haben, können Sie Ihre Botschaft so anpassen, dass sie diese Personengruppe besonders anspricht.

In der Regel generieren Sie Marketingkampagnen für Ihre Produkte oder Services, besonders für neue Produkte oder Services, und senden Sie auf der Basis des Kaufverlaufs an vorhandene Debitoren, nach Segmenten organisiert.

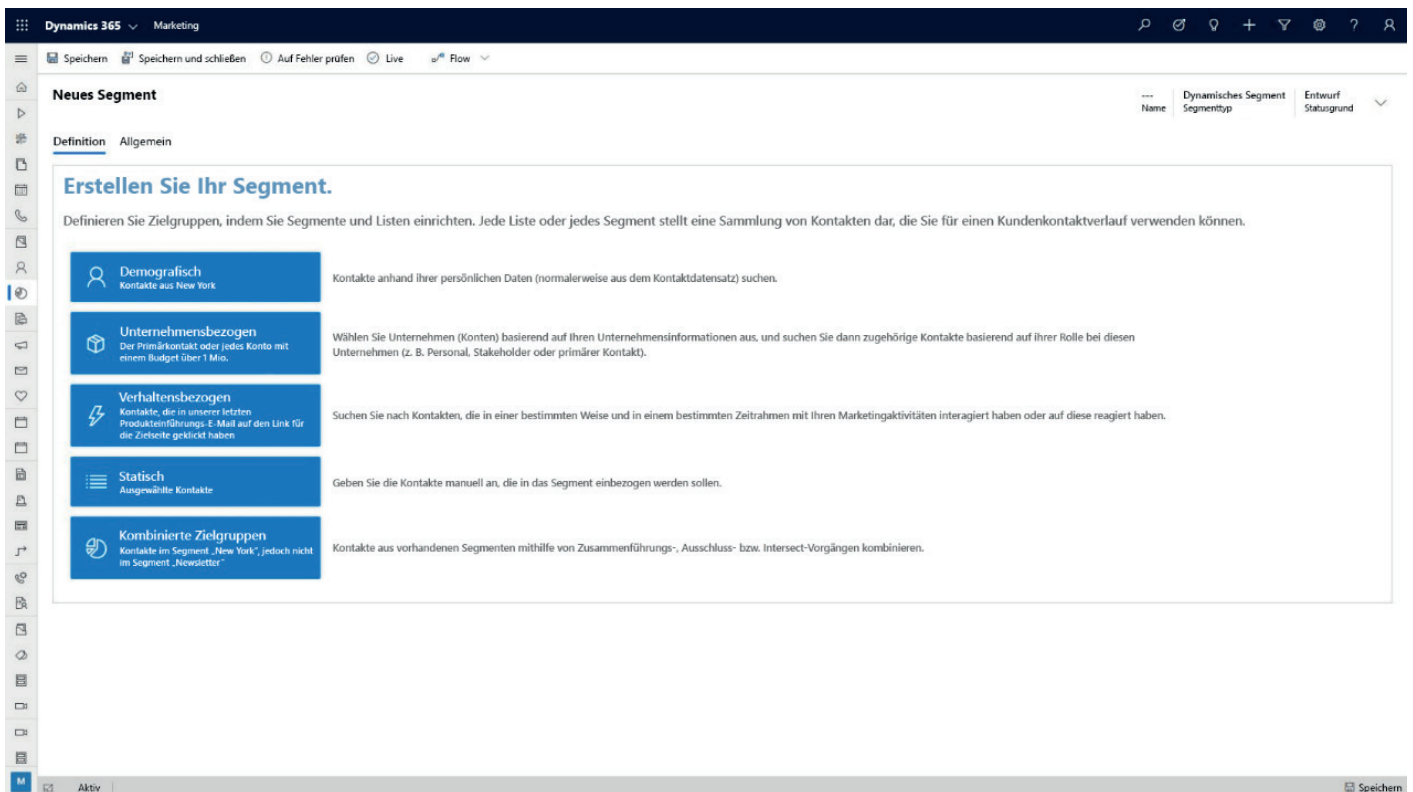
Ein Marktsegment ist eine Sammlung von Kontakten mit einem Kundenkontaktverlauf, auf die Sie eine Kampagne ausrichten. In einigen Fällen zielen Sie auf alle Kontakte ab, die Sie haben. In den meisten Fällen wählen Sie jedoch anhand demografischer oder firmografischer Daten und anderer Faktoren eine bestimmte Zielgruppe aus.

Im Gegensatz zu Marketinglisten basieren Marketingsegmente auf Marketing Insights. Wir haben den Marketing Insights-Dienst so konzipiert, dass Daten verarbeitet werden, ohne die Leistung Ihrer Dynamics 365-Benutzeroberfläche und anderer Funktionen zu beeinträchtigen.

Sie verwenden den Segmentierungsdesigner von Dynamics 365 Marketing, um Gruppen zusammengehöriger Kontakte einzurichten, auf die Sie Ihre Kampagnen für Kundenkontaktverläufe ausrichten können. Sie können Abfragen für mehrere verwandte Entitäten ausführen, um die spezifischen demografischen Merkmale für einen Kundenkontaktverlauf oder eine Kampagne zu ermitteln.

Nachdem Sie die Segmente ermittelt haben, kann Dynamics 365 Marketing für jeden Lead eine Bewertung berechnen. Es überwacht Leads, bis ihre Punktzahl anzeigt, dass sie verkaufsbereit sind.

Die folgende Grafik zeigt den Startbildschirm des Segmentierungsdesigners.



Mit Dynamics 365 Marketing können Sie auf einfache Weise Kundensegmente basierend auf verschiedenen Qualifikationsfaktoren erstellen, um sicherzustellen, dass Sie Ihre Services an die richtige Kundenbasis vermarkten. Sie können Debitoren nach folgenden Kriterien segmentieren:

Demografie – Sie können Kontakte anhand ihrer persönlichen Informationen ermitteln, die im Kontaktdatensatz gespeichert sind. Sie können zum Beispiel alle Kontakte aus New York auswählen.

Firmografie - Sie können Unternehmen anhand ihrer geschäftlichen Informationen auswählen und anschließend Kontakte auf der Grundlage ihrer Rolle in den Unternehmen

ermitteln. Sie können zum Beispiel den primären Ansprechpartner für jedes Konto mit einem Budget von über 1 Million Dollar auswählen.

Verhalten – Kontakte suchen, die auf eine bestimmte Art und Weise mit Ihren Marketingaktivitäten interagiert oder darauf reagiert haben. Sie können beispielsweise Kontakte auswählen, die während eines bestimmten Zeitraums auf den Angebotsseitenlink in einer vor kurzem gesendeten E-Mail zu einer Produkteinführung geklickt haben.

Statisch – Erstellen Sie ein Segment, indem Sie die Kontakte manuell auswählen.

Kombinierte Zielgruppen – Kombinieren Sie Kontakte aus vorhandenen Segmenten. Sie können beispielsweise alle Kontakte auswählen, die sowohl im Segment „New York“ als auch im Segment „Newsletter“ vorhanden sind.

Sie können mit Dynamics 365 Marketing Kundensegmente erstellen und diese Segmente mit Mitgliedern steuern. Sie können Debitoren anhand gemeinsamer Kriterien dynamisch auffüllen. Sie können auch mehrere Kundensegmente kombinieren, um noch leistungsstärkere und besser ausgerichtete Listen zu erstellen.

Sobald ein Debitor mit Ihrer Organisation interagiert, wird er mittels des Leadbewertungsmodell-Designers bewertet. Es verwendet Aktionen für die Bewertung wie das Öffnen einer E-Mail, das Öffnen einer Angebotsseite, der Besuch Ihrer Website oder die Teilnahme an einer Veranstaltung verwendet. Dynamics 365 Marketing ordnet sie basierend auf ihrer Demografie in die besten Segmente für sie ein. Anschließend können Sie sie an einen Kundenkontaktverlauf oder eine Kampagne anhängen. Sie können Ihre Debitoren auf dem Weg zum Kauf begleiten und sicherstellen, dass keine aussichtsreichen Leads verloren gehen

Veranstaltungsverwaltung

Eine der ersten und wichtigsten Entscheidungen, die Sie bei der Verwaltung einer Veranstaltung ist es häufig schwierig, die vielen getrennten Datensätze und Ressourcen nachzuverfolgen. Dynamics 365 Marketing ändert diese Situation. Es ändert dies durch die Erstellung eines zentralen Datensilos für die Veranstaltungsverwaltung, das in Vertriebs- und Marketingprozesse integriert ist. Sie verwalten und verarbeiten alle Veranstaltungsdetails über dasselbe Portal, was zu einem integrierten Veranstaltungsverwaltungsprozess führt.

Sie erstellen zunächst einen Ereignisdatensatz, um mit Dynamics 365 Marketing zu beginnen, eine Veranstaltung zu planen. Der Ereignisdatensatz enthält alle Ihre Planungsdetails, einschließlich Links zu verwandten Datensätzen, und gibt Ihnen einen Zeitplan für Geschäftsprozesse. Die Zeitleiste führt Sie durch jeden Schritt der Veranstaltungsplanung.

Sobald Sie einen Ereignisdatensatz haben, stellen Sie das Veranstaltungsteam zusammen, verwalten Referenten und Sitzungen, stellen Ausweise für die Veranstaltung aus und legen einen Veranstaltungsort fest. Sie steuern jeden Aspekt der Veranstaltung, von der ersten Planung und Budgetierung über Werbung und Veröffentlichung bis hin zur Registrierung der Teilnehmer und der endgültigen Analyse.

Mit der Veranstaltungsverwaltung in Dynamics 365 Marketing können Sie folgende Ziele erreichen:

Die passende Veranstaltung gestalten – Mit dem Veranstaltungsdesigner können Sie die passende Veranstaltung erstellen, basierend auf den Zielen Ihrer Organisation und Faktoren wie beabsichtigter Zielgruppe, Veranstaltungstyp

und gewünschten geschäftlichen Ergebnissen.

Sie können die Veranstaltungslogistik wie Standortdetails und Gebühren verfolgen und messen, während Sie die Veranstaltung erstellen.

Die richtige Agenda erstellen – Sie definieren jede Sitzung, die während der Veranstaltung angeboten wird, einschließlich Tracking-Details wie Sitzungsort, Sitzungstyp, Zielgruppe und wer die Sitzung abhält.

- Sie können Veranstaltungstracks Sitzungen hinzufügen, damit Teilnehmer die für sie wichtigsten Sitzungen leicht finden können.

Referenten und Sponsoren verwalten – Sie können die Personen und Organisationen nachverfolgen, die zu Ihrer Veranstaltung beitragen.

- Sie können Details zu Referenten, Personen oder Organisationen nachverfolgen und die Kosten und Ausgaben für sie verwalten.

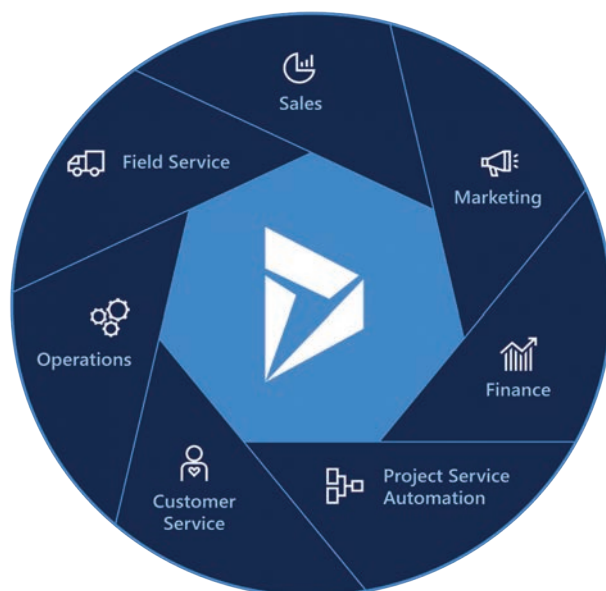
Registrierungen verwalten – Sie können Teilnehmer, die an Ihrer Veranstaltung teilnehmen möchten, auf einfache Weise verwalten. Sie können Veranstaltungsausweise und pakete erstellen, um Ihren Teilnehmern die bestmögliche Erfahrung zu bieten.

- Sie können die Beliebtheit von Sitzungen auswerten und diese Informationen verwenden, um zukünftige Angebote zu gestalten.

Die Veranstaltungserfahrung verbessern – Sie können Änderungen in Bezug auf Sitzungen, Tracks und Referenten einfach verwalten und direkt auf der Veranstaltungswebsite veröffentlichen.

Verkaufsaktivitäten fördern – Sie können Anwesenheitsinformationen von Teilnehmern in Marketingkampagnen verwenden, um Leads zu generieren und zukünftige Umsätze zu steigern.

Dynamics 365 Marketing ist ein leistungsstarkes Tool, mit dem Sie alle Aspekte Ihrer Veranstaltungen erstellen und verwalten können – unabhängig davon, ob sie online oder an bestimmten Orten stattfinden.



Beschleunigen Sie die digitale
Transformation in Ihrem Unternehmen
und bleiben Sie auf Erfolgskurs.



Täfernstrasse 2A | 5405 Baden-Dättwil
Telefon: +41 62 869 67 67 | info@senergy.ch
www.senergy.ch