

salesforce

Leitfaden für mehr Erfolg im Marketing

Marketingergebnisse steigern mit dem smartesten CRM für personalisierte Customer Journeys



Inhalt

Einleitung	3
1. Kapitel: Das Zeitalter des Kunden	4
2. Kapitel: Was ist Salesforce für Marketing?	6
3. Kapitel: Management der Customer Journey	8
4. Kapitel: Werbung	10
5. Kapitel: Pardot	12
6. Kapitel: Digitaler Handel	14
7. Kapitel: E-Mail-Messaging	16
8. Kapitel: Mobile-Messaging	18
9. Kapitel: Mobile Apps	20
10. Kapitel: Mitarbeiteranwendungen für Produktivität und Zusammenarbeit	22
11. Kapitel: Smarte Anwendungen für mehr Einblicke	24
12. Kapitel: Vernetzte Produkte	26
13. Kapitel: Soziale Medien	28
14. Kapitel: Communities	30
15. Kapitel: Kundenservice	32
Zusammenfassung	34



Einleitung

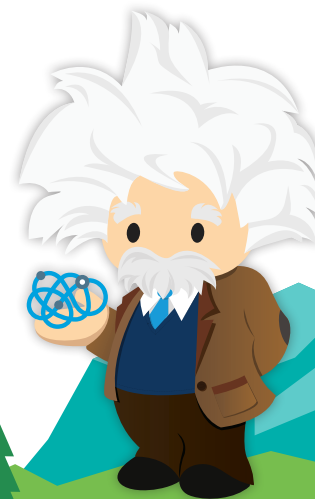
Das Erfolgsrezept für modernes Marketing lautet: der Kunde muss bei jedem Kontakt und jeder Interaktion mit einem Unternehmen im Mittelpunkt stehen – ganz gleich, ob es um das Produkt selbst geht, um den Vertrieb oder um den Kundenservice. Unternehmen wie Uber, Amazon und Fitbit machen übrigens genau das durch die Bereitstellung personalisierter Customer Journeys.

In den nächsten Kapiteln geht es um die folgenden Aspekte:

- Marketing im Zeitalter des Kunden
- Einführung in Salesforce für Marketing
- Erfolgsgeschichten unserer Kunden und Produktfunktionen

Mit diesem Leitfaden möchten wir Ihnen neue Wege zu mehr Erfolg im Marketing aufzeigen, indem Sie alle Geschäftsbereiche miteinbeziehen. Denn genau darum geht es bei dem intelligentesten CRM und personalisierten Customer Journeys.

Das ist Salesforce für Marketing.



Das Zeitalter des Kunden

Der moderne Kunde erwartet eine persönliche Beziehung zu Ihrer Marke. Vier bahnbrechende Entwicklungen haben Marketing grundlegend verändert und machen dies möglich:

Cloud Computing

Marketingexperten können Kampagnen schneller denn je erstellen und steuern, ohne dabei von komplexer Infrastruktur, IT oder veralteten Technologien gebremst zu werden.

Mobilgeräte

Mobile Marketingbotschaften, Benachrichtigungen und Apps helfen Marketingexperten dabei, vernetzte Kundenerlebnisse zu schaffen, die Personalisierung weiter zu verstärken und kanalübergreifende Kampagnen besser umzusetzen.

Soziale Medien

Soziale Medien bieten Marketingexperten eine Fülle an sozialen Daten, die sie für Werbung, Empfehlungen und Kundenservice einsetzen können. Darüber hinaus können sie über soziale Netzwerke die Anzahl der Newsletterabonnenten und App-Downloads steigern.

Künstliche Intelligenz

KI erleichtert die Automatisierung von Marketingvorgängen, empfiehlt das ideale nächste Produkt oder Angebot und sammelt Kennzahlen zu Traffic, Verkaufszahlen, Service und Marketing.

> 46

Mal schaut der durchschnittliche Nutzer pro Tag auf sein Mobilgerät ¹

44 %

der Führungskräfte sind der Ansicht, dass der wichtigste Vorteil von KI die „automatisierte Kommunikation sei und die so gewonnenen Daten die Entscheidungsfindung maßgeblich verbessern können.“ ²

¹Analyse „Global Mobile Consumer Survey: US Edition“ von Deloitte.

²Forschungsbericht „2015 State of Artificial Intelligence & Big Data in the Enterprise“ von Narrative Science.



Aktuelle Herausforderungen im Marketing



Es gibt fünf Stolpersteine für Marketingexperten im Zeitalter des Kunden:

Isolierte Daten und Abteilungen

Viele Unternehmen haben immer noch getrennte Geschäftsbereiche, in denen Daten, Budgets und Software isoliert gespeichert werden. Das erschwert nicht nur die Zusammenarbeit, sondern macht auch die Erstellung eines einheitlichen Überblicks über jeden Kunden äußerst mühsam.

Unterbrochene Kundenerlebnisse über den Kundenlebenszyklus hinweg

Kunden erwarten persönliche Beziehungen zu Marken, ganz gleich, ob sie das Produkt gerade erst entdeckt haben, bereits überzeugter Markenbotschafter sind oder sich irgendwo dazwischen befinden.

Unterbrochene Kanäle

Die Steuerung von Content und Kampagnen über getrennte Kanäle kann zeitintensiv und teuer sein. Darüber hinaus brauchen Marketingexperten ein vollständiges Bild des Kundenverhaltens über alle Kanäle hinweg, um eine personalisierte Interaktion zu ermöglichen.

Nicht vernetzte Marketingwerkzeuge und -analysen

Heutzutage werden mehr Daten denn je generiert. Deshalb benötigen Marketingexperten integrierte Tools, um diese Daten zu organisieren. Nur so können sie schneller reagieren, ihre Marketingaktionen fortlaufend verbessern und im Voraus erkennen, welche Schritte sie als nächstes unternehmen müssen.

Sicherheit, Skalierbarkeit und Verfügbarkeit

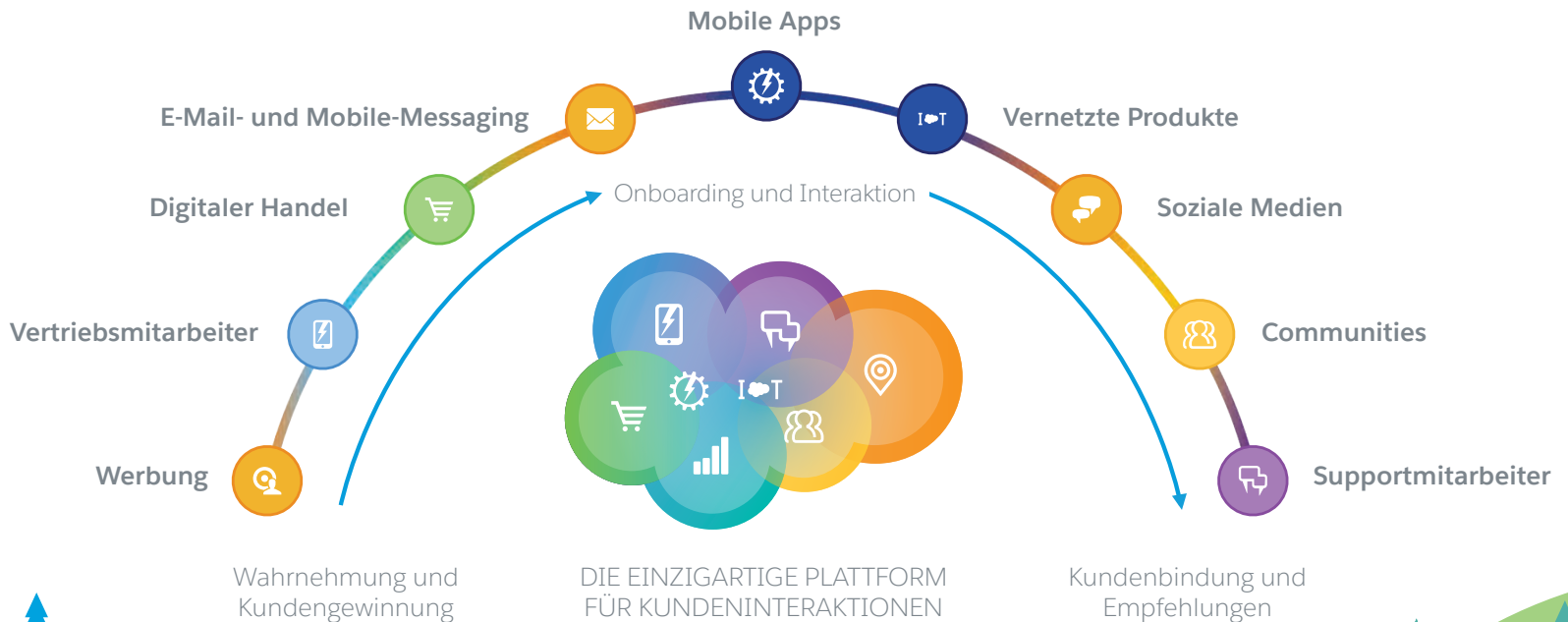
Einige Marketingexperten sind an veraltete Technologie gebunden, was die Datensicherheit beeinträchtigt. Das wiederum führt dazu, dass Kunden nicht geneigt sind, ihre Daten mit Unternehmen zu teilen. Außerdem müssen Marketingexperten orts- und zeitunabhängig auf Daten zugreifen können.

Für jede dieser Herausforderungen gibt es in diesem Kapitel eine Lösung:



Was ist Salesforce für Marketing?

Die einzigartige Plattform für Kundeninteraktionen von Salesforce bietet Marketingexperten den einzigen vollständigen, integrierten Satz an Tools für die Interaktion mit dem Kunden im Vertrieb, im Service, über Communities, Analysen und Apps, das Internet der Dinge sowie im Handel. Schaffen Sie überzeugende Kundenerlebnisse an jedem Berührungspunkt mit Ihrer Marke – im Marketing, im Vertrieb oder bei Interaktionen mit dem Kundenservice.



Lernen Sie die Plattform für Kundeninteraktionen kennen

Salesforce für Marketing umfasst drei wichtige Aspekte einer personalisierten Marketingstrategie:

Management der Customer Journey

Planen, Verfolgen, Vernetzen, Automatisieren und Analysieren von Customer Journeys, die beliebig erweitert werden können. So sorgen Sie für äußerst intensive Interaktionen mit Ihren Kunden, die zur Steigerung von Umsatz und ROI führen.

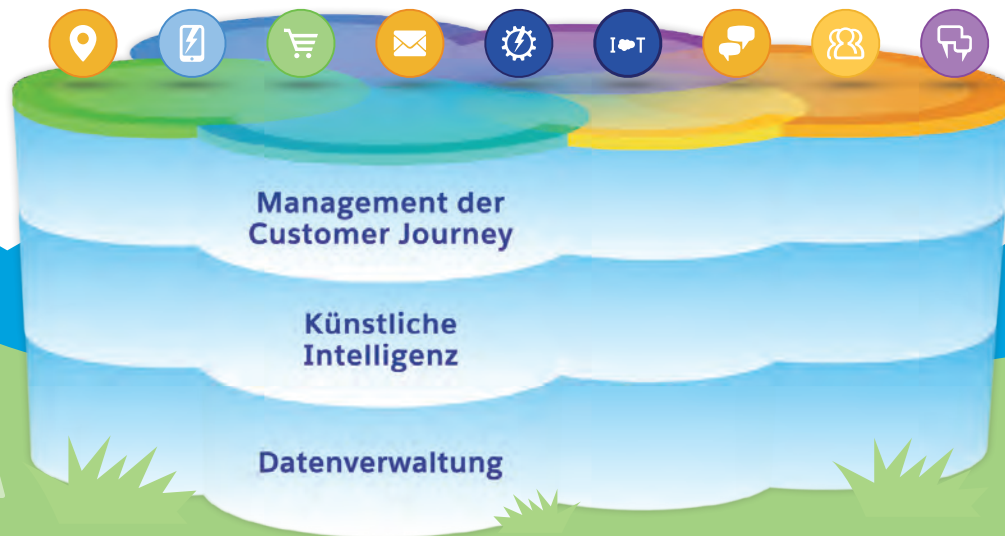
Künstliche Intelligenz

Dank Salesforce für Marketing können Sie die geeignetste Zielgruppe, die jeweils besten Inhalte und Kanäle sowie den optimalen Zeitpunkt für jede Interaktion mit Ihren Kunden bestimmen und ihnen das optimale Angebot empfehlen. Das Beste daran: Alles erfolgt automatisch.

Datenverwaltung

Sammeln Sie Daten aus allen Quellen und von jedem Gerät. Sie können Ihre Zielgruppe im Handumdrehen identifizieren, segmentieren und aktivieren. So erhalten Sie ein vollständigeres Datenprofil jedes Kunden.

In den folgenden Kapiteln stellen wir Ihnen die einzelnen Salesforce-Lösungen vor. Jede dieser Lösungen bietet Marketingexperten vielfältige Möglichkeiten, um Kunden auf ihrem Weg von der ersten Wahrnehmung bis hin zum Markenbotschafter optimal zu leiten. Außerdem präsentieren wir Ihnen zu jeder Lösung eine Erfolgsgeschichte.





MANAGEMENT DER CUSTOMER JOURNEY

Personalisierte Customer Journeys erstellen

Personalisieren Sie jede Interaktion zwischen Ihren Kunden, Mitarbeitern und Produkten über alle digitalen Kanäle hinweg. Und das geht so:

Achten Sie auf wichtige Signale Ihrer Kunden an allen Berührungspunkten mit Ihrer Marke

Marketingexperten können mithilfe von Salesforce die Verhaltensweisen von Kunden in Echtzeit vorhersehen und entsprechend proaktiv werden. Dadurch können sie ihre Kunden da abholen, wo sie sich befinden.

Vernetzen Sie alle für ein nahtloses Kundenerlebnis

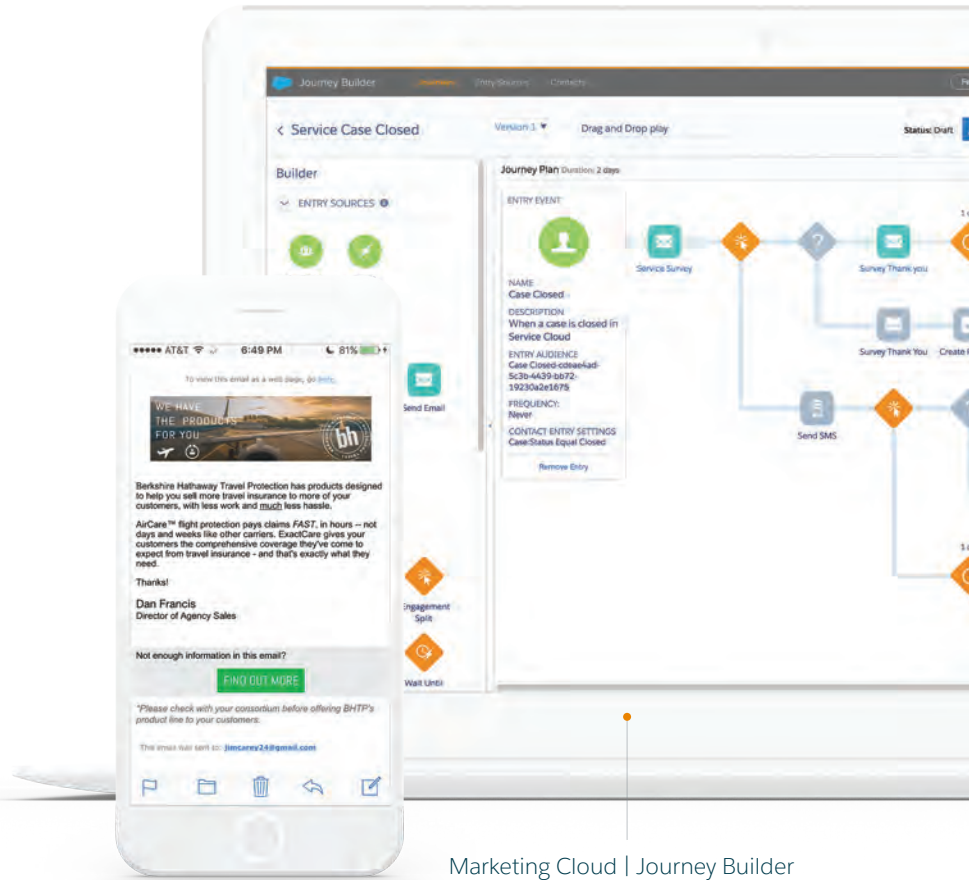
Schaffen Sie ein nahtloses Kundenerlebnis – von Onboarding, Interaktion, erneuter Interaktion und Verkauf bis hin zum Support – indem Sie eine einheitliche Strategie über Marketing, Vertrieb und Kundenservice hinweg verfolgen.

Automatisieren Sie personalisierte Interaktionen

Sie brauchen nur einmal eine Strategie zu entwickeln und können dann jedem Kunden seine eigene persönliche Customer Journey bieten, die sich beliebig skalieren lässt.

Analysieren und optimieren Sie Ihre Aktionen fortlaufend

Wenn Sie verstehen, welche Ihrer Marketingaktionen funktionieren und welche nicht, können Sie Ihre Aktionen anpassen, sobald Sie Verbesserungsbedarf sehen. So optimieren Sie Ihr Ergebnis, während sich Ihre Kunden im Entscheidungsprozess weiterentwickeln.



Marketing Cloud | Journey Builder

Erfahren Sie mehr über den Journey Builder.

[MEHR ERFAHREN >](#)

[KONTAKT AUFNEHMEN >](#)





Spotlight



Handelsvertreter durchlaufen bei Berkshire Hathaway eine Journey, bei der die Personalabteilung, der Vertrieb und das Marketing vernetzt werden.

Sobald ein potenzieller Handelsvertreter die Website von Berkshire Hathaway Travel Protection besucht und sich für weitere Informationen registriert, löst der Journey Builder eine E-Mail aus, in der die verschiedenen Vorteile von Berkshire Hathaway beschrieben werden. Interagiert der Interessent mit dieser E-Mail, wird eine Sales Cloud Opportunity geöffnet und er erhält einen Anruf von Berkshire Hathaway. In diesem Telefonat wird dann erläutert, welche Vorteile der Verkauf der Produkte mit sich bringt. Wenn sich der Handelsvertreter entschließt, ein Teil des Teams zu werden, versendet Berkshire Hathaway regelmäßige E-Mails und SMS über neue Produkte, Schulungen sowie den aktuellen Status hinsichtlich der Verkaufsziele des Vertreters. So bleibt Berkshire Hathaway immer präsent.

Dank des in Salesforce integrierten Journey Mappings konnte das Vertriebsteam von Berkshire Hathaway wöchentlich 300–400 % mehr Reisebüros hinzugewinnen als bisher. Dies bedeutet für das Vertriebsteam eine Reduzierung des Zeitaufwands von zwei bis drei Monaten pro Jahr.

” Mit Salesforce verbinden wir Vertriebs-, Service- und Marketinginteraktionen, um so ein geschlossenes und differenziertes Erlebnis für jeden Kunden zu schaffen, abgestimmt auf deren Interaktion mit der Marke. “

BRAD RUTTA
VP Marketing
Berkshire Hathaway Travel Protection



WERBUNG

Werbeanzeigen erstellen, die wirken

Fördern Sie Ihre Markenbekanntheit und die Kundenakquise. Und das geht so:

Nutzen Sie CRM-Daten aus Vertrieb, Kundenservice und Marketing für gezieltere Aktionen

Sie können Daten aus mehreren Quellen sammeln, unter anderem aus Ihrem CRM-System. So erhalten Sie einen vollständigeren Überblick über jeden Kunden, um damit Ihre digitale Werbung präziser und gezielter anzupassen.

Stimmen Sie Ihre Werbekampagnen mit anderen Kanälen ab

Mit dem Journey Builder können Sie Ihre Werbung mit allen anderen Aktivitäten verknüpfen – von Ihrer Marketingstrategie bis hin zu Ihren Vertriebsaktionen.

Managen Sie Kampagnen über alle digitalen Werbekanäle hinweg

Lancieren Sie ausgeklügelte Werbekampagnen über sämtliche Kanäle hinweg, wie zum Beispiel Suchmaschinen, Display-Anzeigen und die soziale Medien.

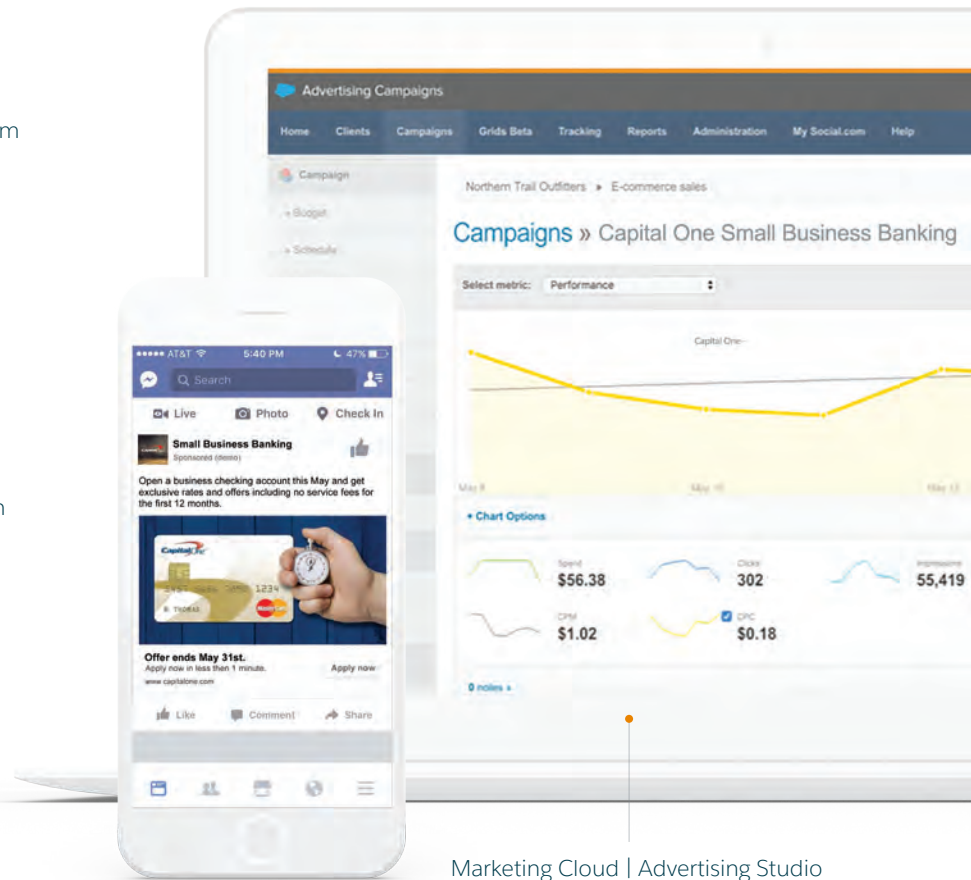
Erfassen Sie Leads direkt in Facebook

Integrieren Sie das größte soziale Netzwerk der Welt, um Leads direkt in Ihrer Plattform für Kundeninteraktionen zu nutzen.

Erfahren Sie mehr über Advertising Studio.

[MEHR ERFAHREN >](#)

[KONTAKT AUFNEHMEN >](#)



Marketing Cloud | Advertising Studio



Spotlight



Capital One nutzt Salesforce, um über datenbasierte Werbekampagnen mit Kleinunternehmen in Kontakt zu treten. Durch die Sammlung von Kundendaten aus vielen unterschiedlichen Quellen lässt sich das Kundenerlebnis reibungslos personalisieren – von der ersten Interaktion bis hin zum Vier-Augen-Gespräch mit dem Banker.

Das Team von Capital One verfügt über ein umfassendes Datenprofil von jedem ihrer Bestandskunden. Um neue Leads zu finden, erstellt Capital One in der Marketing Cloud anhand der Informationen über seine besten Kunden neue, ähnliche Zielgruppen. Diese werden dann mit den größten digitalen Werbekanälen synchronisiert, darunter Facebook und Google. Durch die Verbindung der bestehenden Profile mit umfassenden Daten von Kanälen wie Facebook konntensie Lookalike-Zielgruppen anlegen, die bereits bekannte Interessenten anvisieren.

” Das Schöne an Display-Werbung ist, dass wir sie der Zielgruppe dort anzeigen können, wo sie sich gerne aufhält. Durch die Customer Success Plattform können wir gezielt die richtigen Momente auswählen. “

MATT LATTMAN
*Senior Business Director,
Small Business Banking
Capital One*



PARDOT

Marketing, das auch Ihr Vertriebsteam begeistert

Helpen Sie dem Vertrieb, mehr Geschäftsabschlüsse zu erreichen. Und das geht so:

Steigern Sie die Pipeline mit qualifizierten Leads.

Mit Salesforce können Sie Ihre Kunden anhand deren Interaktion mit Ihrem Content bewerten. Die erfolgversprechendsten Leads können Sie dann genau im richtigen Moment im Verkaufszyklus an den Vertrieb weiterleiten.

Beschleunigen Sie den Vertriebszyklus durch Personalisierung

Über die Plattform für Kundeninteraktionen erfassen Sie Kundendaten bereits zum Zeitpunkt der Interaktion. Ihre Kunden können Sie dann basierend auf Ihren Erkenntnissen leicht segmentieren. So können Sie Ihre Inhalte für die Zielgruppe optimieren und Ihren Zielkunden den relevantesten Content bieten.

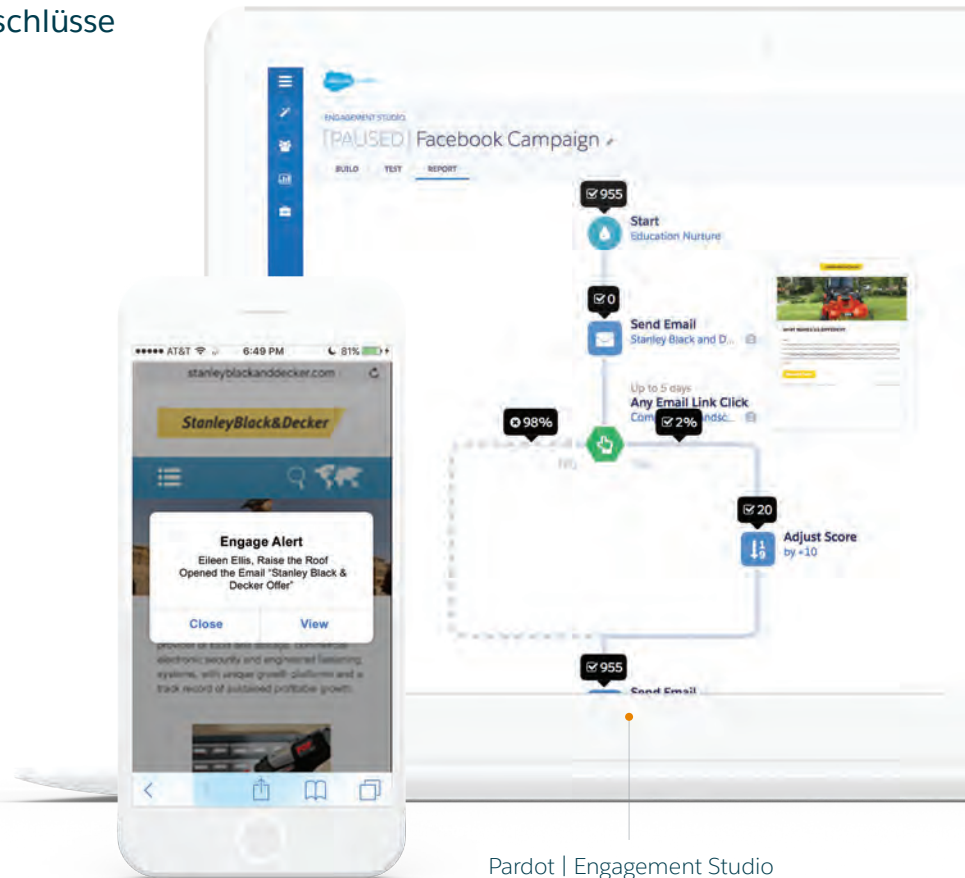
Messen Sie den Marketing-ROI

Der Einfluss Ihrer Marketingaktionen auf den Umsatz kann anhand des Kundenlebenszyklus gemessen werden. Sie können Ihre Interessenten von der Lead-Generierung bis hin zum Verkaufsabschluss nachverfolgen und so erfahren, wie viel Sie für jeden ausgegebenen Euro eingenommen haben.

Erfahren Sie mehr über Pardot.

[MEHR ERFAHREN >](#)

[KONTAKT AUFNEHMEN >](#)



Pardot | Engagement Studio





Spotlight

StanleyBlack&Decker

Das Team von Stanley Black & Decker – dem weltgrößten Hersteller von Werkzeugen – hat sich für die Plattform für Kundeninteraktionen entschieden. Sie setzen die Plattform aufgrund der umfangreichen Funktionen für ihr B2B-Geschäft ein. Um ihre Zielgruppe gezielt anzusprechen, verwenden sie Segmentierungsregeln. Jeder Interessent wird in ein für ihn passendes Nurturing-Programm aufgenommen. Stanley Black & Decker misst sämtliche Aktivitäten und Interaktionen von Interessenten: Website-Besuche, Seitenaufrufe, Klick- und Öffnungsrate von E-Mails und vieles mehr. Anhand der gesammelten Daten können sie dann ablesen, wann ein Interessent kaufbereit ist. Auf diese Weise können sich die Vertriebsmitarbeiter auf die qualifiziertesten Leads konzentrieren, bei denen ein Verkaufsabschluss am wahrscheinlichsten ist.

Stanley Black & Decker gelang es so, den Vertriebszyklus für seine Produkte in den Bereichen Industry Storage und Automotive im ersten Jahr der Einführung um 30 % zu verkürzen und im zweiten Jahr um weitere 25 %. Die 60 % der Leads, die noch nicht kaufbereit waren, wurden in ein Nurturing-Programm aufgenommen und erst dann an den Vertrieb weitergeleitet, wenn sie die richtige Phase erreichten.

” Kundenorientierung ist für uns der zentrale Erfolgsbaustein. Wir möchten, dass jeder Kunde unserer Marke ein Leben lang treu bleibt. “

ROBERT HOLMES
*Marketing Director, Mac Tools
Stanley Black & Decker*



DIGITALER HANDEL

Schwung in den Handel bringen – von überall aus

Bieten Sie einheitliche Einkaufserlebnisse, sowohl online als auch im Ladengeschäft. Und das geht so:

Koordinieren Sie Einkaufserlebnisse über digitale Kanäle hinweg

Schlagen Sie neue Wege im digitalen Handel ein. Ihre Kunden sollten über alle digitalen Kanäle, darunter Web, Mobile und Social, ein einheitliches Erlebnis haben.

Führen Sie Verkaufstransaktionen durch und verwalten Sie den Betrieb Ihres Geschäfts

Bieten Sie Ihren Einzelhändlern ein Point-of-Sale-System, mit dem sie sowohl Transaktionen in Echtzeit durchführen, als auch die Prozesse vor Ort managen können, z. B. Verkauf, Rückgabe und Umtausch.

Nutzen Sie Predictive Intelligence für Angebote und die Kommunikation

Jeder Aspekt des Kundenerlebnisses im Handel sollte einheitlich und personalisiert sein. Das gelingt durch vorausschauende Empfehlungen im Internet und per E-Mail.

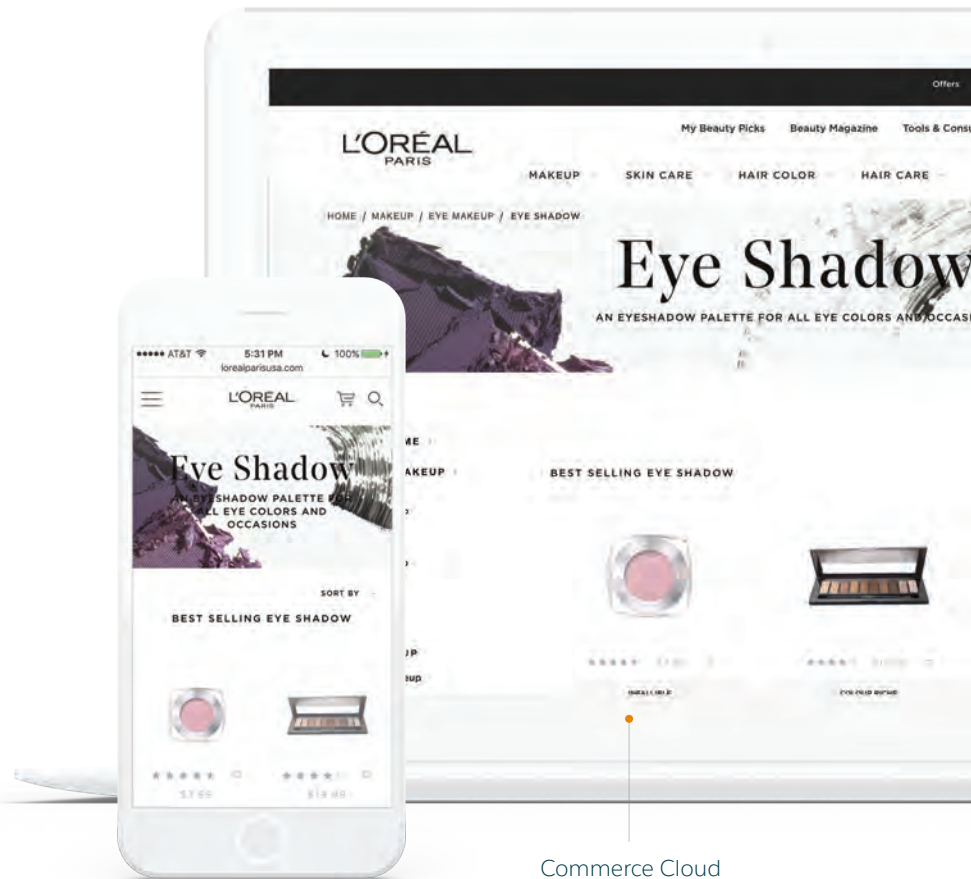
Verbessern Sie Ihren Service im Handel, um die Kundenzufriedenheit zu steigern

Jeder Kunde und Partner arbeitet mit der gleichen Softwareversion, und zwar der aktuellen Version. Nutzer von Salesforce sind ein Teil einer großen Community Gleichgesinnter, die untereinander Ideen, Erkenntnisse und Inspirationen austauschen.

Erfahren Sie mehr über die Commerce Cloud.

[MEHR ERFAHREN >](#)

[KONTAKT AUFNEHMEN >](#)





Spotlight | L'ORÉAL®

NYX ist ein Geschäftsbereich von L'Oréal und ein digitaler Innovator in der Farbkosmetikbranche. Das Team von NYX nutzt Salesforce, um Bilder und Verkaufsvideos zu integrieren, in denen echte Menschen Make-up auftragen, damit potenzielle Kunden sehen können, wie ein Artikel an ihnen aussehen würde.

Das E-Commerce-Erlebnis von L'Oréal ist so persönlich wie nur möglich. Das Käuferlebnis im Ladengeschäft wird durch diesen Ansatz gleichzeitig digitaler. Das Team nutzt Crowdsourcing, um genehmigte Selfies aus sozialen Medien für seinen Online-Shop zu verwenden. Algorithmen analysieren die Qualität der Bilder. Diejenigen, die zu tatsächlichen Verkäufen führen, werden als erfolgreich markiert und vom System wiederverwendet.

Im Ladengeschäft können Kunden den Barcode eines Produkts mit ihrem Smartphone scannen, um sich anhand von Bildern zeigen zu lassen, wie das entsprechende Produkt an echten Menschen aussieht. Es handelt sich um die gleichen von Nutzern generierten Bilder, die auch den Einkäufern im Onlineshop angezeigt werden. Dadurch wird der Content sowohl digital als auch im Ladengeschäft vereinheitlicht.

” Stellen Sie sich vor, Sie sehen sich ein NYX-Produkt auf Ihrem Smartphone an, und wenn Sie dann in einem Einkaufszentrum in ein Ladengeschäft gehen, sehen Sie das Produkt auf die gleiche Weise präsentiert – alles nahtlos.“

BERNICE MERLINI
E-commerce Marketing Manager
L'Oréal/NYX Cosmetics



E-MAIL-MESSAGING

Erfolgreiche E-Mail-Kampagnen

Versenden Sie skalierbare E-Mail-Kampagnen mit personalisierten, relevanten Inhalten. Nutzen Sie den ROI-Generator zur Erfolgskontrolle. Und das geht so:

Erstellen Sie im Nu ansprechende E-Mails mit Collaboration-Tools

Mit Salesforce speichern und teilen Sie genehmigte Marketingmaterialien. Sie können individuelle Genehmigungsregeln festlegen, um Ihren Teams dabei zu helfen, inspirierende E-Mails und Kampagnen im Handumdrehen zu erstellen.

Formulieren Sie intelligente Botschaften

Sie können in Ihren E-Mails relevante Inhalte basierend auf dem Verhalten Ihrer Kunden und bestimmten Attributen platzieren. Die leistungsstarke Skriptsprache und dynamische Inhalte helfen Ihnen dabei.

Denken Sie immer auch an die Darstellung auf Mobilgeräten

Die Mehrheit aller E-Mail-Abonnenten liest Nachrichten auf Mobilgeräten. Mit Salesforce haben Sie die Möglichkeit, eigene Vorlagen zu erstellen, mit denen E-Mails auch auf Mobilgeräten optimal dargestellt werden.

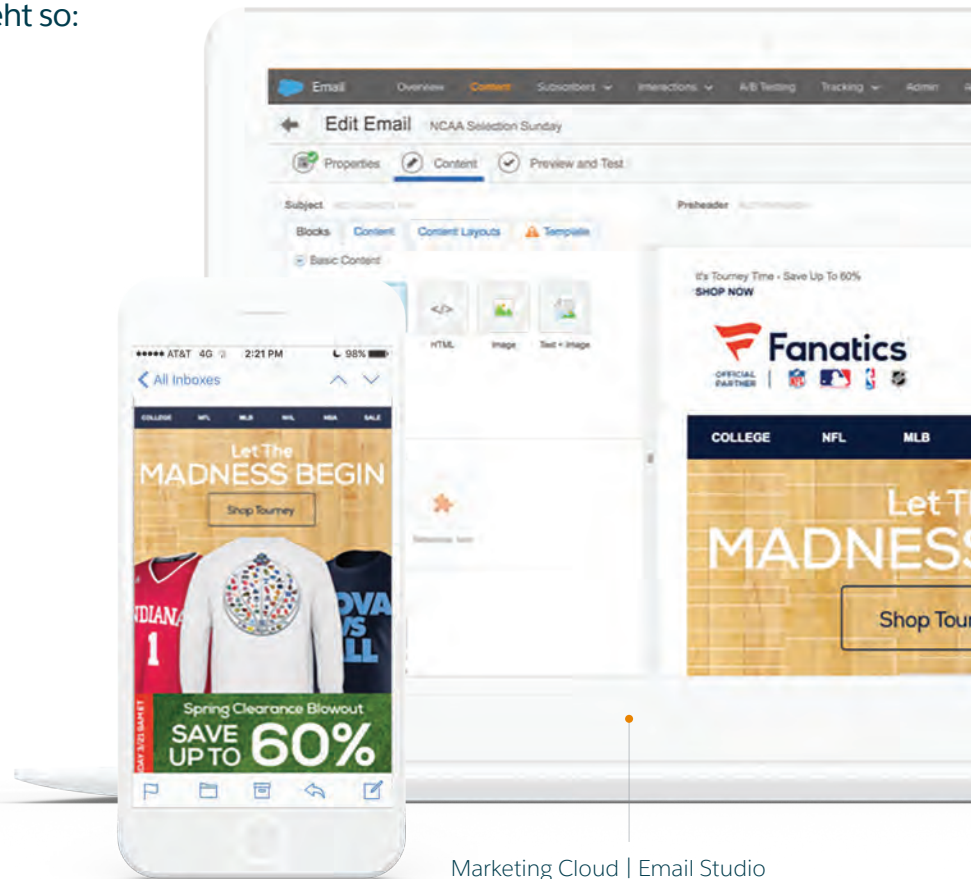
Versenden Sie Millionen Nachrichten in nur wenigen Minuten

Sie können personalisierte E-Mails effizienter denn je erstellen und versenden. Die Größe Ihres Marketingteams spielt dabei keine Rolle.

Erfahren Sie mehr über Email Studio.

[MEHR ERFAHREN >](#)

[KONTAKT AUFNEHMEN >](#)



Marketing Cloud | Email Studio



Spotlight | Fanatics

Fanatics ist der größte Onlineeinzelhändler für Sportartikel. Dem Team von Fanatics gelingt es wie keinem anderen Unternehmen zu Zeiten großer Sportveranstaltungen seine Kunden gezielt anzusprechen. Für personalisierte E-Mail-Kampagnen im großen Stil setzt Fanatics auf Salesforce. „In der Welt des Sports gibt es tausende Mannschaften und unzählige Nachrichten zum Sport. Da kommen jedes Jahr leicht Milliarden von E-Mails an Fans zusammen“, sagt Jonathan Wilbur, Director of CRM.

Mit den Vorlagen und Tools von Salesforce, unter anderem AMPscript für dynamischen Content, ist das Team von Fanatics immer am Zahn der Zeit, wenn es etwas Neues über Sportereignisse zu berichten gibt. Um Kundendaten zu durchsuchen, sich die Lieblingsmannschaften ihrer Kunden, Echtzeit-Spielstände und Statistiken aus den Feeds anderer Anbieter anzeigen zu lassen sowie um über Partner-IDs die Markenartikel zu personalisieren, hat Fanatics spezielle Scripts erstellt. So entstehen Kampagnen, die anhand mehrschichtiger Segmente personalisiert werden. Anders gesagt: Fanatics bietet seinen Kunden relevante Fanartikel ihrer Liebblingsteams genau zum richtigen Zeitpunkt an.

” Wir können innerhalb von nur wenigen Minuten eine Kampagne auf die Beine stellen. 2015 haben wir etwa 3,5 Milliarden E-Mails verschickt. “

JONATHAN WILBUR
Director of CRM
Fanatics



MOBILE-MESSAGING

Vernetzen Sie sich mit Kunden zum perfekten Zeitpunkt über Mobilgeräte

Verschicken Sie Benachrichtigungen basierend auf Kundenverhalten und -aktivitäten über SMS, In-App-Push-Benachrichtigungen und Gruppennachrichten. Und das geht so:

Verbinden Sie Ihre mobile Strategie mit anderen Kanälen

Mit der richtigen Marketingstrategie für Mobile Messaging können Sie die Anzahl Ihrer E-Mail-Abonnenten steigern. Außerdem erhöhen Sie die Anzahl Ihrer Fans und Follower in sozialen Netzwerken und bewegen Interessenten dazu, Ihre Website oder Ihren Onlineshop zu besuchen.

Verschicken Sie zeitkritische Benachrichtigungen oder Erinnerungen sofort

Benachrichtigen Sie Ihre Kunden über Angebote oder Aktionen und reagieren Sie mit relevantem mobilen Content umgehend auf Trends in Ihrer Branche.

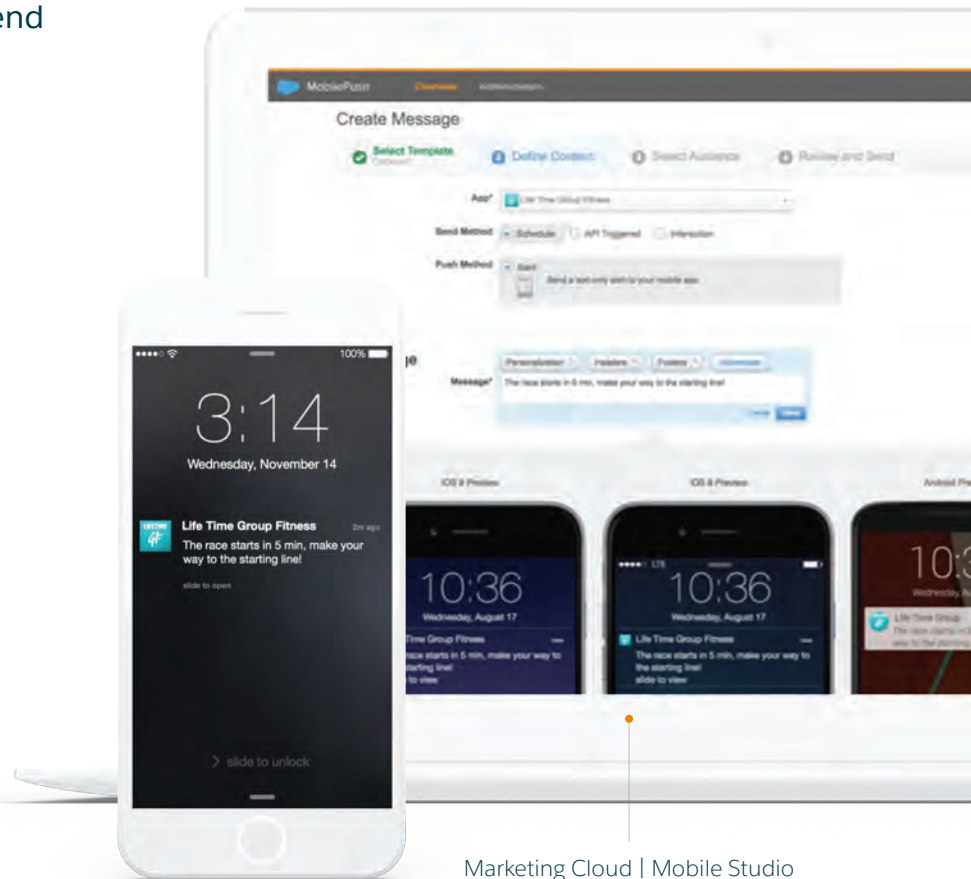
Nutzen Sie Geofencing, um Ihre Kunden gezielt anzusprechen

Dank Geofencing können Sie mit Ihren Kunden interagieren und ihnen relevante Nachrichten senden, wenn sie sich in der Nähe Ihres Ladengeschäfts oder Events befinden.

Erfahren Sie mehr über Mobile Studio.

[MEHR ERFAHREN >](#)

[KONTAKT AUFNEHMEN >](#)



Marketing Cloud | Mobile Studio





Spotlight

LIFE TIME™

THE HEALTHY WAY OF LIFE COMPANY

Das Unternehmen Life Time, The Healthy Way of Life Company, veränderte seine Kommunikationsstrategie grundlegend und erschuf für seine Kunden ein nahtloses Erlebnis über mehrere Kanäle hinweg. Für die Erstellung personalisierter Kommunikation kommen gesammelte Mitgliedsdaten zum Einsatz. Damit konnte Life Time einen ROI von 154 % erreichen.

Alle Mitglieder von Life Time haben sich individuelle Fitnessziele gesteckt. Wenn zum Beispiel ein Mitglied mit zwei Kindern in eines der Studios von Life Time kommt, wissen die Mitarbeiter, dass sie diesen Kunden auf eine andere Art und Weise ansprechen müssen, als jemanden, der sich für Triathlontraining interessiert. Jedes Mitglied hat eine einzigartige Journey und benötigt unterschiedliche Informationen, um seine Gesundheits-, Sport- und Fitnessziele zu erreichen.

” Die Inhalte auf den verschiedenen Kommunikationskanälen, wie E-Mail, Website, SMS oder Mobilbenachrichtigungen, unterstützen die Kunden auf dem Weg zu ihrem persönlichen Ziel. “

RENEE MAIN

VP

*Marketing, Member Acquisition, and Retention
Life Time*



MOBILE APPS

Apps blitzschnell entwickeln

Von der interaktiven App zur Interaktion mit dem Kunden. Und das geht so:

Erstellen, liefern, überwachen und skalieren Sie Apps auf einer cloudbasierten Plattform

Auf der weltweit führenden Plattform für Cloud-Anwendungen können Sie im Handumdrehen Apps entwickeln.

Fördern Sie Kundentreue und Handel

Erhöhen Sie die Kundeninteraktion, indem Sie Ihre besten Kunden belohnen. Erstellen Sie ansprechende Apps in Ihrem Markendesign, um Verkaufsaktionen zu unterstützen.

Integrieren Sie Ihre Salesforce-Daten für personalisierte App-Erlebnisse.

Dank Salesforce können Sie Kundendaten aus Vertrieb, Kundenservice und Marketing einsetzen, um Ihre Botschaften über Mobile Apps zu verstärken. Ihre Botschaften können Sie auf jeden Kunden exakt zuschneiden, um ihm relevante, individualisierte Push-Benachrichtigungen, Angebote, Produkte und vieles mehr zu senden.

Erfahren Sie mehr über die App Cloud.

[MEHR ERFAHREN >](#)

[KONTAKT AUFNEHMEN >](#)



App Cloud | Heroku



Spotlight



Die amerikanische Restaurantkette Red Robin nutzt mit Salesforce entwickelte Apps, um ihren Kunden ein Bonusprogramm zu bieten. Kunden erhalten personalisierte Angebote wie Gratis-Burger, Gutscheine und auf den Kunden zugeschnittene Vergünstigungen. Top-Kunden erhalten beispielsweise eine Tour durch ein neues Restaurant oder dürfen ein neues Gericht vor allen anderen Gästen probieren. Oder Mütter erhalten im Mai eine Einladung zu einem besonderen Essen.

Darüber hinaus erreicht Red Robin mit seinem Treueprogramm eine tolle Customer Experience für Millionen von Mitgliedern. Interne Teams erhalten dazu Zugriff auf alle Mitgliederdaten, die sie benötigen. Hierbei können sich die Mitarbeiter auf verlässliche Daten pro Kunde stützen, da Redundanzen ausgeschlossen werden.

” Salesforce bietet uns den nötigen Rückenwind. Nicht auszudenken, wie mühsam es ohne die App Cloud wäre, alles selbst erstellen zu müssen. “

EVAN EAKIN
Vice President, IT
Red Robin



Schnellere und produktivere Marketingteams

Machen Sie aus Ihrem Marketing eine leistungsstarke, effiziente Maschine. Und das geht so:

Intensivieren Sie die Zusammenarbeit unter Ihren Mitarbeitern

Mit praktischen, sofort einsatzbereiten Apps für Gruppenchat, gemeinsame Bearbeitung von Dokumenten und Tabellen und File-Sharing fördern Sie die Planung und Zusammenarbeit im Team und die Kommunikation mit allen Abteilungen.

Erfahren Sie mehr über Quip.

[MEHR ERFAHREN >](#) [KONTAKT AUFNEHMEN >](#)

Steigern Sie die Produktivität mit Anwendungen aus dem führenden Markt für Unternehmensanwendungen

Im AppExchange finden Sie Tausende von Anwendungen, die im Nu installiert und konfiguriert sind. So schaffen Sie mehr, egal wie klein oder groß Ihr Marketingteam ist.

Erfahren Sie mehr über AppExchange.

[MEHR ERFAHREN >](#) [KONTAKT AUFNEHMEN >](#)

Ob per Mausklick oder Code: Jeder kann personalisierte Marketing-Apps erstellen.

Erstellen, verwalten, implementieren und optimieren Sie im Handumdrehen Apps für die Budgetverwaltung, für Events, PR und Kampagnen. Dank der Drag-and-Drop-Tools und der offenen Frameworks von Salesforce erstellen Sie neue Anwendungen viel effizienter – und effektiver.

Erfahren Sie mehr über Force.com

[MEHR ERFAHREN >](#) [KONTAKT AUFNEHMEN >](#)

Managen Sie Ihre Marketingaktionen von überall aus

Mit Salesforce bleiben Sie über Ihre Marketingaktionen stets auf dem Laufenden und das auch von unterwegs. Sie können mobil blitzschnell auf Ihre Kampagnen zugreifen und sie vorübergehend aussetzen, fortführen, abbuchen, genehmigen und abschieken.

Erfahren Sie mehr über die Marketing Cloud Mobile App.

[MEHR ERFAHREN >](#) [KONTAKT AUFNEHMEN >](#)



App Cloud | Force.com



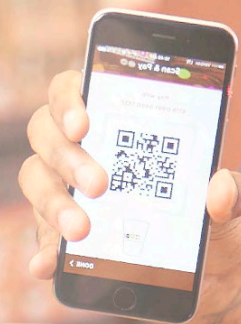
Spotlight



Dunkin' Brands ist in seiner Kategorie seit neun Jahren führend im Bereich Kundentreue. Doch darauf ruht sich das Unternehmen nicht aus, sondern ist weiterhin bestrebt, das Erlebnis der Gäste fortlaufend zu verbessern. Technologie hat dabei die Art und Weise, in der die Kunden mit Dunkin' interagieren, von Grund auf verändert. Und natürlich weiß das Marketingteam, dass auch die Erwartungen ihrer Kunden höher sind denn je. Das Team von Dunkin' erkannte, dass eine bessere Customer Experience intern beginnt und führte daher einen internen Genehmigungsprozess für Franchisenehmer auf Salesforce ein. Seitdem wurden weitere Anwendungen auf der Plattform für Kundeninteraktionen eingerichtet, darunter Apps für das Werbeteam und die Rechtsabteilung. Auch die Anwendung für die Registrierung neuer Franchisenehmer wurde überarbeitet. Der Prozess ist jetzt automatisiert und skalierbar und bietet dem Franchisenehmer ein einfaches und nahtloses Erlebnis.

” Wir müssen unseren Kunden eine fokussierte, personalisierte Journey bieten und sie mit dem richtigen Angebot zur richtigen Zeit am richtigen Ort erreichen. Salesforce macht das möglich. “

SCOTT HUDLER
Chief Digital Officer
Dunkin' Donuts



SMARTE ANWENDUNGEN FÜR MEHR EINBLICKE

Die besten Tools für datenbasierte Entscheidungen Ihrer Marketingexperten

Um hervorragende Leistungen zu liefern, muss Ihr Team über Ihre Strategie und Ergebnisse bestens informiert sein. Darüber hinaus sollten Ihre Mitarbeiter die Möglichkeit haben, Prozesse jederzeit zu optimieren. Und das geht so:

Erkennen Sie den direkten Einfluss des Marketing auf den Umsatz

Damit Sie Ihre Marketingaktionen direkt mit den Verkaufszahlen in Verbindung bringen können, sollten Sie alle Ihre Daten zentral speichern und sie in visuell ansprechenden, anpassbaren Dashboards aufbereiten.

Einfacher Zugriff auf Ihre Daten

Mit Salesforce können Sie mehrere Datenquellen analysieren, um so die Performance Ihrer Kampagnen laufend zu steigern.

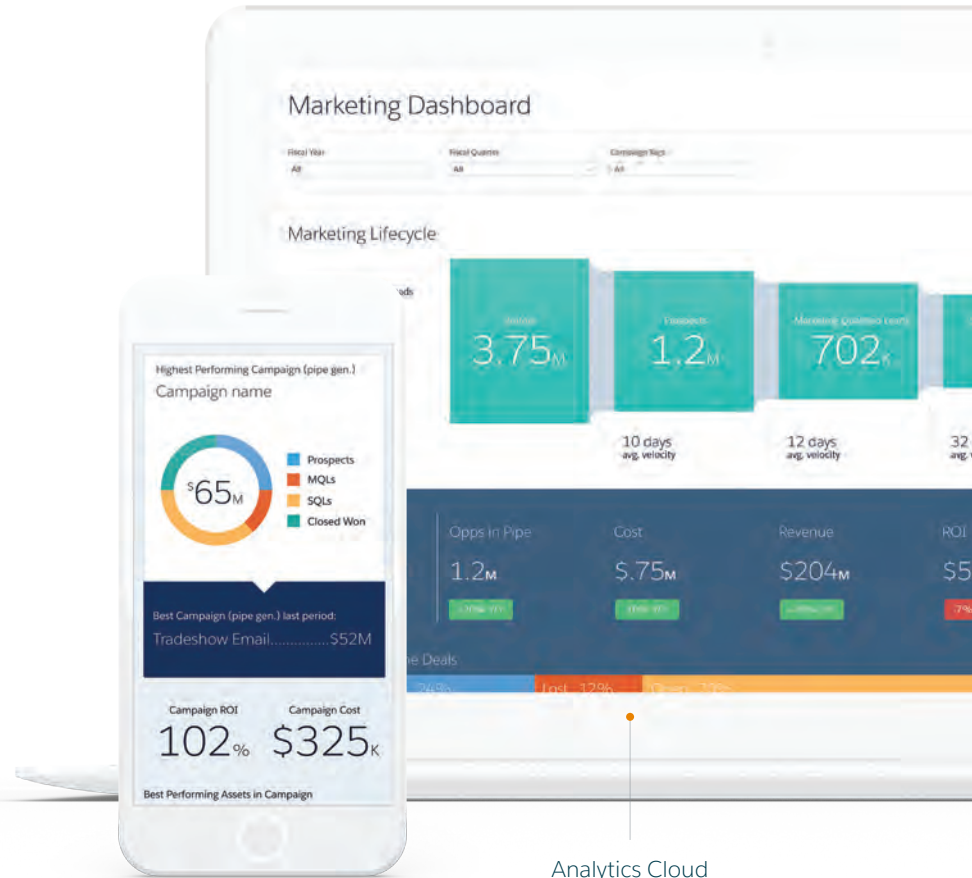
Schnelle Erkenntnisse für eine schnelle Reaktion

Ihre Mitarbeiter können Erkenntnisse und Einblicke sofort mit Kollegen teilen, selbst wenn sie unterwegs sind. Basierend auf den Datenanalysen kann das gesamte Team die richtigen Schritte unternehmen, um die Interaktion mit Kunden zu intensivieren – und letztendlich den ROI zu steigern.

Erfahren Sie mehr über die Analytics Cloud.

[MEHR ERFAHREN >](#)

[KONTAKT AUFNEHMEN >](#)



Analytics Cloud



Spotlight

Cox AUTOMOTIVE™

Cox Automotive ist weltweit führend in den Bereichen Remarketing-Services sowie digitales Marketing und Software in der Autobranche. Zu seinen Marken zählen AutoTrader, Manheim, Kelley Blue Book und viele mehr. Das Team von Cox hatte ein veraltetes Datenverwaltungstool. Das anhaltende Wachstum des Unternehmens erforderte jedoch eine bessere und schnellere Berichterstattung der Marketingergebnisse. Für Cox war es wichtig, die Datenverwaltung einfach zu halten und Raum für skalierbare Innovationen zu haben. Gleichzeitig hatte der Lebenszyklus seiner Marketingtools einen großen Stellenwert.

Cox Automotive entschied sich aufgrund der robusten Analytics-Plattform für Salesforce, die sich nahtlos in Datenquellen aus Drittsystemen integrieren lässt. Cox konnte nun Marketingerkenntnisse in Sekundenschnelle einsehen. Früher hatten sie darauf Tage oder Wochen verwendet. Das Team von Cox Automotive nutzt die Marketing Cloud-Daten in Wave, um seine Marketing-Performance zu messen, die Kontaktpunkte seiner Kunden über die verschiedenen Geschäftseinheiten hinweg nachzuvollziehen und schnelle, fundierte Entscheidungen zu treffen, die das Unternehmen voranbringen.

” Um eine persönliche Beziehung mit unseren Händlern aufzubauen, mussten wir all unsere Marken unter einen Hut bekommen. Mit Salesforce ist uns das gelungen. “

REBEKAH KING

*Senior Manager, Marketing Systems
Cox Automotive*



VERNETZTE PRODUKTE

Produkte in vernetzte Erlebnisse verwandeln

Nutzen Sie das Internet der Dinge für vernetzte Produkte. Und das geht so:

Vernetzen Sie beliebige Datenquellen

Die IoT Cloud ermöglicht Ihnen, von vernetzten Produkten, Services, Geräten oder Apps Daten über deren Verwendung zu sammeln.

Erstellen Sie Customer Journeys mit vernetzten Produkten

Mittels Echtzeitlogik lassen sich Journeys erstellen, die über Vertrieb, Service und Marketing hinweg reichen.

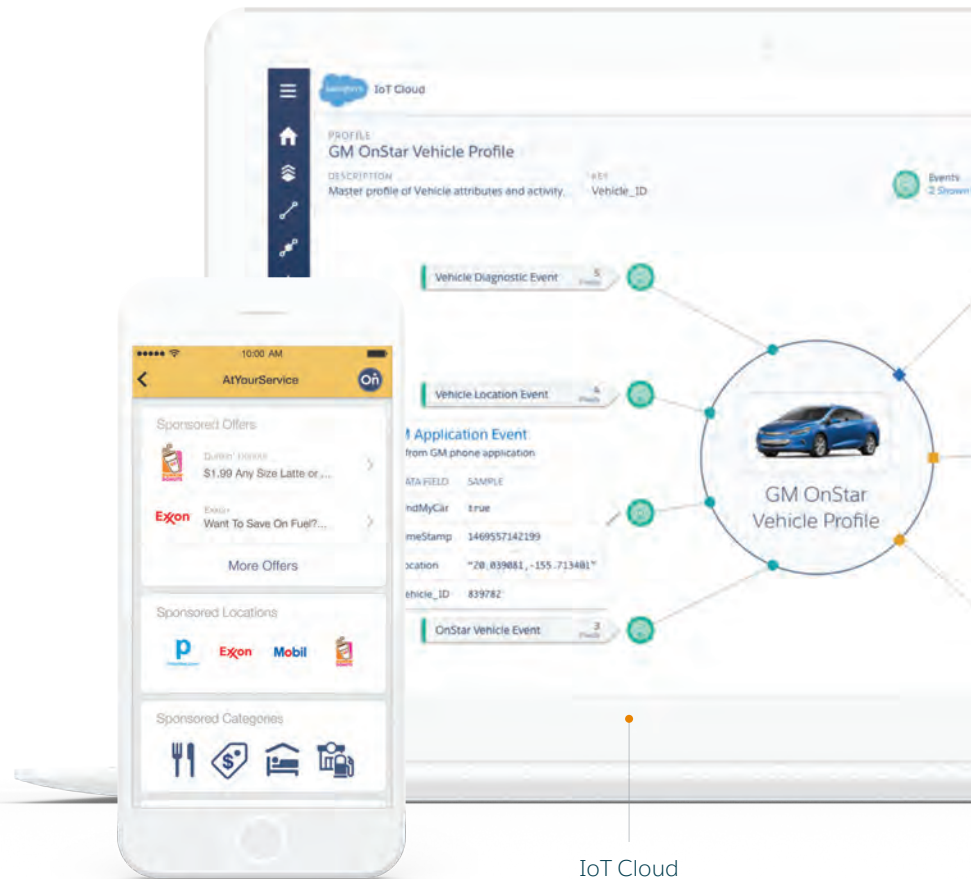
Versenden Sie proaktive Nachrichten in Echtzeit an all Ihre Kunden zum perfekten Zeitpunkt

Ermuntern Sie inaktiv gewordene Kunden, erneut mit ihrem Produkt zu interagieren oder reagieren Sie auf einen kurzlichen Anstieg in der Interaktion mit der Kampagne, indem Sie die richtige Nachricht zum richtigen Zeitpunkt verschicken.

Erfahren Sie mehr über die IoT Cloud.

[MEHR ERFAHREN >](#)

[KONTAKT AUFNEHMEN >](#)





Spotlight



Das Unternehmen GM OnStar entwickelte sich von einem Sicherheitsservice zu einem umfassenden vernetzten Autoerlebnis. Das Team von OnStar macht sich die Konnektivität von 4G LTE zunutze, um das Fahrerlebnis von Autofahrern zu verbessern. OnStar entschied sich für Salesforce, um Daten über die Fahrzeuge zu sammeln, das Verhalten der Fahrer einzuschätzen, vorausschauende Angebote und Produktempfehlungen zu unterbreiten und seine mobilen Kunden im richtigen Moment ortsunabhängig erreichen zu können.

Wenn Fahrer beispielsweise die AtYourService-Funktion von OnStar verwenden, werden ihnen Empfehlungen für Restaurants, Einkaufszentren, Tankstellen uvm. in ihrer Nähe angezeigt. Kunden können die Anwendung nach ihrem Geschmack anpassen. OnStar hat ein Partnernetzwerk entwickelt, um Kunden relevante Angebote zu unterbreiten, sobald sie sich in einem bestimmten Umkreis von ihren Lieblingsorten befinden.

” Wir haben uns für die Plattform für Kundeninteraktionen entschieden, weil sie es uns bequem ermöglicht hat, eine Gemeinschaft von Händlern mit unseren Millionen von Kunden über 4G LTE-vernetzte Fahrzeuge zusammenzubringen. “

MARK LLOYD
Consumer Online Officer
GM OnStar



SOZIALE MEDIEN

Aus Fans und Followern werden treue Kunden

Interagieren Sie mit Ihren Interessenten und Kunden in den sozialen Netzwerken und werben Sie mit kanalübergreifenden Kampagnen. Und das geht so:

Hören Sie den Unterhaltungen in den sozialen Medien zu

Nutzen Sie eine Social Media Monitoring Software, um Konversationen in sozialen Medien aus Millionen verschiedener Quellen zu analysieren. Finden Sie heraus, was Ihre Kunden über Ihre Marke, Ihre Produkte und Ihre Mitbewerber sagen.

Veröffentlichen Sie Ihre Beiträge auf mehreren sozialen Netzwerken gleichzeitig

Sie können Beiträge in sozialen Netzwerken über mehrere Accounts und Netzwerke hinweg planen, veröffentlichen und bewerben. Über die Software können Sie außerdem Content erstellen und genehmigen, Genehmigungsprozesse festlegen und relevante Botschaften im richtigen Moment veröffentlichen.

Interagieren Sie mit Ihren Fans und Followern von überall aus

Mit der Mobile App Social Studio steuern Sie Ihre Strategien für soziale Medien von überall aus und zu jedem Zeitpunkt.

Erfahren Sie mehr über Social Studio.

[MEHR ERFAHREN >](#)

[KONTAKT AUFNEHMEN >](#)



Marketing Cloud | Social Studio



Spotlight



Von Unterhaltungen auf Facebook und Twitter bis hin zu digital vernetzten Kühlschränken im Supermarkt: Dem Team von Nestlé Waters definiert Kundeninteraktionen im digitalen Zeitalter von Grund auf neu. Mithilfe des Journey Builder und Predictive Intelligence personalisiert es Erlebnisse für Millionen von Kunden.

Das Team von Nestlé Waters nutzt Salesforce für das Management seiner Content-Marketingaktionen, zur Förderung des Traffics auf seinen E-Commerce-Seiten, um mehr Leads zu generieren sowie zur Schaffung einer überzeugenden Customer Experience. Nestlé Waters verwendet eine „Marketing-Schaltzentrale“, mit der das Unternehmen seine Marken, Millionen an Kundeninteraktionen sowie alle Marketingkampagnen nachverfolgen kann.

“ Es geht hier nicht allein um Marketing und Vertrieb. Es geht darum, einen allumfassenden Ansatz für unsere Kundenbeziehungen über Marken und Abteilungen hinweg umzusetzen. “

ANTONIO SCIUTO

*Global Head of eCommerce, CMO und eBusiness Leader
Nestlé Waters North America*





COMMUNITIES

Communities aufbauen, die Menschen zusammenbringen

Erstellen Sie Ihre eigenen Online-Communities, in denen sich Ihre Kunden, Partner und Mitarbeiter auf angenehme und praktische Weise miteinander austauschen können. Und das geht so:

Erstellen und implementieren Sie im Nu einen mobilen Engagement-Hub

Schaffen Sie mit einer Community eine Umgebung in Ihrem Markendesign, in der Ihre Kunden und Mitarbeiter interagieren können, egal wann und wo sie sich befinden.

Erkennen und belohnen Sie Ihre wertvollsten Mitglieder

Belohnen Sie Ihre loyalsten Kunden mit Auszeichnungen oder Bestenlisten und zeigen Sie ihnen, wie sehr Sie sie schätzen.

Stellen Sie personalisierte Inhalte, Produkte und Services in einer Umgebung mit Ihrem Markenbranding bereit

In einer Salesforce Community haben Sie eine sichere, zugangsgeschützte Umgebung in Ihrem Markendesign, in der Sie jede Kommunikation exakt auf jedes Mitglied anpassen können. So erzielen Sie eine möglichst hohe Interaktion und maximale Ergebnisse.

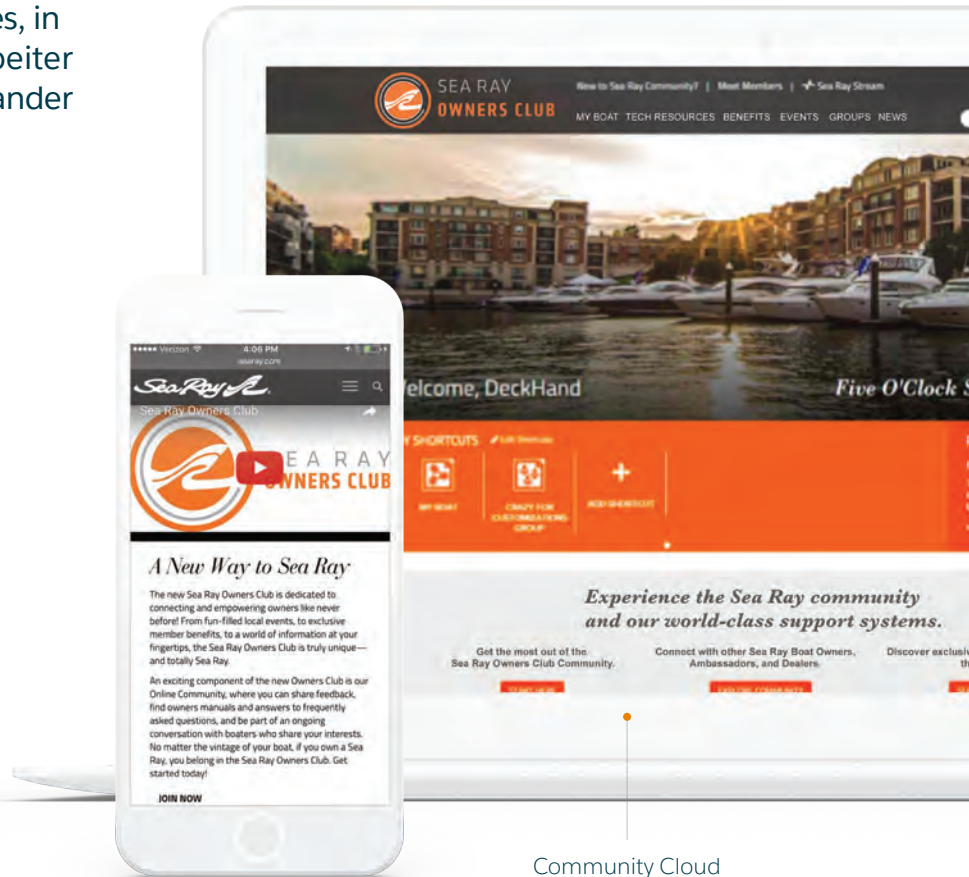
Vernetzen Sie Ihre Kunden mit Experten, Artikeln und dem Support, den sie brauchen

Hören Sie den Konversationen in Ihrer Community aufmerksam zu. So erkennen Sie eventuell entstehende Bedenken und Kritik Ihrer Kunden im Voraus und können proaktiv dagegen steuern.

Erfahren Sie mehr über die Community Cloud.

[MEHR ERFAHREN >](#)

[KONTAKT AUFNEHMEN >](#)



Community Cloud





Spotlight



Sea Ray ist der weltgrößte Hersteller eleganter Privatyachten. Das Unternehmen verwendet Salesforce für den Betrieb des Sea Ray Owners Club, einer Online-Community, in der Veranstaltungen präsentiert und Self-Service-Angebote abgerufen werden können.

Das Team von Sea Ray kann in der Community über die Hull Identification Number die Bootsbesitzerdaten und Umsätze zu den Yachten, dem Marketing und den Kundendienstinformationen mit der Customer Experience verbinden. Durch den integrierten Zugang zu den Besitzerdaten können die Mitarbeiter von Sea Ray ihren Kunden schnellstmöglich zur Seite stehen, wenn diese Fragen zu ihren Booten oder der Ausrüstung haben oder um in ihrem Namen Kontakt zu bevorzugten Vertragshändlern aufzunehmen.

In der Owners Club Online-Community sind ebenfalls Dokumente zu Booten gespeichert, darunter Anleitungen, technische Ressourcen und häufig gestellte Fragen. In den ersten drei Monaten nach der Einführung der Seite verzeichnete das Team von Sea Ray die bisher längste Aufenthaltszeit von Besuchern auf ihrer Website. Über die Online-Community verbringen Bootsbesitzer mehr und öfter Zeit mit der Marke. Sie kommen immer wieder auf die Seite, um sich anzusehen, was es Neues gibt und um sich mit anderen Mitgliedern der Community und mit Mitarbeitern von Sea Ray auszutauschen.

” Salesforce bietet uns eine robuste, aktuelle Datenbank all unserer Bootsbesitzerdaten. Unsere Mitarbeiter und Kunden können jetzt an einem einzigen, benutzerfreundlichen Ort Antworten auf Ihre Fragen finden. Durch die Online-Community können wir unseren Kunden viel mehr bieten als zuvor. “

SHELBY KIRBY
Senior Marketing Manager
Sea Ray



KUNDENSERVICE

Durch erstklassigen Kundenservice beeindrucken

Sorgen Sie dafür, dass jede Interaktion Ihrer Kunden mit Ihrer Marke einen positiven Eindruck hinterlässt. Und das geht so:

Speichern Sie alle Marketing-, Vertriebs- und Service-Daten in einem einzigen Kontakteintrag

Mit der Service Cloud erstellen Sie einen zentralen, umfassenden Überblick über jeden Kunden, damit alle Beteiligten vom Kundenservicemitarbeiter bis hin zum Vertriebsmitarbeiter Ihre Kunden besser verstehen als je zuvor.

Achten Sie auf Serviceaktivitäten und reagieren Sie mit der richtigen Botschaft über alle Kanäle hinweg

Dank Salesforce erkennen Sie potentielle Bedenken Ihrer Kunden im Voraus und reagieren proaktiv darauf – mit Marketingbotschaften, die den richtigen Kunden im richtigen Moment erreichen.

Öffnen oder schließen Sie Servicefälle basierend auf dem Verhalten Ihrer Kunden automatisch

Beobachten Sie die Aktivitäten Ihrer Kunden und reagieren Sie automatisch mit hochpersonalisierter Kommunikation basierend auf dem jeweiligen Kundenverhalten und bestimmten Attributen.

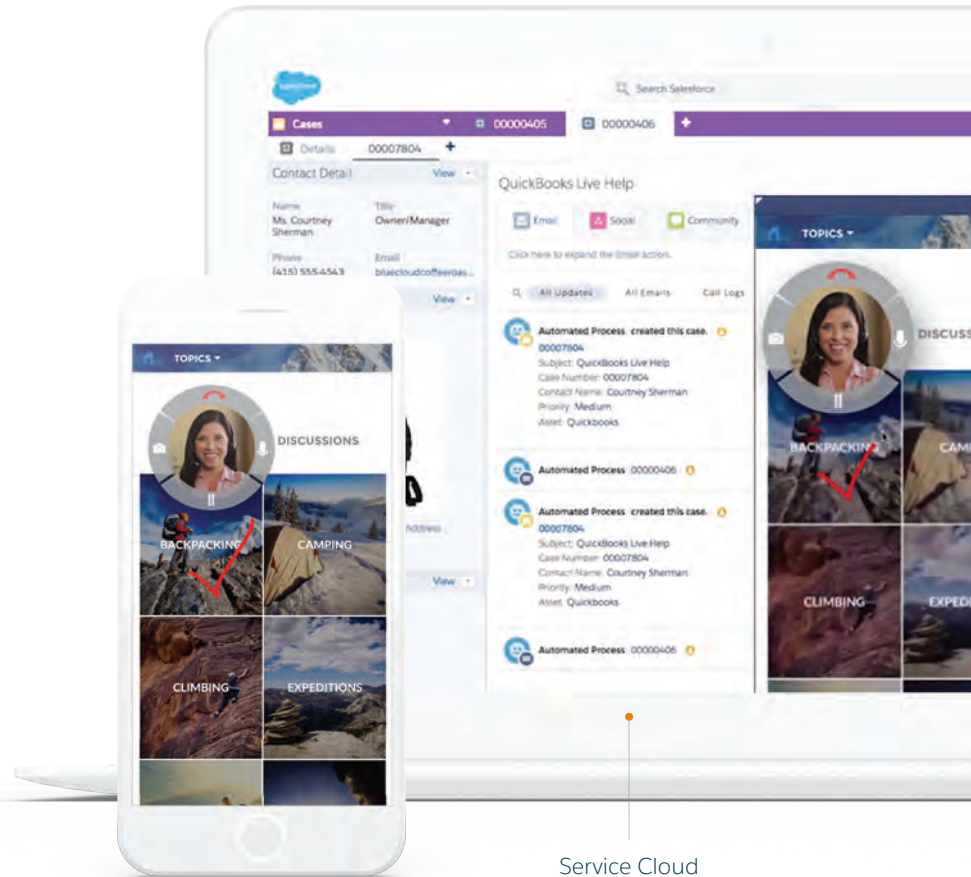
Versenden Sie die richtigen Nachrichten an Kunden mit aktuell offenen Servicefällen

Die Service Cloud ermöglicht Ihnen, Ihre Servicefälle im Auge zu behalten, um zu vermeiden, dass Kunden, bei denen es gerade Probleme gibt, nicht von Marketingnachrichten überschwemmt werden. Außerdem können Sie die Botschaften an Interessenten und Kunden, die noch nicht für bestimmte Inhalte bereit sind, anpassen.

Erfahren Sie mehr über die Service Cloud.

[MEHR ERFAHREN >](#)

[KONTAKT AUFNEHMEN >](#)





Spotlight



Die Abteilung Global Corporate Payments von American Express revolutioniert den Service für Geschäftskunden. Über American Express werden unzählige Zahlungen der Geschäftswelt abgewickelt. Das Unternehmen erhält so einen breiten Überblick über Ausgabenmuster. Salesforce hilft American Express dabei, diese Daten in Erkenntnisse umzuwandeln, mit denen die Strategien für Marketing und Kundenservice verbessert werden können.

„American Express will den Service des 21. Jahrhunderts neu erfinden“, sagt Susan Sobott, President of Global Corporate Payments. „Was wir unter Neuerfindung verstehen, ist unser Echtzeitansatz, der es uns ermöglicht, zu prognostizieren, was unsere Kunden brauchen.“ Im Zeitalter des Kunden bedeutet das, dass wir anhand von Daten die Probleme unserer Kunden lösen und auch unsere wichtigsten Geschäftsentscheidungen nur noch datenbasiert treffen.

” Die entscheidenden Faktoren sind für uns ganz klar die Informationen, die wir an der Hand haben, das Vertrauen unserer Kunden sowie die Fähigkeit unserer Mitarbeiter, volle Leistung zu erbringen. Mit Salesforce ist uns das gelungen. “

GREG KEELEY
*EVP of Global Corporate Payments
American Express*



Zusammenfassung

Heute muss der Kunde im Mittelpunkt stehen. Das geht aber nur, wenn die Marketingstrategie auch über den Vertrieb, den Kundenservice, die Produkte und darüber hinaus mitgetragen wird. Das weltweit intelligenteste CRM-System für personalisierte Customer Journeys unterstützt Sie dabei.

Sammeln Sie Kundendaten an allen Berührungspunkten mit Ihrer Marke. Schaffen Sie personalisierte Erlebnisse bei jeder Interaktion, ganz gleich, wo oder wann. Mit Salesforce steigern Sie den Wertbeitrag, können Ihre Ergebnisse messen sowie den Einfluss auf den Umsatz und den ROI nachweisen. Letztendlich bekommen Sie größere Budgets, können Ihr Marketingteam ausbauen und fördern Ihre Karriere.

Das ist Salesforce für Marketing.

Erleben Sie Salesforce für Marketing in Aktion.

[DEMO ANSEHEN](#)





salesforce

KUNDEN BEGEISTERN



salesforce.com