



# Handlungsräume durch medienbruchfreie Vertriebsprozesse für Unternehmen mit B2B-Vertrieb

Empfohlene Strategien und konkrete Ansatzpunkte für  
Prozessoptimierung & Umsatzsteigerung in Marketing & Vertrieb

- ✓ durch automatisierte Leadmanagement entlang des ganzen Funnels
- ✓ durch Marketing Automation und
- ✓ Lead-/Gesprächserfassung direkt auf dem Tablet PC,
- ✓ ...

... in Zusammenarbeit mit Partnerunternehmen der Lutz Thielmann Consulting

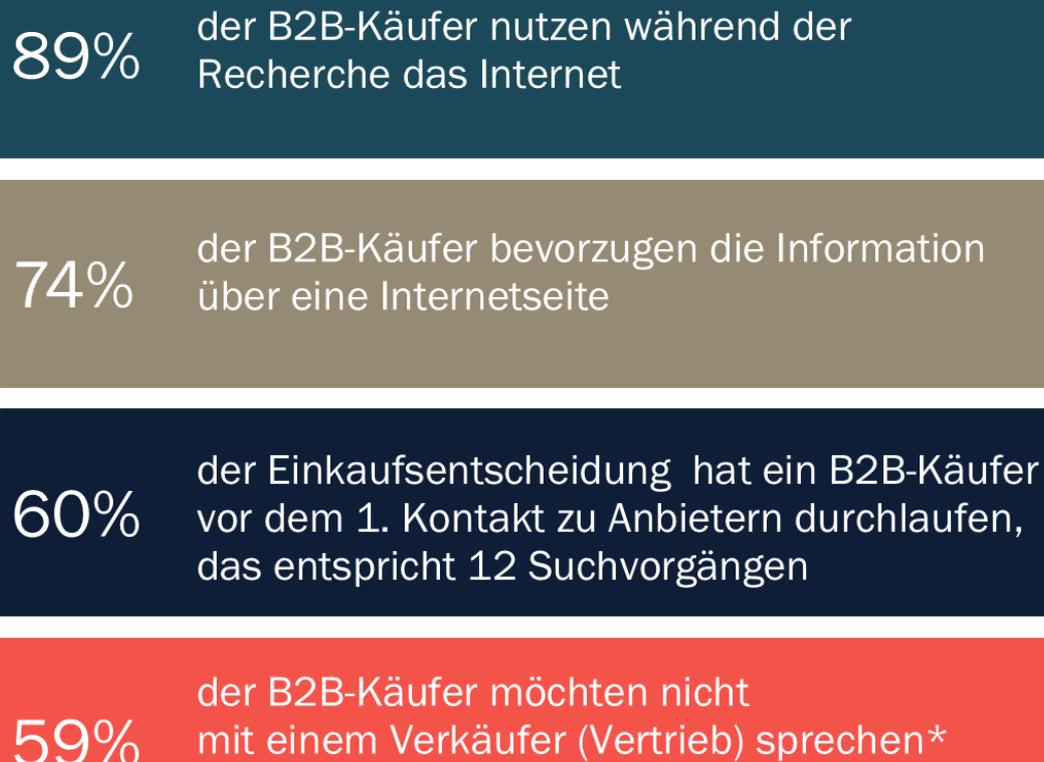


- 1. Digitalisierung verändert den B2B-Beschaffungsprozess**
- 2. Qualifizierte Leadgenerierung ist das Ziel.  
Leadmanagement mit Content Marketing ist heute die zielführende Strategie.**
- 3. Einblicke in Methoden, Prozesse und Werkzeuge**





# Ist-Situation 2020 – Herausforderungen bei der Geschäftsanbahnung im B2B haben sich drastisch verändert



Google/Millbrand B2B-Study 2014  
\*Forrester Research, 2014



# Ist-Situation 2020: Der Customer Journey





## Leadrouting-Erfolg hängt ab von Prozessen und Menschen

# 9 von 10

B2B-Marketer sehen den Abgleich von Marketing und Vertrieb als eine der größten Herausforderungen bei der Erreichung ihrer Ziele an.

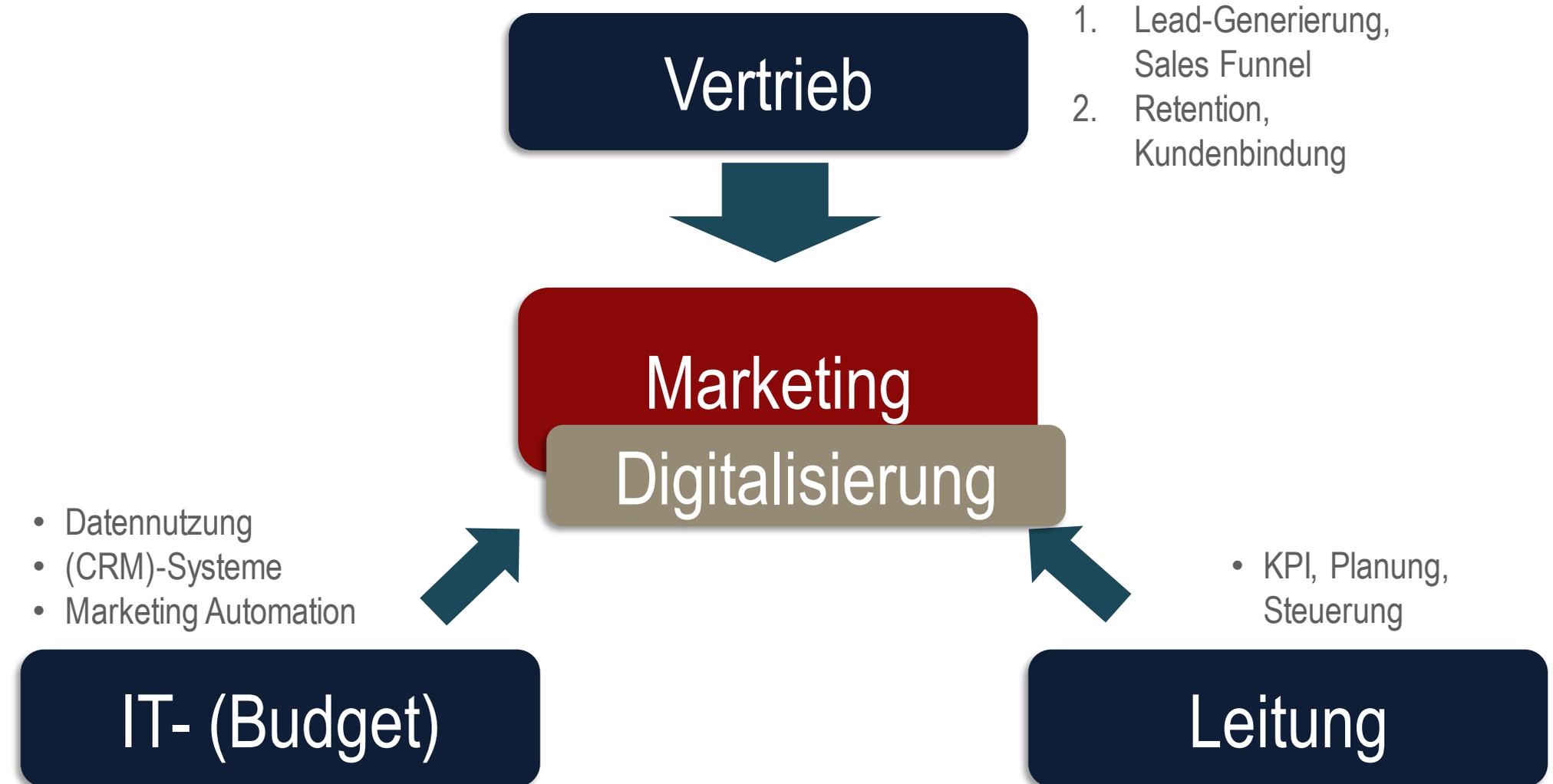


ACT-ON and Gleanster Research "Rethinking the Role of Marketing " (2015)

**Vertrieb und  
Marketing müssen  
strukturiertes  
kommunizieren**



# Die klassische Rollenverteilung ändert sich durch Digitalisierung





1. Digitalisierung verändert den B2B-Beschaffungsprozess
2. **Qualifizierte Leadgenerierung ist das Ziel.  
Leadmanagement mit Content Marketing ist  
heute die zielführende Strategie.**
3. Einblicke in Methoden, Prozesse und Werkzeuge





# Mögliche Prozesse für Prozessoptimierung & Umsatzsteigerung

## Integriertes Messe Lead Mgmt

Schnelle & intuitive Leaderfassung und Verarbeitung auf Ihren Messeauftritten

## Professionelles Lead Management

auch im Zusammenspiel mit Vertriebs- / Channelpartner

Vertriebspartner



**3 Ziele aller Aktivitäten und Prozesse ist**

**1. Leads an den Touchpoints zu generieren, wo die profitabelsten Interessenten vermutet werden,**

**2. Leads schnellstmöglich in digitale, automatisierbare Prozesse zu übergeben, und damit**

**3. keine generierten Leads „erkalten“ zulassen und damit zu verlieren.**

Identifizierung & Qualifizierung von B2B-Unternehmen

Firmen-erkennung

Einladungs-Markings

Dialog-Marketing-Kampagnen

Response-Analyse

E-Mail-Marketing

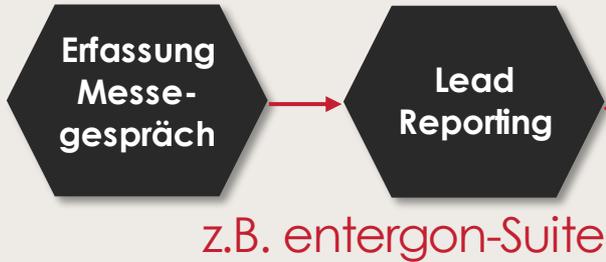
Kunde gewonnen



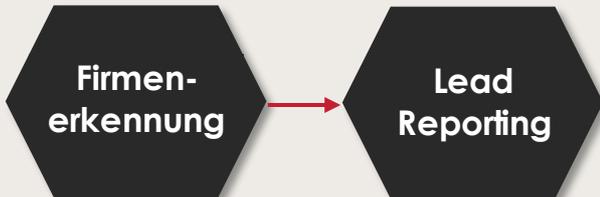
# Mögliche Prozesse für Prozessoptimierung & Umsatzsteigerung

## Integriertes Messe Lead Mgmt

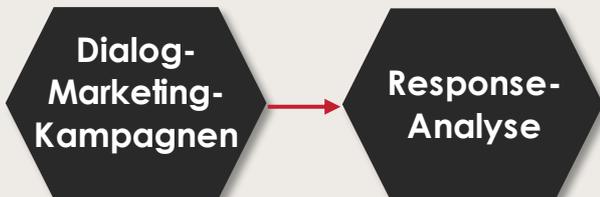
Schnelle & intuitive Leaderfassung und Verarbeitung auf Ihren Messeauftritten



## Identifizierung & Qualifizierung von B2B Webseitenbesucher

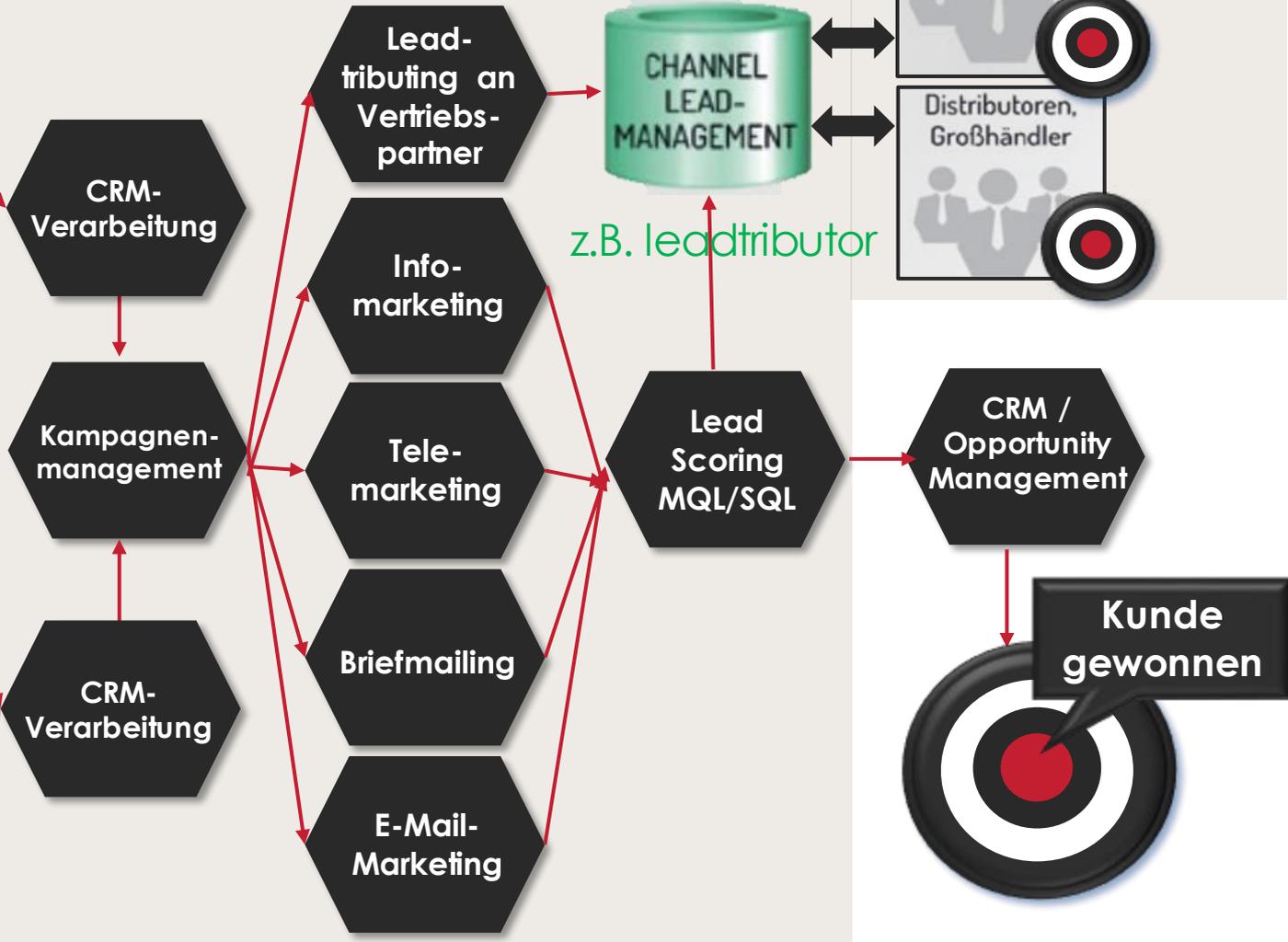


## Einladungs-Mailings



## Professionelles Lead Management

auch im Zusammenspiel mit Vertriebs- / Channelpartner





1. **Digitalisierung verändert den B2B-Beschaffungsprozess**
2. **Qualifizierte Leadgenerierung ist das Ziel.  
Leadmanagement mit Content Marketing ist  
heute die zielführende Strategie.**
3. **Einblicke in Methoden, Prozesse und Werkzeuge**

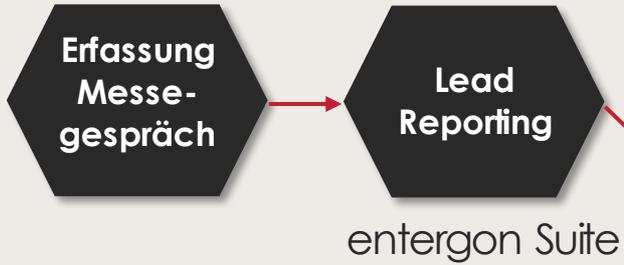




# Mögliche Prozesse für Prozessoptimierung & Umsatzsteigerung

## Integriertes Messe Lead Mgmt

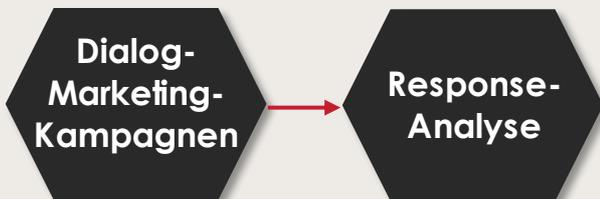
Schnelle & intuitive Leaderfassung und Verarbeitung auf Ihren Messeauftritten



## Identifizierung & Qualifizierung von B2B Webseitenbesucher

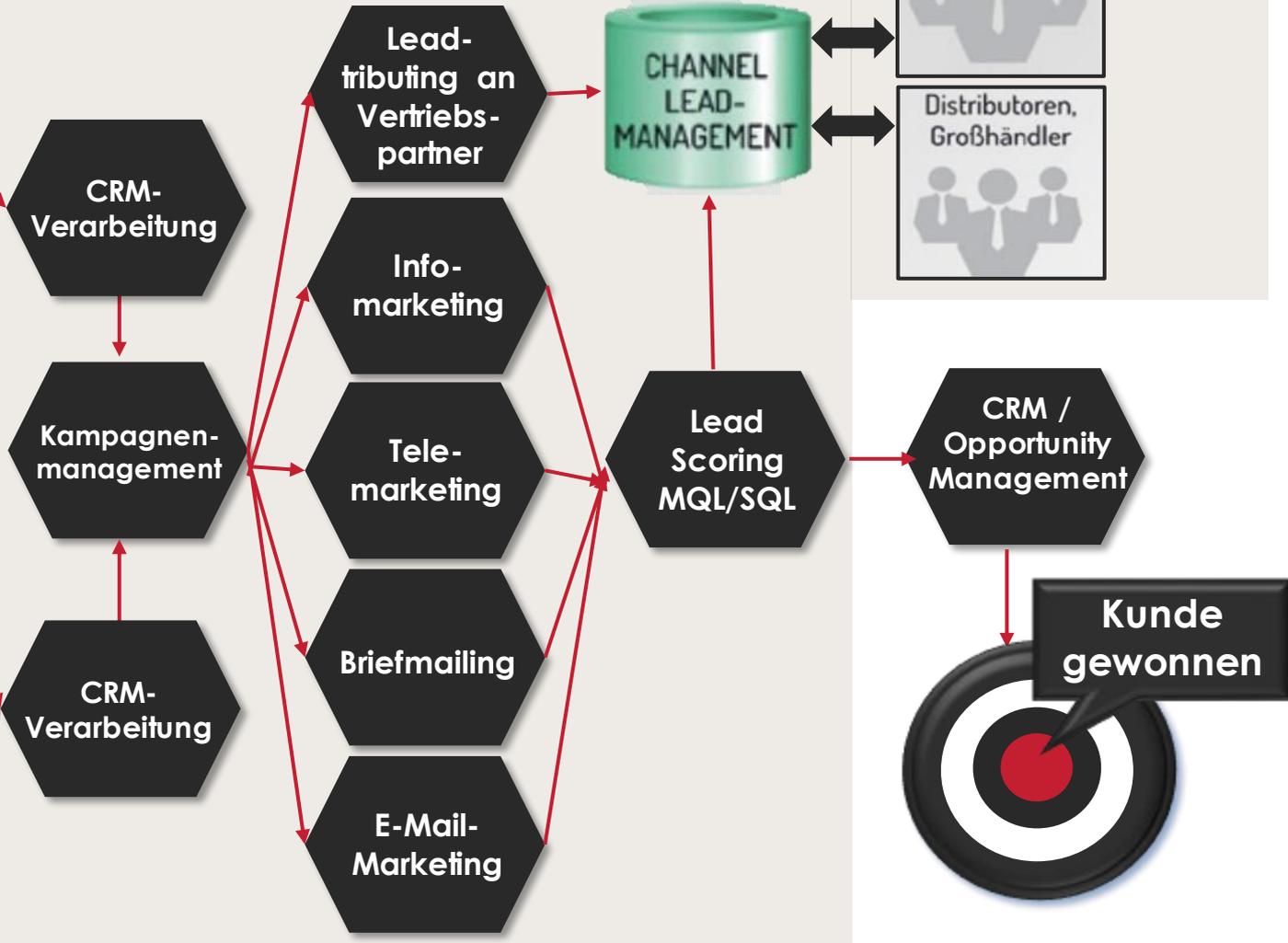


## Einladungs-Mailings



## Professionelles Lead Management

Automatisierung von Dialogmarketing-Prozessen





## Was möchte der Kunde, was sucht der Interessent?

- einen schnellen Überblick – Orientierung (Shortlist)
- Arbeitserleichterung im Entscheidungsprozess
- Zeitersparnis



# Ihre Webseite - frühzeitige Ansprache im Kaufentscheidungsprozess



**Heute:** Im Durchschnitt nehmen nur 2-3% der Webseitenbesucher Kontakt mit der Firma auf. 97% der Besucher bleiben unbekannt.

Der Kunde wird durch Online-Beratung in der Kaufentscheidung unterstützt und stärker an die Marke **des Herstellers** gebunden.

- Bessere **Markenkommunikation** durch **Bedarfsorientierung**
- Sehr **einfache Einbindung** auf **Hersteller-Webseiten**
- Mehr **direkte Abverkäufe (B/C-Produkte)** und **hochwertige Leads (A-Produkte)** durch qualifizierte, transparente Beratung



# Konfiguratoren unterstützen bei der Lösungsauswahl

**Online-Lösungskonfiguratoren** entwickelt sich immer stärker zum strategischen Thema für Online-Shops und Hersteller. Sie **führen Benutzer und Produkte zusammen**.

Die Konfiguratoren basieren auf dem von Ihnen **modellierten Beratungswissen** und spricht die **Sprache der Benutzer**. Deren Bedürfnisse stehen im Vordergrund, nicht technische Parameter und darauf aufsetzende Filter. Wie in einem **Beratungsgespräch** mit einem wirklich **guten Fachhändler** wird der Benutzer interaktiv an die am besten **passenden Lösungen** herangeführt.



**Bedürfnisorientierung** und Interaktivität



Beratungsprozess geht auf Vorwissen des Nutzers ein



Matching der **Kundenbedürfnisse** auf komplexe Produkteigenschaften



**Transparentes Ranking** der in Frage kommenden Produkte



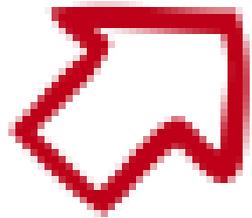
**Keine leeren Ergebnisse**, sondern Empfehlung von, teilweise dynamisch generierte, Lösungen



**Umfassende Erklärungen** der Attribute in Beratungsprozess und Produktvergleich



# Online-Konfiguratoren Nutzensvorteile



Online-Konfiguratoren/-berater steigern den Umsatz im entsprechenden Segment **nachweislich um bis zu 20%**



**Mehr Leads und Abschlüsse** durch Bestärkung in der Vorauswahl



**Stärkere Kundenbindung** durch mehr Entscheidungssicherheit



Gewinnung umfangreicher **Hintergrundinformationen und statistische Auswertungen** über Kundenwünsche ( via Analytics Software)



Sehr **einfache Einbindung** in den eigenen Internetauftritt bzw. bei Reichweitenpartnern



Kein laufender Wartungsaufwand

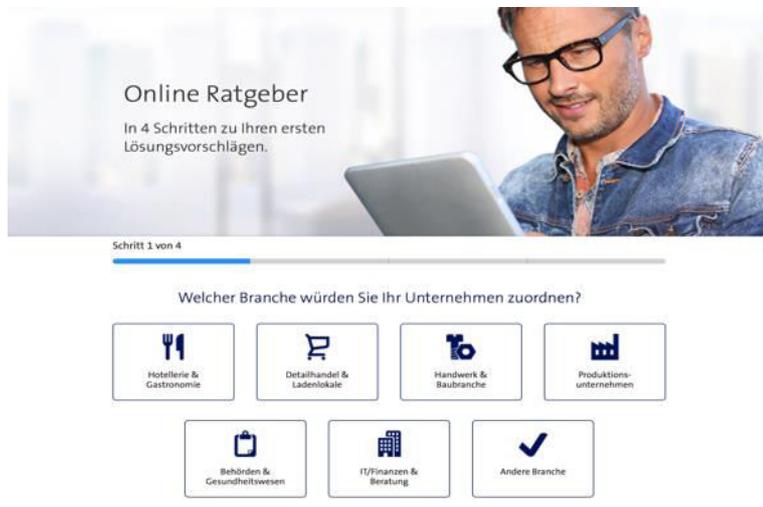


# Zwei Beispiele von Online-Konfiguratoren/-Berater aus B2B



- BAV-Konfigurator für Angebote zur Betrieblichen Altersvorsorge des Anbieters Käuferportal
- Leadgenerator

<http://www.kaeufportal.de/dienstleistungen/altersvorsorge/formular/>



- Swisscom B2B-Lösungsberater des SW-Anbieters Smartassistant
- Leadgenerator
- Short-URL
- Omnichannel-Tool

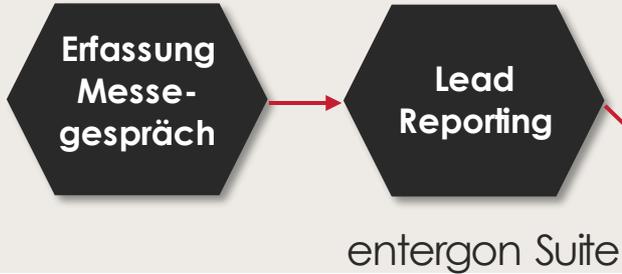
<http://kmu-kompass.swisscom.ch/swisscom/swisscom-sme/>



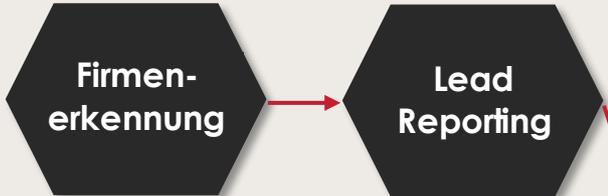
# Mögliche Prozesse für Prozessoptimierung & Umsatzsteigerung

## Integriertes Messe Lead Mgmt

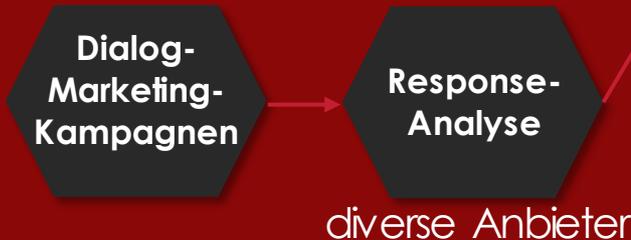
Schnelle & intuitive Leaderfassung und Verarbeitung auf Ihren Messeauftritten



## Identifizierung & Qualifizierung von B2B Webseitenbesucher

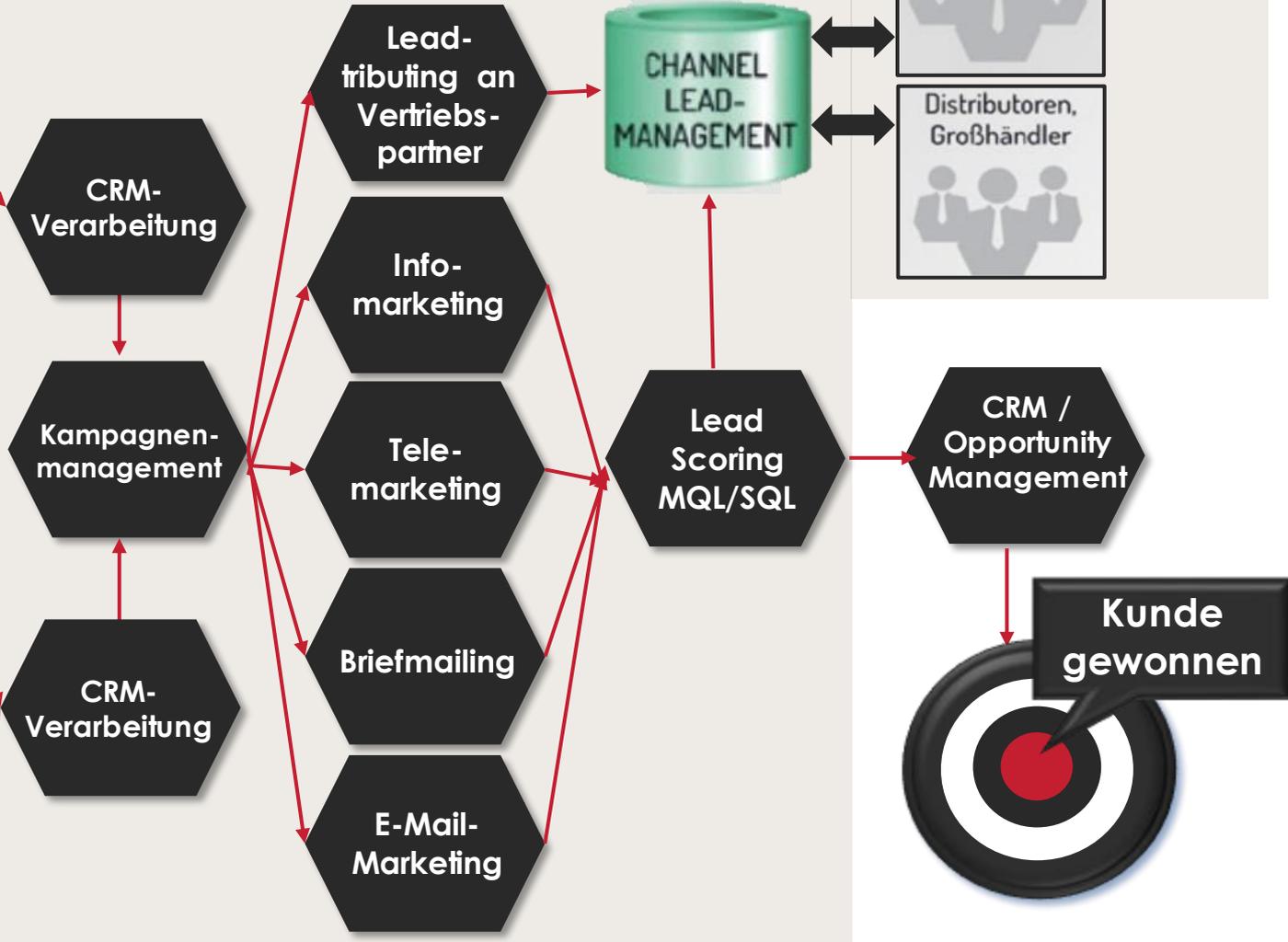


## (Online) Leadkampagnen



## Professionelles Lead Management

Automatisierung von Dialogmarketing-Prozessen





## Ebner Media Group GmbH & Co. KG im Überblick

Empowering Business - Ob Print, Digital oder Event: Finden Sie mit uns Ihren direkten Weg zu Ihrer Zielgruppe – und damit zu Ihrem Erfolg.

### Business Solutions

Von der Beratung bis zur Umsetzung stellen wir Ihnen individuell auf Sie zugeschnittene **Kommunikationskonzepte** zusammen.

### Technologie

- alle Medien umfassendes **CRM**
- aktuelle und vollständige Abbildung der erreichbaren Zielgruppen
- Jederzeit aktuelle und zeitgemäße **Webauftritte**
- Zusammenarbeit mit vertical techmedia für Kampagnen mit **4 Mio. businessinteressierten Usern**

### Vorgehensweise Leadgeneration

- Qualifizierungsprozess
- Interessensorientiertes Print-Abo
- Leser geht für weiterführende Informationen online
- Leser abonniert Newsletter
- Leser wird zum interaktiven Nutzer (komplettes Tracking aller Aktionen, medienübergreifend)
- Nutzer informiert sich weiter und nutzt auch **Advertorials, Whitepapers, Webcasts, Studien**
- Leser hinterlässt die **Daten und das Opt-in für den Kunden**



Print



Online



Leadgen



# Ebner Group: Showcase Big Data

<http://www.internetworld.de/big-data-318134.html>



Leadgen

**INTERNET WORLD Business**

E-COMMERCE MOBILE ONLINEMARKETING SOCIAL MEDIA TECHNIK

SEO | Cloud | Export Insights | Amazon | Google | Mobile Advertising | Facebook | Internet World Messe | Weitere Themen

**Big Data**

Big Data bezeichnet die Gewinnung von entscheidungsrelevanten Erkenntnissen aus einer Vielzahl an Informationsquellen.

Verwandte Themen:

Mobile Marketing Marketing

mehr

MangelsDas | 27.01.2016 | Vor 2 Tagen

**Big Data bleibt Marketing-Neuland**

Die Auswertung von Nutzerdaten für Marketing-Zwecke ist reizvoll für Unternehmen, trotzdem offenbart eine Studie, dass viele deutsche Manager das Potenzial verkommen.

0 Kommentare

**The Walt Disney Company**  
Germany, Switzerland & Austria  
sucht einen  
**Digital Marketing Analyst (m/w)**

Online Immobilienmarkt | 27.01.2016 | Vor 3 Tagen

**Immowelt: "Wir können unsere Reichweite enorm steigern"**

Das Algorithmenprinzip verändert den Immobilienmarkt: Start-ups bieten Maklern und Mietern neue Services und Werkzeuge. Von den Auswirkungen auf die Portale berichtet Immowelt-Vorstand Ulrich Gros.

0 Kommentare

Quartz | 27.01.2016

**AdBlocking und Anti-Tracking-Tools: Wege aus dem Blocking-Dilemma**

AdBlocker werden auch 2016 zu den größten Ärgernissen der Werbebranche gehören. Wie sich Wege finden lassen, Kunden dennoch absichts klassischer Werbeformate zu erreichen, erklärt Jens Rodde, CEO von Kella.

0 Kommentare

Digitalisierter Kunden | 07.01.2016

**5 Herausforderungen für das CRM in 2016**

Gut gepflegte Kundendaten sind Voraussetzung für eine personalisierte Kommunikation auf allen Online- und Offline-Kanälen. Diese fünf Herausforderungen müssen Unternehmen dabei 2016 meistern.

0 Kommentare

Expert Insights | 22.12.2015

**Marketing-Buzzwords - gekommen, um zu bleiben?**

Viel Lärm um nichts? Was ist dran an den Marketing-Buzzwords, die in diesem Jahr zu Hauf durch die Branche schwirren? In jedem Fall ist es wichtig, sich mit ihnen auseinanderzusetzen.

0 Kommentare

**News**

Neu Belieb Channel

vor 2 Stunden

**250.000 Nutzer unterschreiben Petition gegen Apple**

Montagsausgabe ab sofort zum Download

vor 5 Stunden

**Das sind die wichtigsten Köpfe der Woche**

Die Top-5-Trends im Online-Kundenservice 2016

vor 6 Stunden

**Apple lauert auf Time Warner**

Die Top-5-Trends im Online-Kundenservice 2016

**INTERNET WORLD Business**

E-COMMERCE MOBILE ONLINEMARKETING SOCIAL MEDIA TECHNIK

SEO | Cloud | Export Insights | Amazon | Google | Mobile Advertising | Facebook | Internet World Messe | Weitere Themen

Digitale Kunden | 07.01.2016, 09:30 Uhr

**5 Herausforderungen für das CRM in 2016**

Gut gepflegte Kundendaten sind Voraussetzung für eine personalisierte Kommunikation auf allen Online- und Offline-Kanälen. Diese fünf Herausforderungen müssen Unternehmen dabei 2016 meistern.

Viele Unternehmen behandeln das CRM-System als zentralen Datenspeicher für ihre Kundendaten wie Kontaktdaten oder Angaben zu Transaktionen. Doch aus Daten allein entsteht noch keine individuelle Kundenansprache. Fünf zentrale Herausforderungen, die Unternehmen für eine CRM-gestützte Kommunikation in 2016 meistern müssen, nennt Nikolaus von Graeve, Geschäftsführer von rabbit eMarketing.

**Herausforderung Nummer 1: Der Faktor Mensch**

Vor allem in B2B-Unternehmen ist der Vertriebsmitarbeiter der bedeutendste Kommunikationskanal im Außendienst. Die im Kundengespräch gesammelten Informationen müssen entweder manuell in das CRM-System eingepflegt werden oder gelangen über eine mobile Anwendung direkt in die Datenbank. Voraussetzung dafür sind geschulte Mitarbeiter, die wissen, welche Daten für die weitere Kommunikation unbedingt erfasst werden müssen.

**Kostenloses Whitepaper**

Download icon

**Kostenloses Whitepaper**

**Differenzieren anstatt rabattieren**

Die Nutzung von Daten, um Kunden zu binden und bedeutsamere Kundenansätze zu schaffen

**KLICK!**

**Kostenloses Whitepaper**

Überblick

Das Kundenkonto ist im wichtigsten Hebel zur Umsatzsteigerung und Bindung der Kundenbindung und des erweiterten Differenzierungspotenzial. Die Kunden heutzutage die Auswahl zwischen vielen Produkten und Marken haben unterschieden sich Einzelhändler kaum verändert. Die Art, in der die Verbraucher entscheiden, kann aber zum neuen Konkurrenzvorteil werden.

Das Unternehmen hat es wichtiger denn je, um die Bindung und die Bindung der Kundenbindung und des erweiterten Differenzierungspotenzial. Die Kunden heutzutage die Auswahl zwischen vielen Produkten und Marken haben unterschieden sich Einzelhändler kaum verändert. Die Art, in der die Verbraucher entscheiden, kann aber zum neuen Konkurrenzvorteil werden.

Das Unternehmen hat es wichtiger denn je, um die Bindung und die Bindung der Kundenbindung und des erweiterten Differenzierungspotenzial. Die Kunden heutzutage die Auswahl zwischen vielen Produkten und Marken haben unterschieden sich Einzelhändler kaum verändert. Die Art, in der die Verbraucher entscheiden, kann aber zum neuen Konkurrenzvorteil werden.

Das Unternehmen hat es wichtiger denn je, um die Bindung und die Bindung der Kundenbindung und des erweiterten Differenzierungspotenzial. Die Kunden heutzutage die Auswahl zwischen vielen Produkten und Marken haben unterschieden sich Einzelhändler kaum verändert. Die Art, in der die Verbraucher entscheiden, kann aber zum neuen Konkurrenzvorteil werden.

**KLICK!**

**KLICK!**



# Ebner Group: AUDIENCE Flow – vom B2B-Newsletter zum B2B-Lead

Probleme mit der Darstellung? Klicken Sie hier

**INTERNET WORLD Business Newsletter**

Nachrichten | Dienstleister | Stellenmarkt | Abos | Newsletter | NMG Akademie

**Professor Gerrit Heinemann**  
**Mobile First hat ausgedient - Mobile Only ist angesagt**  
 Wer heute "Mobile First" denkt, gilt gemeinhin als innovativ. In Wirklichkeit aber ist dieser Ansatz schon wieder veraltet. Heute gilt "Mobile Only", weiß E-Commerce-Professor Gerrit Heinemann.  
[weiterlesen](#)

**Otto-Tochter**  
**About You sucht neue Investoren**  
 About You braucht frisches Kapital und ist daher auf der Suche nach neuen Geldgebern. Im Zuge der Kapitalerhöhung soll die Otto Group sogar bereit sein, einen weiteren Gesellschafter mit ins Boot zu holen.  
[weiterlesen](#)

**Connected Car**  
**Allianz warnt vor Hackerattacken auf Autos**  
 Moderne Automobile werden mehr und mehr zu fahrenden Computern. Die Allianz-Versicherung fürcht daher, dass das Connected Car zunehmend auch ein interessantes Ziel für Hackerangriffe werden könnte.  
[weiterlesen](#)

**Sponsored Post**  
**Roadmap für ein digitales Business**  
 Die digitale Transformation erzeugt einen revolutionären Wandel in jeder größeren Branche. Die hohen Erwartungen von Kunden sorgen für schnelle Innovationen.  
[weiterlesen](#)



web & mobile  
**DEVELOPER**

FÜR IT-ENTSCHEIDER  
**com!**  
professional

Stellenmarkt | Dienstleister | Newsletter | Archiv | Service | Abonnement

**INTERNET WORLD Business** f t x

E-Commerce | Mobile | Onlinemarketing | Social Media | Technik

Expert Insights | Google | Facebook | Amazon | SEO | Leadgenerierung | Mobile-Advertising | Logistik | Weitere Themen

Sponsored Post: Anzeig

**Roadmap für ein digitales Business**

Die digitale Transformation erzeugt einen revolutionären Wandel in jeder größeren Branche. Die hohen Erwartungen von Kunden sorgen für schnelle Innovationen.

Quelle: getty.com

Anhand des Beispiels eines typischen Online-Händlers demonstrieren wir, wie die Technologie von Citrix es Unternehmen ermöglicht, diesen revolutionären Wandel in einen Betriebs- und Wettbewerbsvorteil umzuwandeln.

Ein neuer Online-Händler betritt in Großbritannien den Markt. Das Unternehmen baut eine traditionelle Infrastruktur auf und mietet Serverfläche, Internetbandbreite sowie notwendige Networking- und Storage-Lösungen bei einem namhaften Anbieter. Es implementiert seine Website und wächst in einem rasanten Tempo, baut einen markentreuen Kundenschatz auf und erzielt einen guten ROI. Als die Webseitenaufrufe weiter steigen, bietet die Hardware nicht mehr genügend Ressourcen.

Die Ladezeiten für Kunden werden länger, und die Performance nimmt ab. Virtuelle Kaufvorgänge werden abgebrochen, und Umsätze gehen verloren. Statt kostspielige Hardware Upgrades zu implementieren oder weitere Hardware zu installieren, die die Komplexität der Infrastruktur erhöhen würden, macht sich das Unternehmen auf die Suche nach einer besseren Lösung. Es erfährt, dass Citrix-Technologie die Performance verbessern kann, indem viele der derzeitigen Funktionen mit einer dedizierten Anwendungsbereitstellungs-Plattform durchgeführt werden.

Dadurch werden Infrastrukturressourcen freigegeben, die für den Datenverkehr von Kunden genutzt werden können. Transaktionen werden nun schneller denn je verarbeitet. Ihre derzeitige Kapazität hat sich vervielfacht, ohne dass neue Server benötigt würden. Die Performance ist wiederhergestellt.

Lesen Sie weiter in der Roadmap, wie das Unternehmen folgende Herausforderungen bewältigt:

- Freiere Infrastrukturen
- Verringerung von Risiken
- Einführung von Microservices
- Beschleunigung der Performance
- Kampf gegen Cyber-Angriffe

**Lesen Sie weiter im kostenlosen Whitepaper!**

**CITRIX**

**Kostenloses Whitepaper**

**Roadmap für ein digitales Business**

**Überblick**

Die digitale Transformation erzeugt einen revolutionären Wandel in jeder größeren Branche. Die hohen Erwartungen von Kunden sorgen für schnelle Innovationen.

Anhand des Beispiels eines typischen Online-Händlers demonstrieren wir, wie die Technologie von Citrix es Unternehmen ermöglicht, diesen revolutionären Wandel in einen Betriebs- und Wettbewerbsvorteil umzuwandeln.

Anrede\*  
 - Bitte wählen -  
 Vorname\*  
 Nachname\*  
 E-Mail\*  
 Telefon\*  
 Unternehmen\*  
 Straße / Hausnummer\*  
 PLZ / Ort\*  
 Jobtitel\*  
 - Bitte wählen -  
 Abteilung\*  
 - Bitte wählen -  
 Branche\*  
 - Bitte wählen -  
 Mitarbeiter\*  
 - Bitte wählen -  
 Umsatz\*  
 - Bitte wählen -  
 Land\*  
 - Bitte wählen -

Wie viele (Computer) Sitze haben Sie in Ihrem Unternehmen\*  
 1 - 99  
 100 - 499  
 500 - 1000  
 mehr als 1000

Erwillingungserklärung\*  
 Ich habe die Hinweise zum [Datenschutz](#) gelesen und erlaube in die Erhebung, Verarbeitung, Nutzung und Weitergabe meiner im Formular angegebenen Daten wie in der Datenschutzerklärung und nachstehend beschriebenen. Die im Formular angegebenen Daten werden im Netzwerk der Neuen Netzgesellschaft GmbH unter [https://www.nng.com](#) gespeichert und zum Zwecke



## Ebner Group: Angebot Generierung von Marketing Qualified Leads

### Reichweite

- 1,9 Mio. technik-affine **Business-Entscheider** in D-A-CH über News Channels, Business-Newsletter und Social Media
- Monatliche verkaufte Auflage von ca. 120.000 Exemplaren
- 22.000 professionelle Besucher von Weiterbildungsveranstaltungen



### Empfohlene Vorgehensweise für Erfolg:

- Integration von Whitepaper, Webcasts, Studien, Hintergrundartikeln in die **Internet World Business, Telecom Handel, Com! Professional, Dotnetpro** u.a. Publikationen der Neuen Mediengesellschaft Ulm (Print + Online + Newsletter)
- Bewerbung durch Anzeigen, Newsletter, Banner, Stand Alone Mailings und Telemarketing
- Mögliche Liefermenge
  - Abhängig von Whitelist (Account Based Marketing), Blacklist, Filter



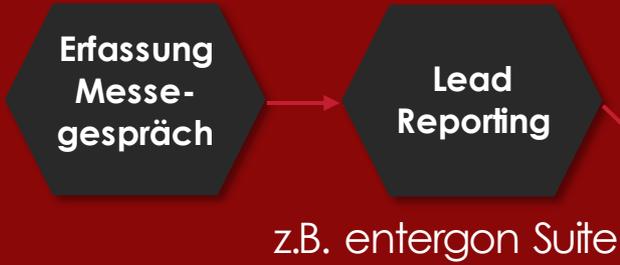
Leadgen



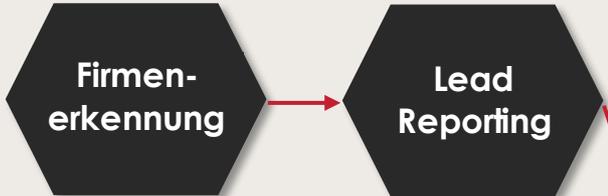
# Mögliche Prozesse für Prozessoptimierung & Umsatzsteigerung

## Integriertes Messe Lead Mgmt

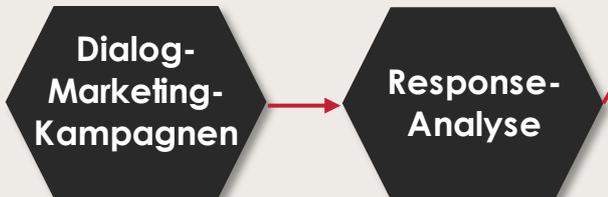
Schnelle & intuitive Leaderfassung und Verarbeitung auf Ihren Messeauftritten



## Identifizierung & Qualifizierung von B2B Webseitenbesucher

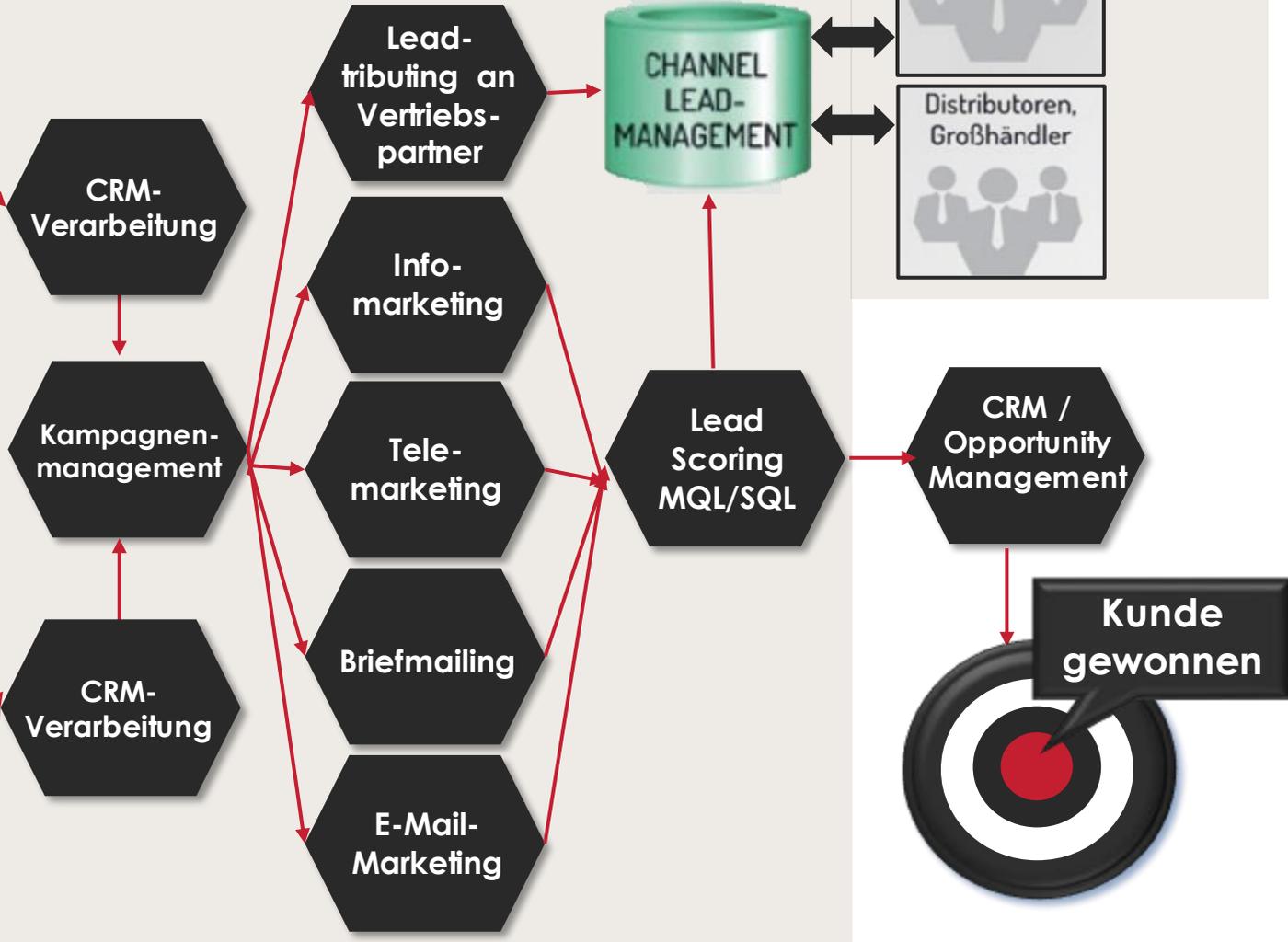


## Leadkamapgnen



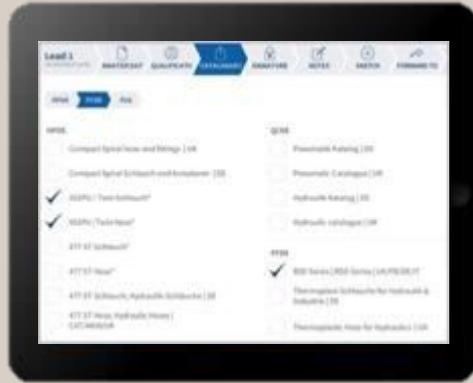
## Professionelles Lead Management

Automatisierung von Dialogmarketing-Prozessen





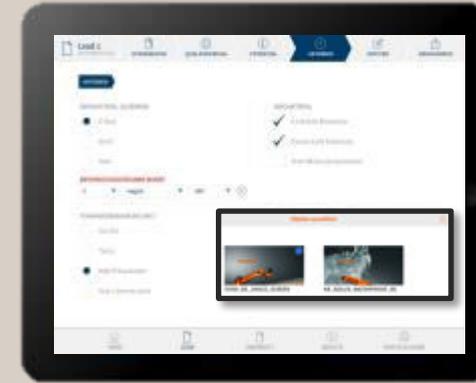
# entergon Suite | die integrierte App für Messen (und als mobiler Vertriebsarbeitsplatz)



Gesprächsinfos direkt mit der App erfassen



Präsentation mit der App e1.Mobile



Folgeaktionen und Folgeprozess direkt anstoßen!

## USP:

- Die **mobile Lead Management- bzw. CRM-Funktionalität** stellt dem Mitarbeiter die relevanten Kundendaten zur Verfügung und überträgt diese nach Ende des neuen Kundenkontakts zurück.
- **Präsentationsmedien** (Foliensätze, Videos, Animationen) und vertiefende **Produktinformationen** (Datenblätter, Preislisten) **sind jederzeit (auch offline) verfügbar.**



# entergon Suite | Integriertes Messelead-Management

## Plattformunabhängigkeit

- Native, MOBILE Applikation für iOS-, Windows, Android & Co
- Laptops, Desktops (PC & Mac)
- Konventionelle Papierlösung per Duplex-Scan und OCR-Erkennung



iOS

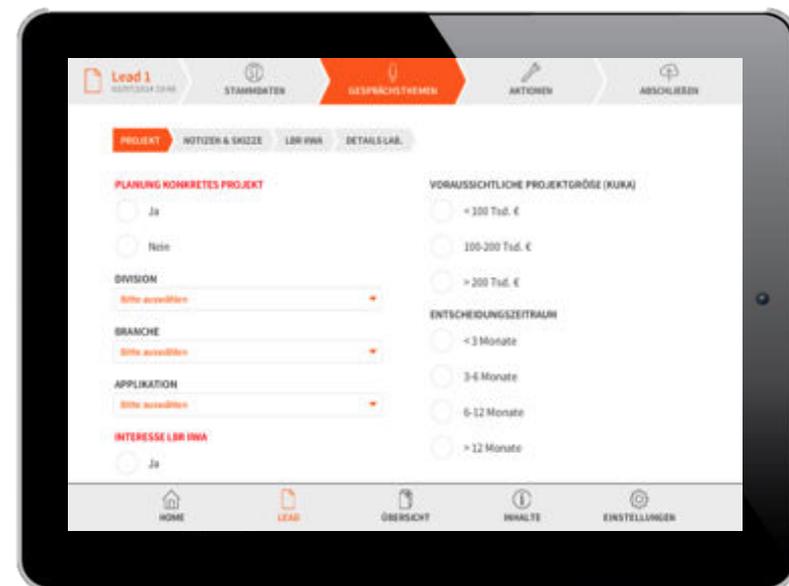
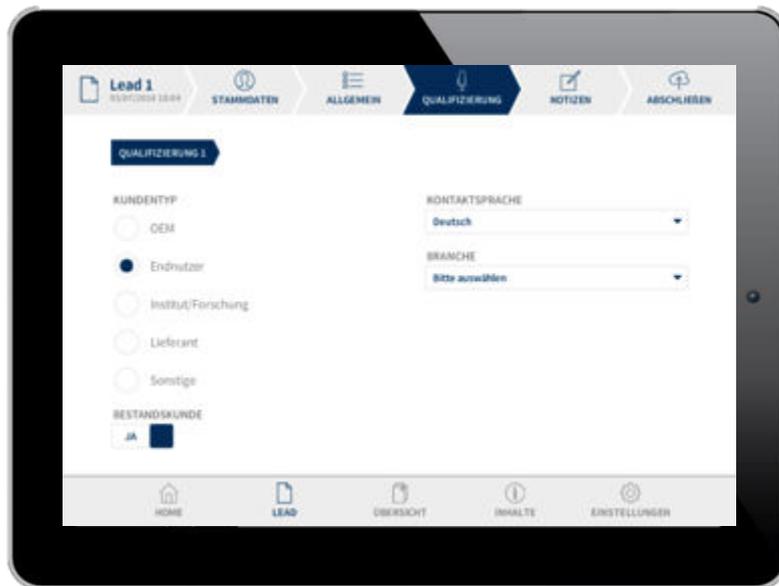




## entergon Suite | Flexibilität und intuitive Benutzerführung

### Flexible Anpassungen pro Messe (bzw. als Besuchsberichtsbogen)

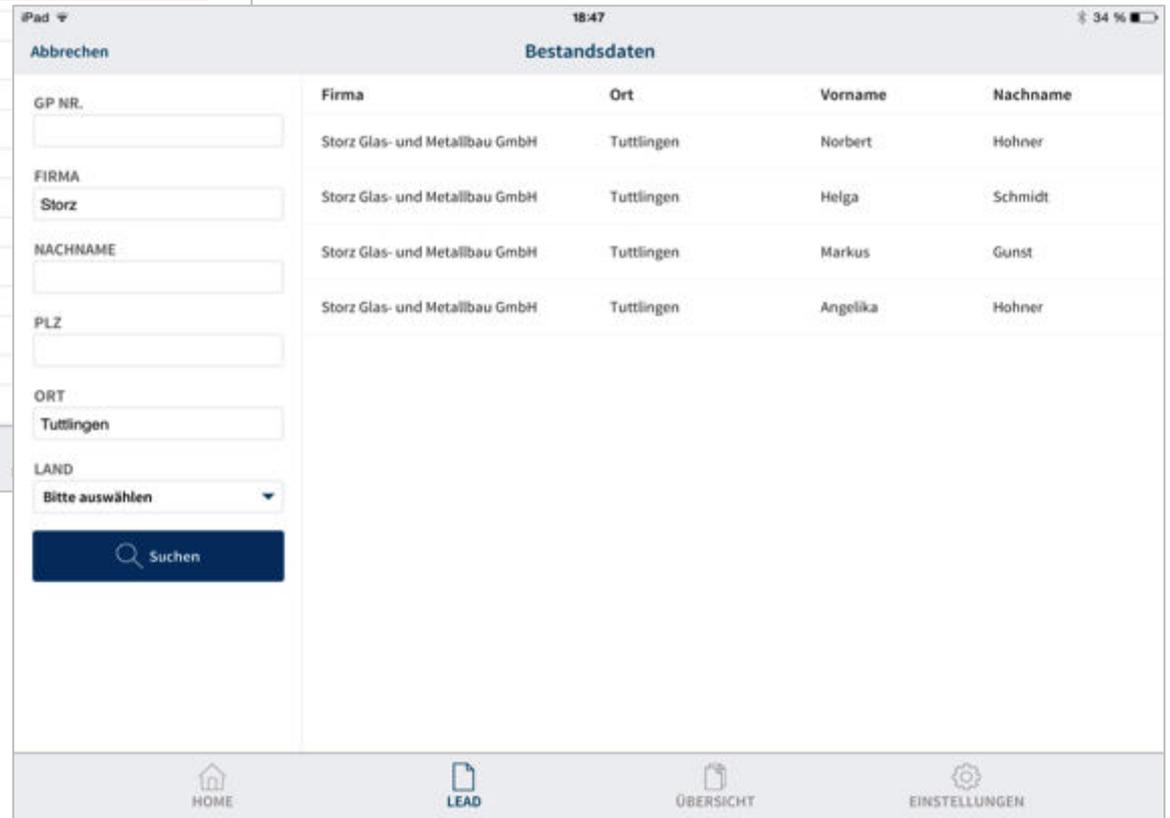
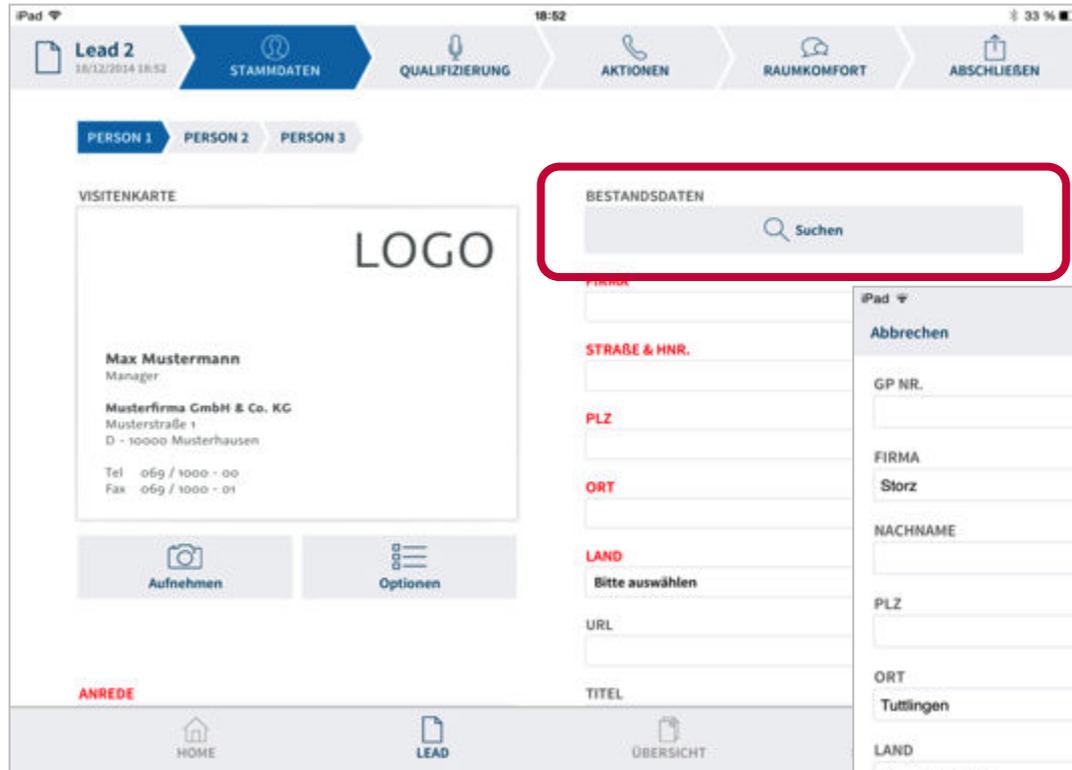
- Intuitive Benutzerführung; höchst positives Kunden-Feedback nach über 3.000 Messen und Veranstaltungen in drei Jahren
- Nutzung **mehrerer** individueller Fragebögen parallel möglich, alternative Einsatzmöglichkeiten (Leaderfassung, Umfragen, Service Tickets etc.)
- Anpassung aller visuellen Elemente in der App möglich: Logo, Cover-Bild, Farben, Icons, Texte, Kategorien, Seiten, Felder, Content etc.





# entergon Suite | Integration von CRM-Bestandsdaten in die App

Upload / Synchronisierung von unternehmensindividuellen Entitäten (Firmen, Personen, Besuche, installierte Basis etc.)

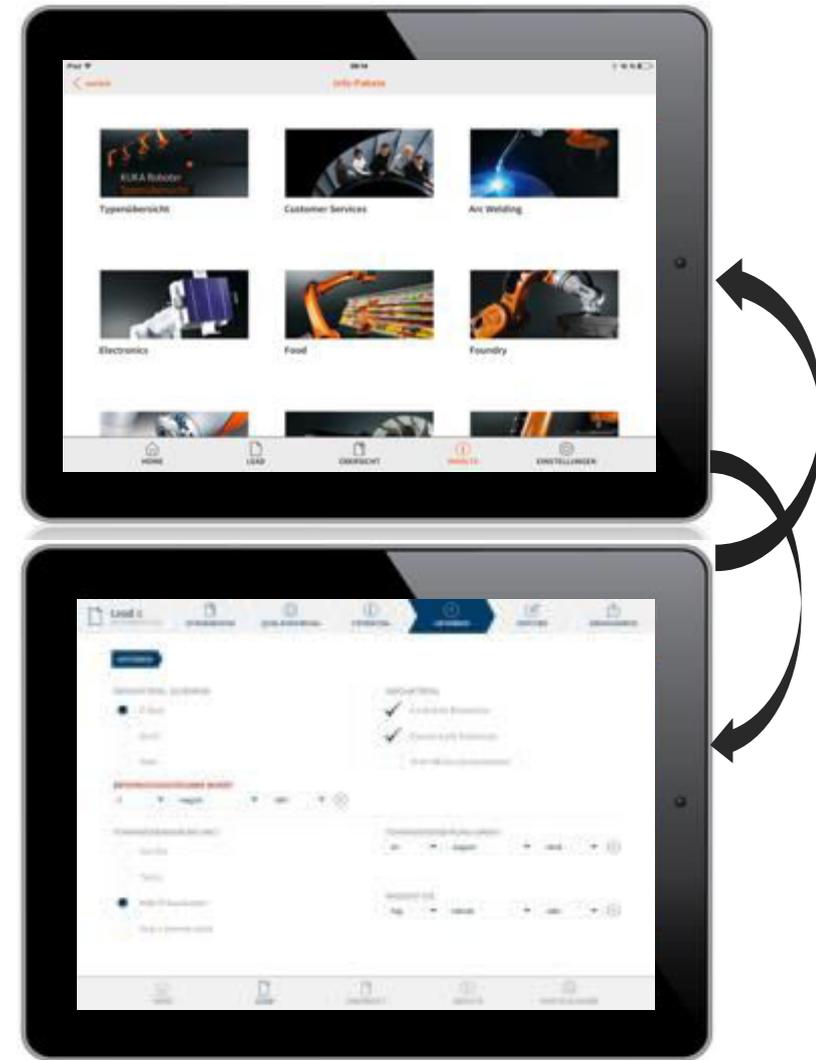


Individuelle Konfiguration der Suchfelder, Ergebnislistenfelder, Felder der Detailanzeige und der in den Fragebogen zu übernehmenden Felder



## Beispielprozess zwischen Präsentationsbereich <-> Gesprächserfassung

1. Aufruf des Content-Bereichs der App e1.Mobile
2. Produktpräsentation durch Abspielen passender Videos und Animationen
3. Wechsel über das Menü in der Fußzeile in die Gesprächserfassung
4. Ggf. Eingabe neuer (Visitenkartenscan) oder Auswahl vorhandener Kontaktdaten
5. Erfassen der Themen (Produkte, Termine, etc. )
6. Folgeaktionen vereinbaren und erfassen, wie nächster Termin, Marketingmaßnahmen  
optional: sofortige manuelle Info-Mail mit Anhängen
7. Notizen erfassen, Scribble, Foto
8. Via E-Mail Marketing Automation o.ä. E-Mail mit Gesprächsinhalten automatisiert an Kunden senden





# entergon Suite | Hochpersonalisierte Danke-E-Mails

Lead 1  
14/05/2014 21:53

MASTER DAT QUALIFICAT **CATALOGUES** SIGNATURE NOTES SKETCH FORWARD TO

HYGE FCGE FLG

HPDE

- Compact Spiral hose and fittings | UK
- Compact Spiral Schlauch und Armaturen | DE
- 692PU / Twin Schlauch\*
- 692PU /Twin Hose\*
- 477 ST Schlauch\*
- 477 ST Hose\*

QCDE

- Pneumatik Katalog |
- Pneumatic Catalogu
- Hydraulik Katalog | D
- Hydraulic catalogue

PFDE

- RSD Series | RSD Seri
- Thermoplast-Schlau
- Industrie | DE
- Thermoplastic Hose |



Sehr geehrter Herr Baier,

wir haben uns sehr über Ihren Besuch auf unserem Mes-

Um Ihren Anforderungen im Bereich der Antriebs- und St

Sie haben noch eine Frage zu unserer Produktvielfalt od



Path to

Deliver Service and integrate you

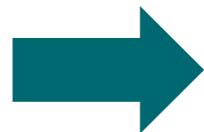
Ihre gewünschten Katalogunterlagen finden Sie anbei ur

- [Bladder Accumulators | DE](#)
- [Bladder Accumulators | UK](#)
- [Hydraulic Diaphragm Accumulator | UK](#)
- [LDC Cooling System | DE\\*](#)
- [LDC Cooling System | UK](#)
- [Intellinder | DE\\*](#)
- [Intellinder | UK](#)

18.04.2013 09:45

Liebe/r Besucher/in, vielen Dank für Ihren Besuch auf unserem Stand! Kostenloser Drink auf der Party heute Abend gefällig? Einfach SMS vorzeigen! Ihr entergon Team

## Danke-E-Mails / -SMS nach Messebesuch



# Danke!

CRM-expo  
FÜR IHREN BESUCH

Vielen Dank für Ihren Besuch auf der CRM Expo!

Sehr geehrte Frau Vektor,

wir bedanken uns für Ihren Besuch auf unserem Messestand bei der diesjährigen CRM-EXPO und für Ihr Interesse an unseren Produkten, Systemlösungen und Services. Was wir Herrn Baier vorzeigten, erhalten Sie unten für Ihren persönlichen Informationsbedarf.

Sie haben noch Fragen zu unseren Produkten oder Services? Ihr Ansprechpartner: Herr Baier (Info: +49 6175 9490120) oder email (info@entergon.de) gerufen

Bitte klicken Sie auf Ihre eigenen Verfügbarkeiten, wenn Sie auch zukünftig über unsere Unternehmen und unsere Produkte informiert z.B. per Email oder per E-Mail mit Wirkung für die Zukunft unterstützen.



**Ihr Ansprechpartner:**  
Martin Baier  
Tel: 06175 44 40 1 11  
Mobil: 0175-489 86 56  
E-Mail: martin.baier@entergon.de

BESTÄTIGEN

Nachfolgend finden Sie die von Ihnen angeforderten Informationen:

Herrn To: Messstand-Management AG  
Produktkatalog: e1 MOBILE  
Produktkatalog: e1 EMALING\*  
Whitepaper: CRM auf dem Weg zur Spitzenleistung\*  
Herrn To: Kostenvoranschlag

Alle mit \* gekennzeichneten Dokumente können jedoch nicht zum Download der Verfügung werden per Post versendet.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre E-Mail.

Mit freundlichen Grüßen  
entergon GmbH & Co. KG

**REVIEW VIDEO entergon @ CRM Expo**

Ich bin ein Blogger. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein Blogger. Seit 2008. Was mich zu einem Blogger, Blogger und mehr und die von dem Zusammenhang zwischen CRM und mehr per nicht sind gegeben.

Review Video anschauen

[f](#) [t](#) [v](#) [w](#)

Ihre Quick Wins mit e1 MOBILE

Ich bin ein Blogger. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein Blogger. Seit 2008. Was mich zu einem Blogger, Blogger und mehr und die von dem Zusammenhang zwischen CRM und mehr per nicht sind gegeben.

Special-Paper: Outlook mit e1 MOBILE

[f](#) [t](#) [v](#) [w](#)

KUKA

TEREX

item

AMGEN

Parker

software

Actavis

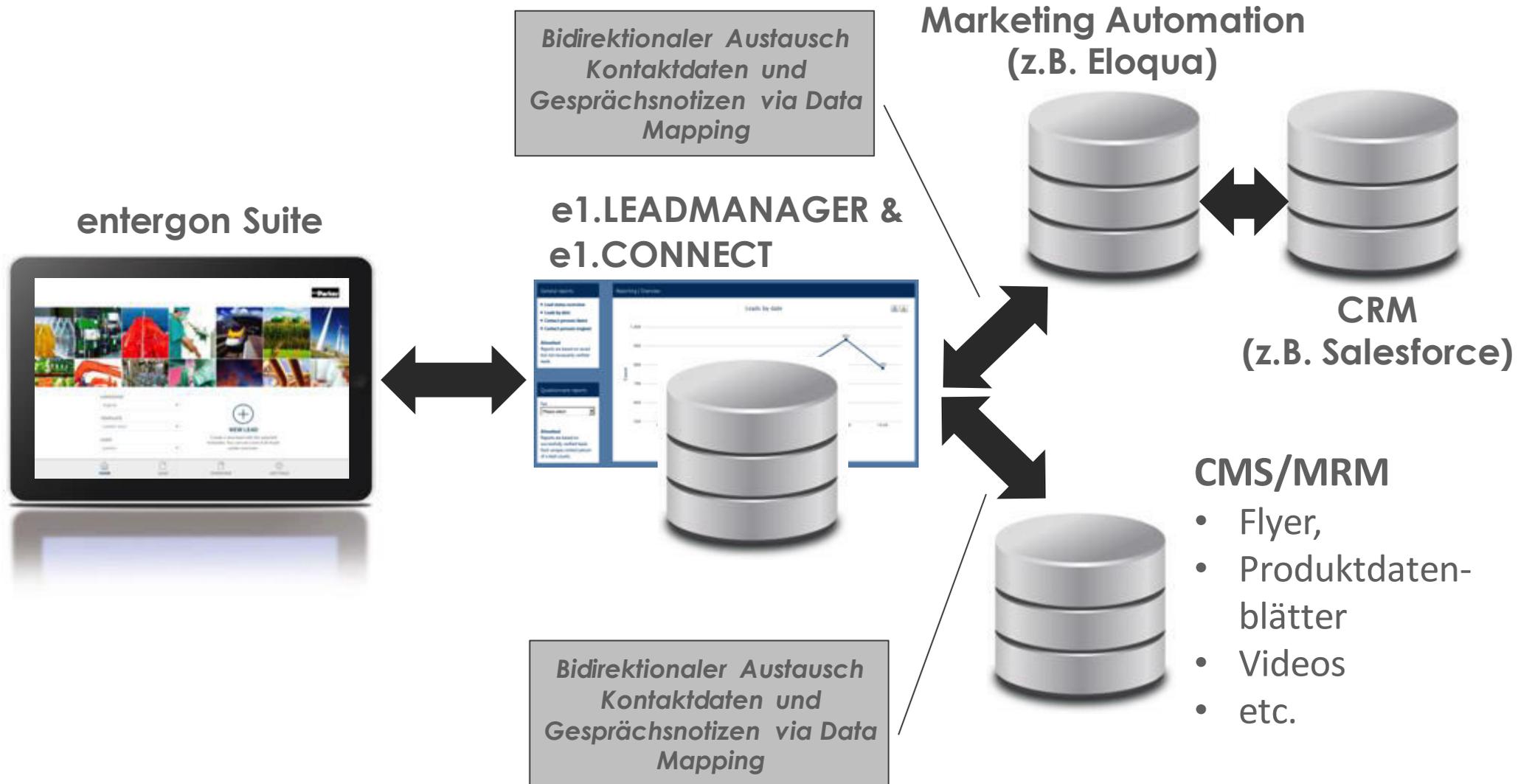
usu

**USECASES UND REFERENZEN**

Ich bin ein Blogger. Von Geburt an. Es hat lange gedauert, bis ich begriffen habe, was es bedeutet, ein Blogger. Seit 2008. Was mich zu einem Blogger, Blogger und mehr und die von dem Zusammenhang zwischen CRM und mehr per nicht sind gegeben.



# entergon Suite | Direkte Integration in CRM (inkl. Live-Mapping) und CMS





# entergon Suite | Integrierte mobile Leadmanagement-Lösung

## Real-time Datenmapping & Synchronisation mit CRM und Marketing Automation Lösungen

The screenshot displays two overlapping software interfaces. On the left is the 'entergon' CRM interface, showing a navigation menu on the left and a central form titled 'Messe Erfassung' for 'DWT GmbH'. The form includes fields for 'Kundentyp' (Endnutzer), 'Kontaktsprache' (Deutsch), 'Branche' (Bauzulieferer), and 'Entscheidungszeitraum' (< 3 Monate). On the right is the 'Microsoft Dynamics CRM' interface, showing a record for 'Lead 165 | Bau 2013 | Demobogen 1'. This record is linked to the company 'item Industrietechnik GmbH' and the contact 'Uwe Gebhardt'. The Dynamics CRM interface shows various tabs like 'Allgemein', 'Personendaten', and 'Kontaktinformationen'.

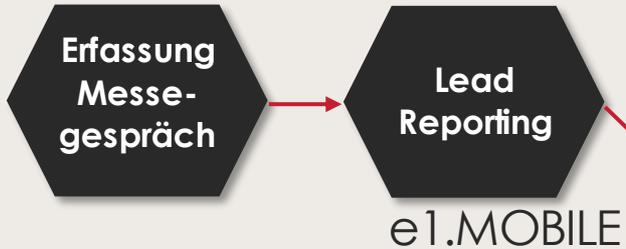




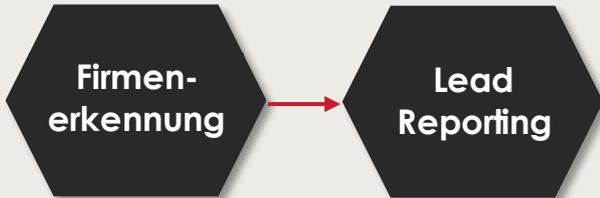
# leadtributor | Erfolgreiches Opportunity Management mit Vertriebspartner

## Integriertes Messe Lead Mgmt

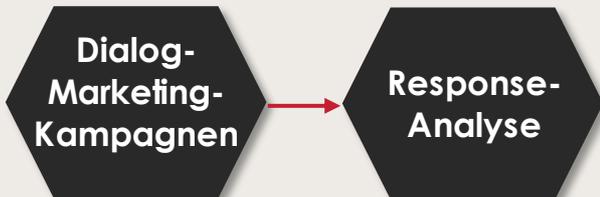
Schnelle & intuitive Leaderfassung und Verarbeitung auf Ihren Messeauftritten



## Identifizierung & Qualifizierung von B2B Webseitenbesucher

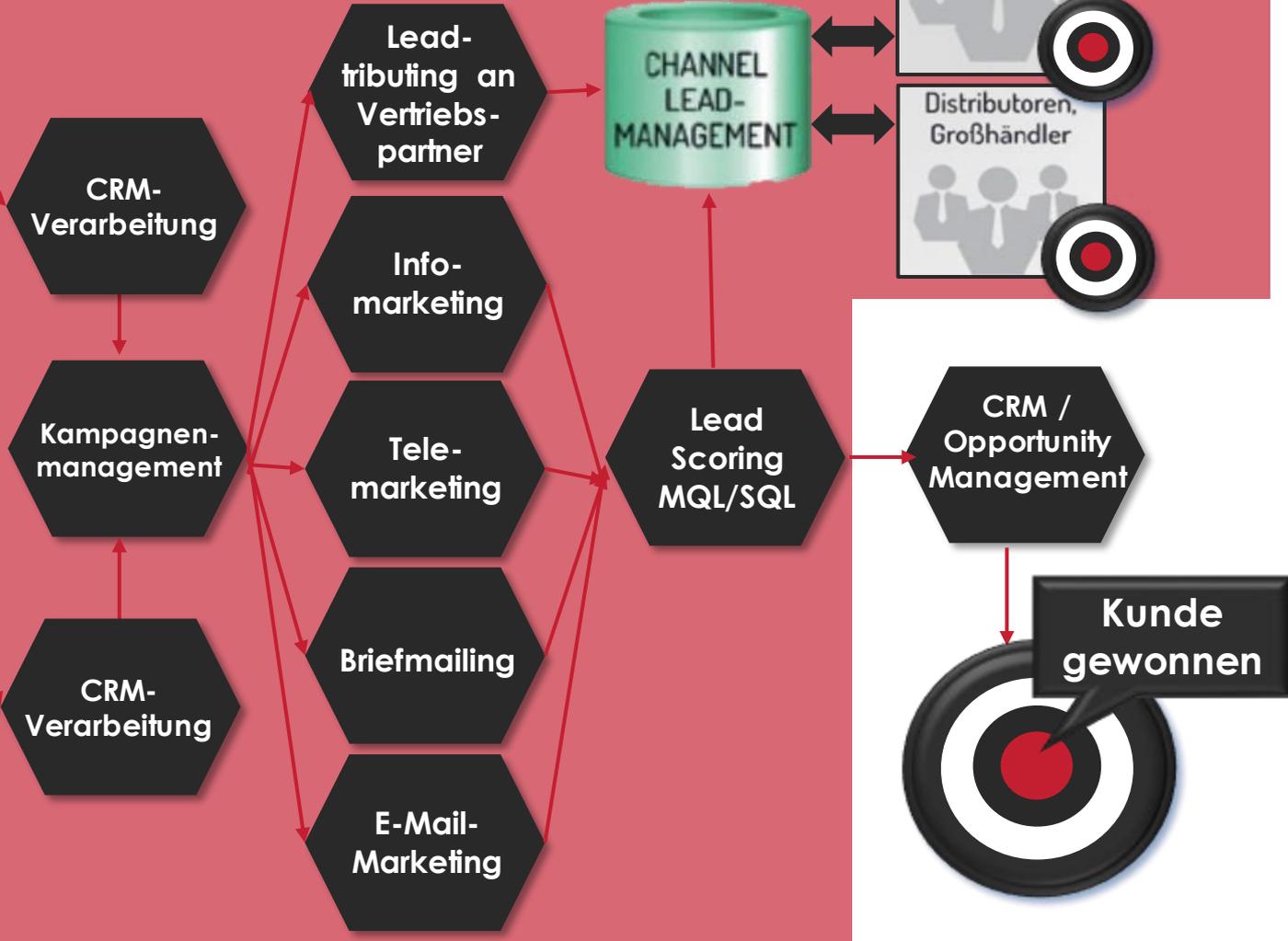


## Leadkamapgnen



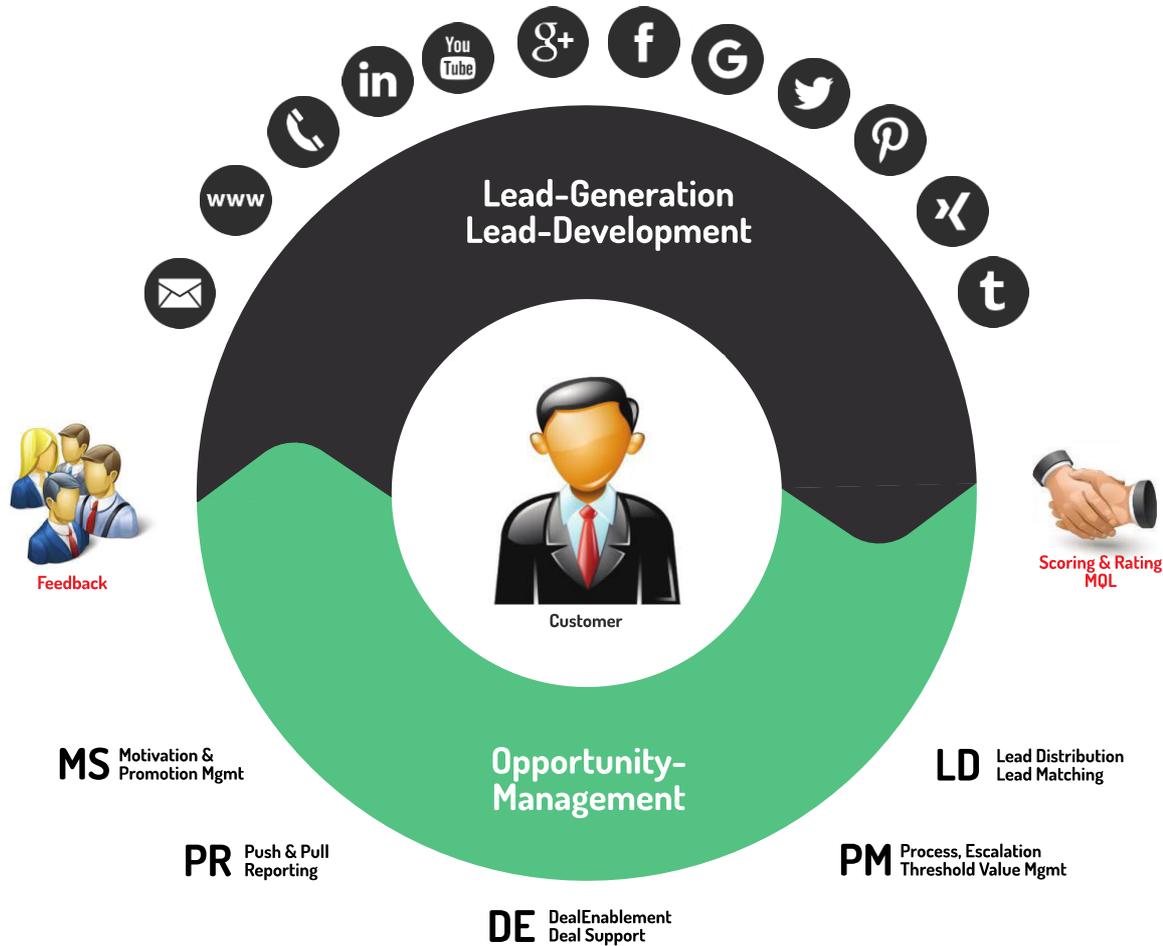
## Professionelles Lead Management

Automatisierung von Dialogmarketing-Prozessen





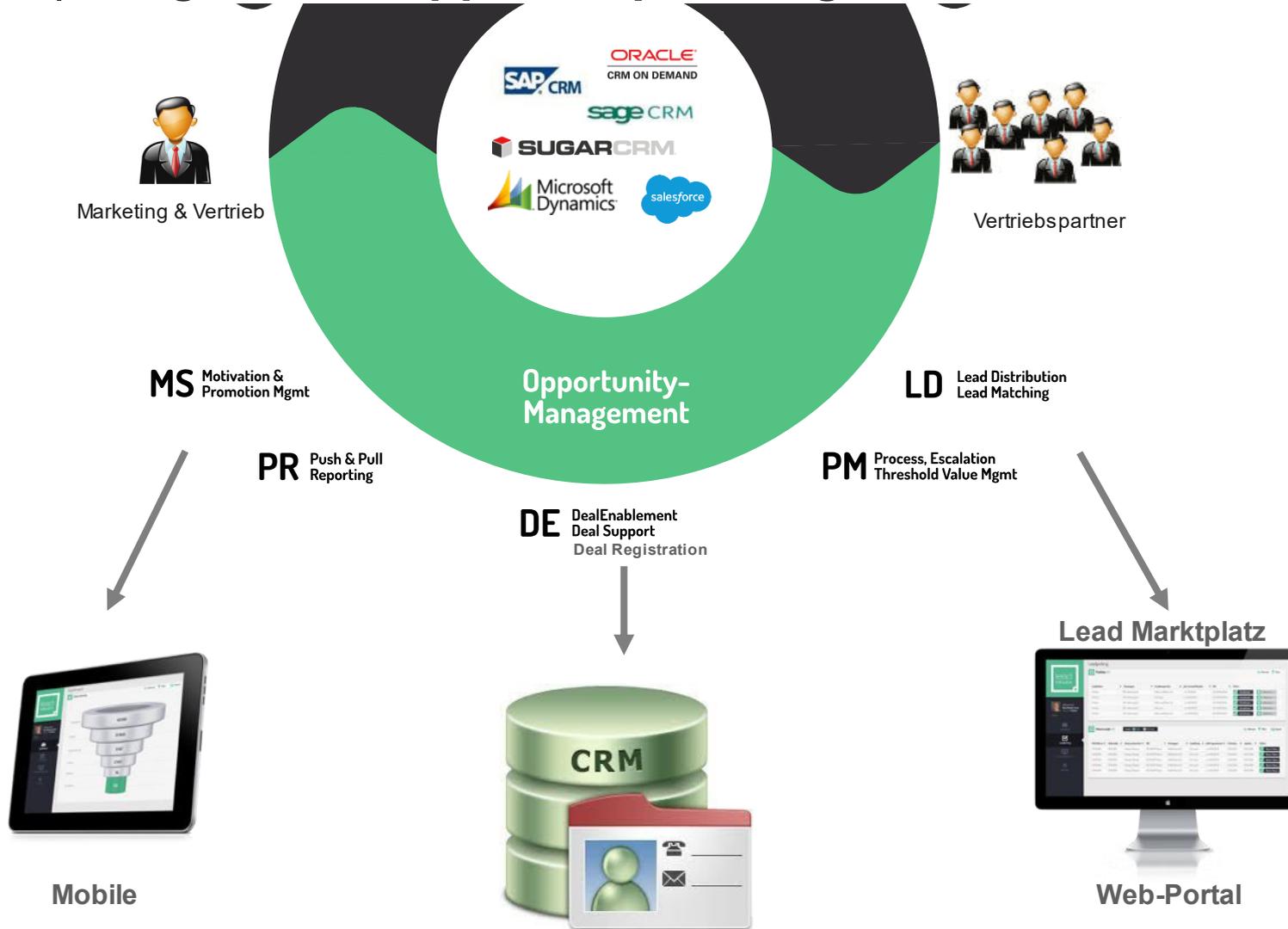
# leadtributor | Erfolgreiches Opportunity Management mit Vertriebspartner



... in Zusammenarbeit mit dem Partnerunternehmen  **leadtributor**



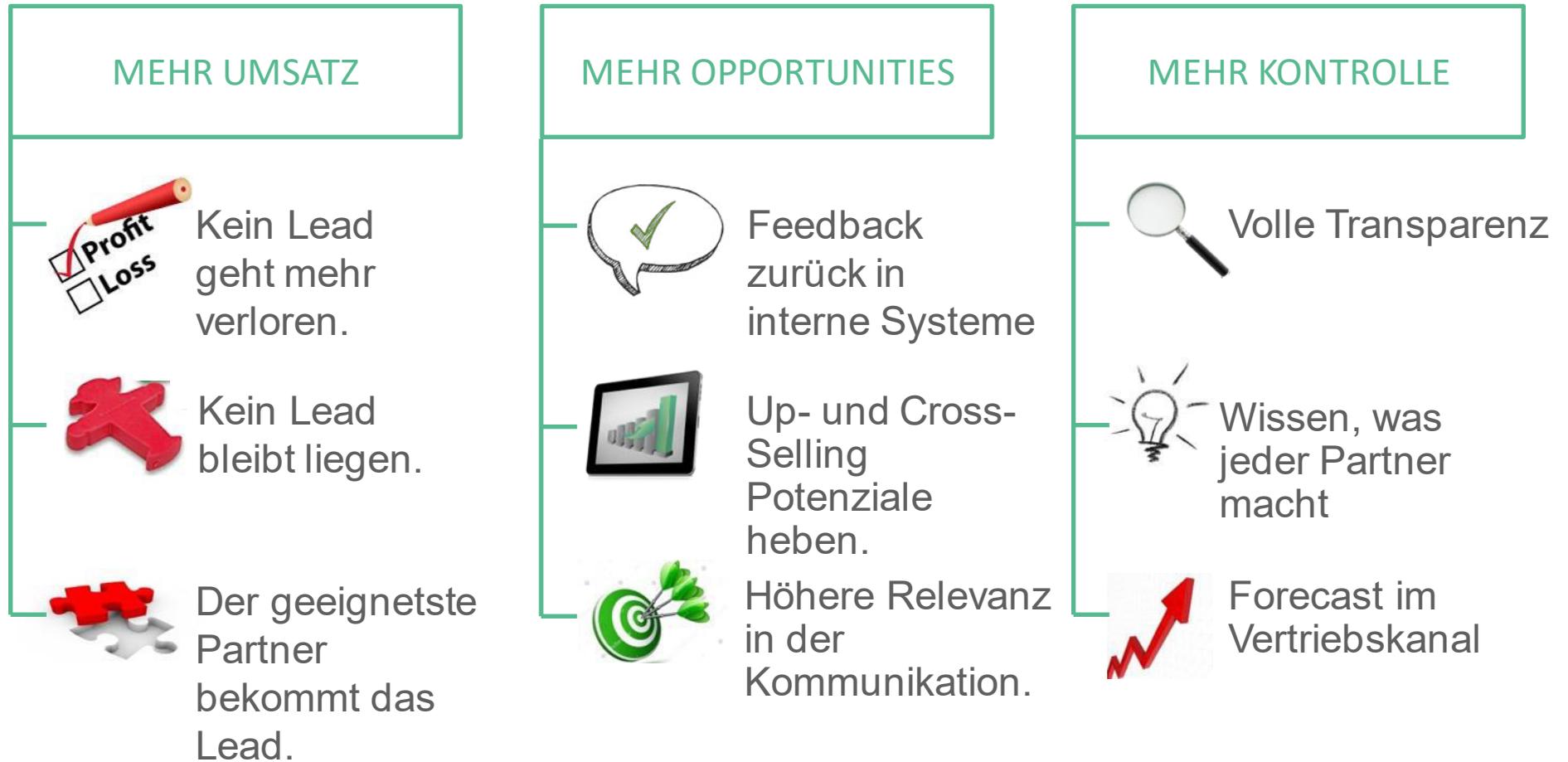
# leadtributor | Erfolgreiches Opportunity Management mit Vertriebspartner



... in Zusammenarbeit mit dem Partnerunternehmen  **leadtributor**



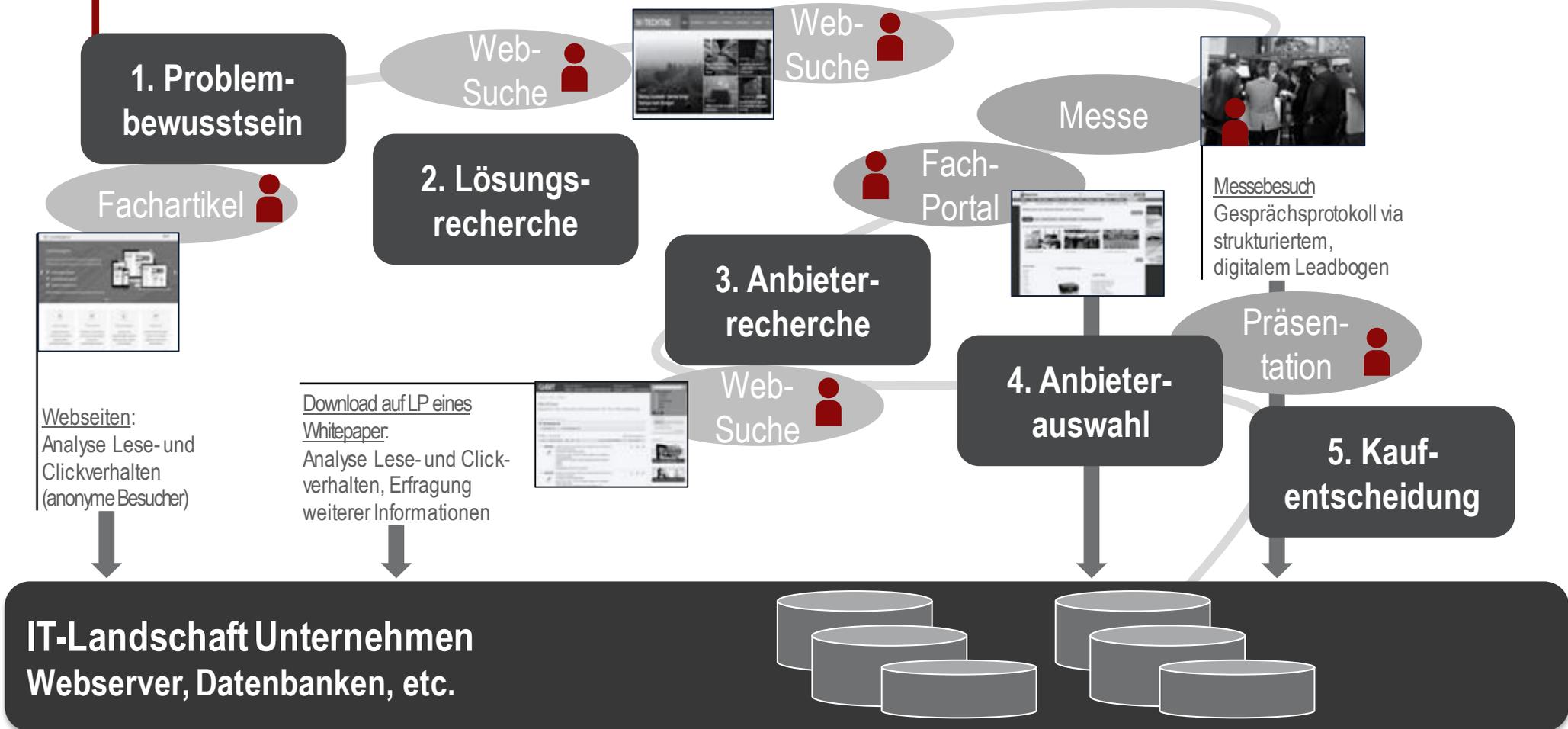
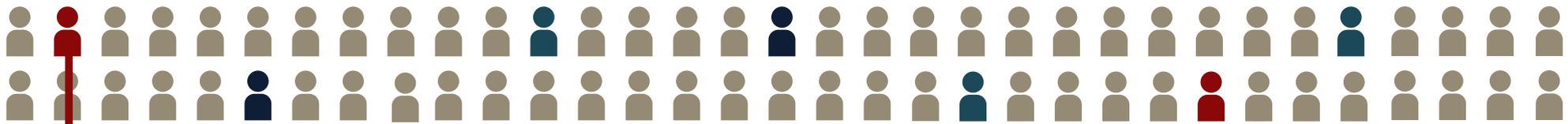
# leadtributor | Erfolgreiches Opportunity Management mit Vertriebspartner



... in Zusammenarbeit mit dem Partnerunternehmen  **leadtributor**

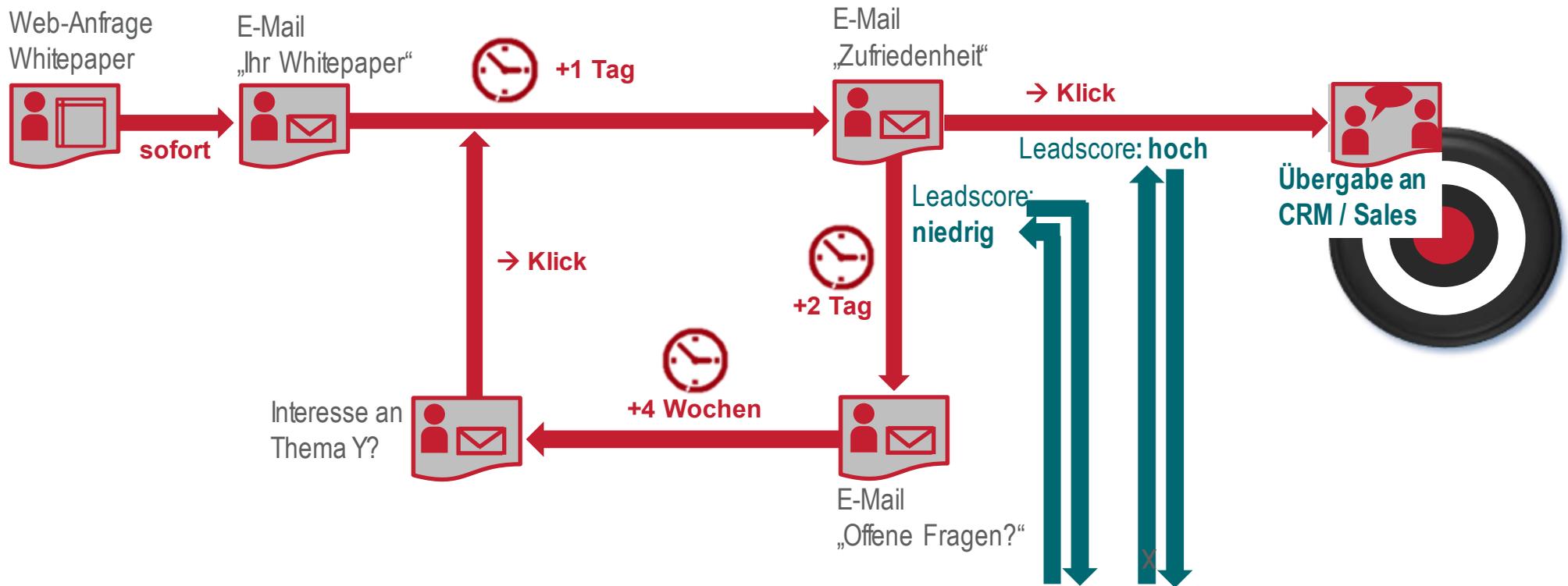


# Ist-Situation 2020: Der Customer Journey

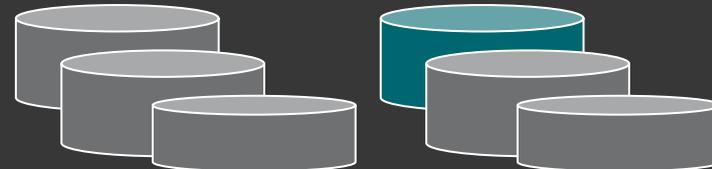




# Customer Journey – Lead Nurturing Prozess nach Whitepaper Download (Bsp.)

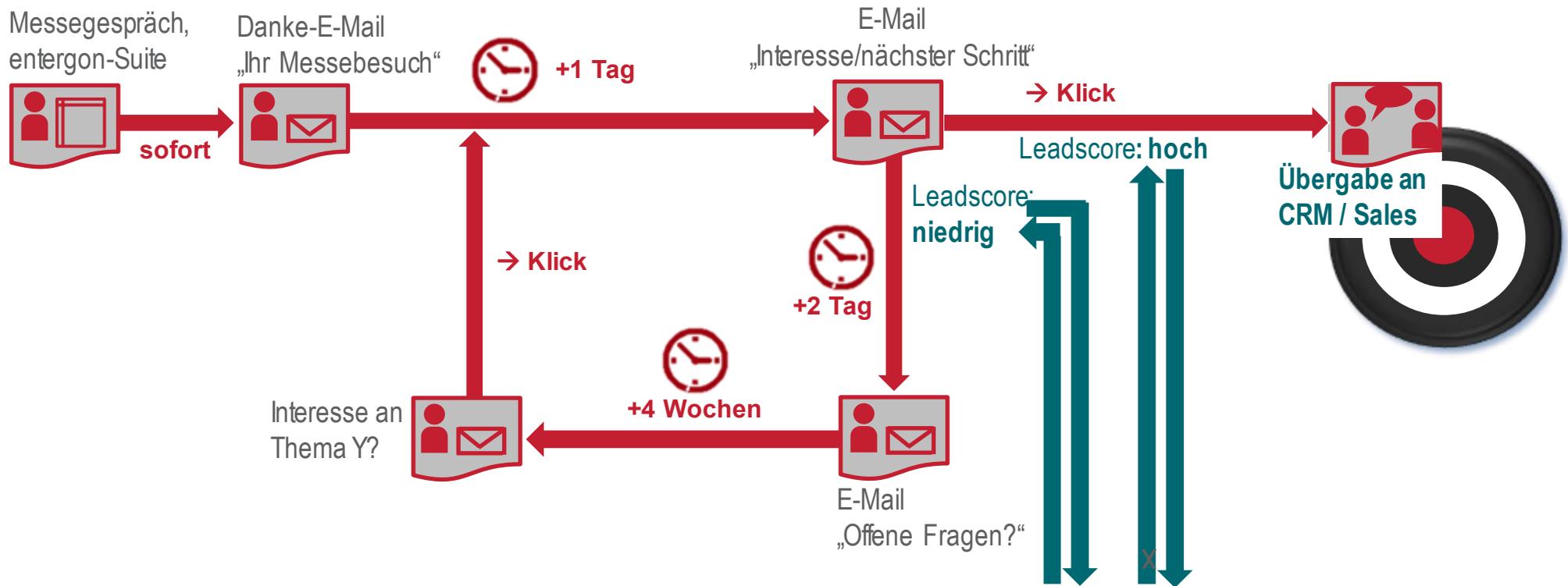
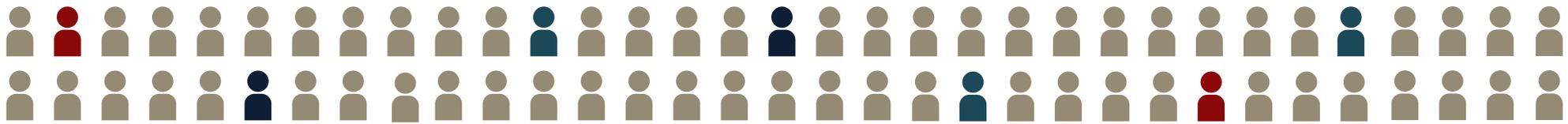


IT-Landschaft Unternehmen  
Webserver, Datenbanken, etc.

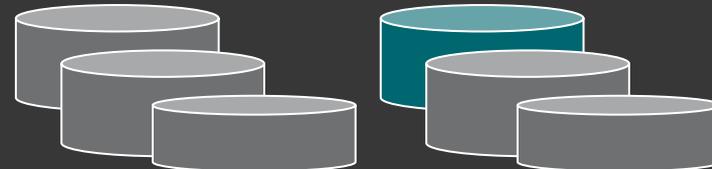




# Customer Journey – Lead Nurturing Prozess nach Messebesuch (Bsp.)



**IT-Landschaft Unternehmen**  
Webserver, Datenbanken, etc.





## 5 konkrete Angebote für Ihr Unternehmen:

- @ Leadmanagement/Marketing Automation, Analyse Prozesse :  
4-wöchige Analyse der vorhandenen Touchpoints, der dort generierten Leads/Interessenten und abgeleitete erste Vorschläge
- @ Leadmanagement, Umsetzung: 4-wöchiger Sprint zu ausgewählten, verbesserten Leadmanagement Prozessen
- @ Content Marketing: 3 Tage Workshop Content-Marketing Strategie
- @ Leadgenerierung: Gemeinsame Planung Leadkampagnen, Auswahl externer Daten u. Dienstleister
- @ Messeleaderfassung: Digitale Messeleaderfassung implementieren



Thielmann Consulting

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!



# Thielmann Consulting



**Thielmann Consulting - Lutz Thielmann**

Marketing- und Vertriebsdienstleistungen

Tel. +49 173 835 9775

[lct@thielmann-consulting.de](mailto:lct@thielmann-consulting.de)

<http://www.thielmann-consulting.de>