

Marketingautomatisierung Käufercheckliste

Möchten Sie in Marketingautomatisierungstechnologie investieren, wissen aber nicht genau, wo anfangen?

Sie werden mehr brauchen als einen simplen Funktionsvergleich, um die richtige Entscheidung für Ihr Unternehmen zu treffen. Ihre Auswahl sollte auf Grund Ihrer eigenen Geschäftsprozesse, verfügbarer Ressourcen, Unternehmensziele und Budget, um nur einige Punkte zu nennen, getroffen werden. Sie sollten außerdem sicherstellen, dass sich die Marketingautomatisierung leicht in das CRM und andere wichtige Technologien, die Sie nutzen, integrieren lässt.

Wir haben ein paar wichtige Dinge, die Sie bei Ihrer Entscheidung beachten sollten, aufgelistet:

ENTSCHEIDENDE ÜBERLEGUNGEN

- Ihre Ziele.** Kann die Plattform Ihnen dabei helfen, von A nach B zu kommen? Und dann nach C?
- Geschwindigkeit.** Wie schnell können Sie vom Anfang zum eigentlichen Wert kommen?
- Handhabung.** Ist die Plattform intuitiv und leicht zu bedienen?
- Versteckte Kosten.** Was wird die strategische Planung und Umsetzung kosten?
- Wie schwierig wird sich die Integration gestalten?** Ist sie systemeigen oder eine API? Oder ist sie entwicklungsintensiv? Wird es mehr als einen Tag dauern? Eine Woche?
- Werden die Daten automatisch** zwischen den beiden Systemen synchronisiert, oder muss dies manuell geschehen?
- Macht das Einführungsprogramm des Verkäufers** einen angemessenen Eindruck für Ihr Team? Bekommen Sie ein spezialisiertes Team zur Unterstützung?
- Wie viel Support** ist inbegriffen und für wie lange? Was passiert, wenn er endet?
- Verfügt die Plattform über** systemeigene Einbindungen in Microsoft Power BI, Cisco, WebEx, Litmus und viele andere Marketingtools?
- Unterstützt die Plattform** Account-Based-Marketing (ABM)-Taktiken wie Account Scoring?
- Unterstützt die Plattform** Kontoprofile, die ein Roll-Up aller Partizipationsdaten der Kontaktebenen durchführen können?
- Ihre Ressourcen.** Manche Plattformen erfordern eine speziell für sie vorgesehene Vollzeitressource, damit sie laufen.
- Ihr Zugang zur IT.** Manche Plattformen benötigen fortlaufende Aufmerksamkeit von der IT-Abteilung oder anderen Entwicklungsressourcen.

Marketingautomatisierungstechnologie kann Ihnen helfen:

