

Umfängliches Kundenmanagement dank abteilungsübergreifendem System - mit factory42

MID
the modeling company

Branche:
Hightech & Software

Kerngeschäft:
Entwicklung von Modellierungswerkzeugen für Geschäftsprozesse, Software und Datenbanken, Beratung und Consulting, Akademie

Standort:
Nürnberg

Durch die Implementierung des Salesforce CRM und der integrierten neuen Marketing-Instanz HubSpot sind kundenbezogene Aktivitäten nun abteilungsübergreifend

sicht- und nachvollziehbar. Über die Marketing-Plattform HubSpot können außerdem umfassende Marketing-Aktivitäten durchgeführt und gemessen werden.

The screenshot shows a newsletter sign-up form with the following elements:

- Logos for MID (the modeling company) and smartfacts (The Model Warehouse).
- Section: **Jetzt gratis Newsletter anfordern!**
- Bullets:
 - Jeden Monat: Tipps und wertvolle Neuigkeiten zu Innovator, smartfacts und unseren Services
 - Viele exklusive Gratis-Downloads: Poster, Whitepaper, ...
 - Rabattaktionen und tolle Gewinnspiele
 - Völlig kostenlos, unverbindlich und jederzeit bequem abbestellbar
- Section: **Jetzt anmelden und profitieren!**
- Form fields:
 - Anrede* (dropdown menu)
 - Vorname* (text input)
 - Nachname* (text input)
 - Email* (text input)
- Section: **Anmeldung***
- Checkbox: Ja, ich möchte über Neuigkeiten informiert werden
- Red button: **Anmelden**

„Das Projekt mit factory42 lief schnell, reibungslos und unkompliziert ab. Die schnelle und sofortige Umsetzung hat uns gefallen.

Auch die kurzen Wege und der direkte Kontakt war von Vorteil und hat das Projekt schnell voran getrieben. Durch die Umsetzung der Arbeitsschritte und Workflows von factory42 direkt in unserem Backend, wurde uns viele Gedankengänge erspart und evtl. auftretende Fehler konnten vermieden werden. Wir waren sehr zufrieden.

Technisch gesehen hat das Training durch factory42 alle Erwartungen erfüllt, bei einigen Teilnehmern vielleicht sogar mehr als im Vorfeld gedacht. Inhaltlich hat es einen vollständigen Eindruck hinterlassen.

Durch das Erläutern der Grundbegriffe rund um das Inbound Marketing konnten auch die nicht „Marketingmenschen“ relativ schnell in das Thema einsteigen. Das Training hat einen guten Überblick über die Funktionen von HubSpot gegeben, auf die sich jetzt aufbauen lässt.“

Ilka Plail, Marketing-Manager, MID GmbH

Nahtlose, abteilungsübergreifende Prozesse und eine einheitliche Sicht auf die Kunden sind nicht möglich

Das Nürnberger Software- und Beratungshaus wollte seine Geschäftspotenziale besser nutzen. Vertrieb, Marketing und Service waren nicht optimal integriert, im Unternehmen wurden diverse Tools zur Kundenverarbeitung genutzt und es existierte kein einheitliches Kundenbild. Eine effiziente und erfolgreiche Zusammenarbeit war so nicht möglich.

Zusätzlich zu der allgemeinen Situation sollte ein neu entwickeltes Produkt – smartfacts – ins Portfolio aufgenommen und gelauncht werden. Ein weiterer Grund, das alte System zu überdenken und nach Lösungen zu suchen, die eine reibungslose und abteilungsübergreifende Produkteinführung erfolgreich gewährleisten könnten.

Eine übersichtliche Lösung muss her!

MID entscheidet sich für Salesforce.com. Parallel zur Einführung der CRM Plattform wird außerdem eine HubSpot-Instanz für die Marketing-Aktivitäten des Unternehmens erworben und zunächst rudimentär mit Salesforce integriert, eine Test-Landingpage und weitere kleine Elemente erstellt. Funktionale Verzahnungen werden zunächst nicht hergestellt.

Aber die Plattform muss auch laufen...

factory42 wird als Implementierungspartner mit dem Setup und der Integration der HubSpot Instanz betraut.

Das von der Marketing Abteilung vorgegebene Ziel war hierbei zunächst eine 360° Sicht über den Kundenstamm zu erhalten, dieses Bild dann beständig mit weiteren Informationen anzureichern, die gewonnenen Erkenntnisse weiter in die Online-Marketing-Aktivitäten einfließen lassen zu können und diese entsprechend auszusteuern. Die Ziele bezogen sich zum einen auf das Unternehmen MID und die allgemeinen Marketing-Aktivitäten sowie speziell auf das neue Produkt „smartfacts“.

7 Schritte bis zur Zielerreichung

factory42 identifizierte 7 Arbeitsschritte, die zur Erreichung der Ziel umgesetzt werden sollten:

- Einrichtung des Subscription Managements für MID
- Erstellung von Landingpages
- Erstellung von Formularen (auch zur externen Einbindung auf der Homepage von MID)
- Erstellung von E-Mails zum Follow-Up
- Mehrstufiges, automatisiertes Lead-Nurturing zu angebotenen Downloads (Komplexe Workflows inkl. Salesforce Tasks und Kampagnen)
- Integration zwischen HubSpot und Salesforce
- Abschließend wurde das MID-Marketing Team intensiv auf das neue System geschult

Technische Umsetzung kombiniert mit strategischer Unterstützung

factory42 führte nicht nur die konkrete und technische Umsetzung der oben genannten Punkte durch, sondern brachte des Weiteren strategische Unterstützung zur Konzeptionierung des Subscription Management und weitere Best Practices hinsichtlich Landingpage Optimierung und Workflow-Management ein, so dass eine reibungslose Automatisierung gewährleistet werden kann.

Zusätzlich zur Integration mit Salesforce wurde im nächsten Schritt eine Anbindung der Event-Veranstaltungslösung Eventbrite vorgenommen. Mit der Integrationstool Zapier ist es dem Marketing Team von MID nun möglich, Events in Eventbrite zu verwalten und die Teilnehmer automatisiert sowohl in HubSpot als auch Salesforce weiterzuentwickeln.

Volle Übersicht und ein optimiertes Marketing

Durch die Implementierung des Salesforce CRM und der integrierten neuen Marketing-Instanz HubSpot sind kundenbezogene Aktivitäten nun abteilungsübergreifend sicht- und nachvollziehbar. Über die Marketing-Plattform HubSpot können außerdem umfassende Marketing-Aktivitäten durchgeführt und gemessen werden.

Über die factory42

factory 42 – CRM und Digitales Marketing

factory42 ist ein international tätiger Spezialist für CRM (Customer Relationship Management) und Digitales Marketing mit Büros in München, Berlin und Düsseldorf.

factory42 hilft Unternehmen durch Beratung, Einführung und Betrieb von Cloud Technologien basierend auf Salesforce alle kundenorientierten Prozesse in Marketing, Vertrieb und Service zu optimieren und ihre Geschäftsziele schneller zu erreichen.

Als Salesforce Partner entwickeln wir Cloud Lösungen auf Basis der Plattform und realisieren internationale Projekte für den Mittelstand und viele bekannte Marken. Dazu haben wir eine pragmatische Methodik und einen prozessorientierten Beratungsansatz entwickelt, der die Geschäftsziele unserer Kunden im Fokus hat.

Wir unterstützen Sie bei der digitalen Transformation Ihres Unternehmens



**Sie möchten mehr zum Thema erfahren?
Kontaktieren Sie einen unserer Experten**



HubSpot
Susanne Itani
Digital Marketing Consultant



Michael Frohn
Geschäftsführer