



2-Tages-Seminar:

Marketing Automation – Marketing-Prozesse und Lead-Entwicklung automatisieren und optimieren

Data Driven Marketing: Erfahren Sie in nur 2 Tagen, wie Sie durch datengetriebenes Marketing, Big Data und automatisierte Marketing-Prozesse Ihren potentiellen Kunden individuelle und personalisierte Angebote unterbreiten können, das volle Potenzial der Lead-Generierung nutzen und den Customer Lifecycle deutlich verbessern.

Seminarbeschreibung

Die Marketingabteilungen in B2B- und B2C-Unternehmen stehen im Zuge der Digitalisierung und der rasanten Entwicklung von Internet und Social Media vor großen Herausforderungen. Von den Marketingabteilungen – ganz gleich, ob B2B oder B2C – wird erwartet, dass sie potenzielle Kunden individuell und personalisiert ansprechen, qualifizierte Kontakte (Leads) generieren und dabei den Customer Lifecycle und Customer Value immer im Auge behalten.

An diesem Punkt können verschiedene Automatisierungstechniken und entsprechende Marketing Automation Tools die Arbeit der Marketingabteilungen unterstützen. Es geht darum, Interessenten automatisiert und individuell anzusprechen, Kampagnen und Prozesse für die Kontaktgenerierung und -qualifizierung zu entwickeln, Nutzer-Profile anzureichern, Content nutzerabhängig z.B. auf Webseiten oder Landing Pages auszusteuern und Interessenten automatisiert an den Vertrieb und das CRM-System zu übergeben

Die Basis für erfolgreiche Marketing Automation ist das Wissen um die Bedürfnisse und Herausforderungen der eigenen Kunden und Interessenten, die Erstellung von relevantem Content, die Nutzung der passenden Touchpoints und entsprechende Prozesse bzw. Kampagnen.

In unserem 2-Tages-Seminar erhalten Sie neben umfangreichen Einblicken in die strategische und konzeptionelle Planung von Marketing Automation auch viele Tipps und Tricks aus der Praxis für die operative Umsetzung.

Seminarziele

- Sie kennen Ihre Zielgruppen und wissen, worauf es bei der Erstellung von Nutzer-Profilen ankommt, um damit die Basis für die erfolgreiche Automatisierung Ihrer Marketingprozesse zu legen.
- Sie kennen die Touchpoints, an denen Sie Interessenten und Bestandskunden antreffen und wie sie diese dort ansprechen können.
- Sie können die Content-Bausteine, die Sie für Ihre Marketing-Prozesse benötigen, entwickeln und bewerten und wissen, wie Sie diese für Ihre Zielgruppen zielgerichtet adaptieren können.
- Sie sind in der Lage, automatisierte Prozesse im Marketing zu entwickeln und aufzubauen sowie fortlaufend zu messen und zu optimieren.
- Sie wissen außerdem, wie Sie Ihre Daten, Profile und Interessenten in der Marketing Automation qualifizieren und bewerten.

Seminarinhalte – Agenda

Einführung in die Grundlagen der Marketing Automation

- Veränderung der Kundenansprache durch das Internet und die Digitalisierung
- Möglichkeiten und Einsatzbereiche moderner Marketing-Automation-Tools und -Plattformen

Der IST-Zustand: klassische Marketing- und Kommunikationsmodelle

- Firmenwebseiten und Online Marketing
- Umgang mit Nutzern, Interessenten und Kunden (Lead-Bearbeitung)
- Rollen und Zuständigkeiten

Moderne Marketing- und Lead-Generierung mit der Wasserloch-Strategie®

- Interessenten anziehen mit Inbound Marketing
- Wunschkunden-konformes Outbound Marketing
- Kombination von Inbound und Outbound Marketing

Ziele und Herausforderungen: eine Bestandsaufnahme

- Marketingprozesse und Lead-Generierung
- Vertriebsmodelle und -strukturen

Strategie und operative Umsetzung

- Wunschkunden-Profilierung mit dem Buyer-Persona-Konzept nach dem limbischen Modell
- Das Suchverhalten von Interessenten
- Die Bedeutung von relevantem Content für Marketing Automation und Lead Management
 - Die Bewertung bestehender Content-Bausteine für automatisierte Marketing-Prozesse
 - Content-Konzeption nach dem limbischen Modell
 - Content-Formate in automatisierten Marketing-Prozessen
- Generierung von Interessenten
 - Kanäle, Touchpoints und Plattformen
 - Aktive Ansprache mit Outbound Marketing
 - Von potenziellen Kunden mit der Wasserloch-Strategie® gefunden werden
 - Konvertierung von Interessenten: Handlungsaufforderungen und Landing Pages
- Interessenten entwickeln
 - Interessenten automatisiert und individuell bis zur Kauf- bzw. Vertriebsreife entwickeln
 - Automatisierte Marketing-Prozesse entwickeln
 - Interessenten mit Lead-Scoring-Modellen bewerten
 - Profilanreicherung mit „Progressive Profiling“
- Übergabe der Interessenten vom Marketing an den Vertrieb

Messen und optimieren

Aufbau eines Marketing Automation Controlling

Best Practices

An eigenen Fallbeispielen wird das Gelernte in die Praxis umgesetzt.

Trainer

Norbert Schuster



Norbert Schuster ist gelernter Elektroniker, arbeitet als Strategieberater für die Digitalisierung im Marketing und Vertrieb und hilft Unternehmen, mit ihrer Technologie und ihrem Angebot von potenziellen Kunden wahrgenommen zu werden. Für seine Kunden generiert er Marktpräsenz, Bekanntheit, Leads und Neukunden. Seit 2011 hat er Marketing-Automation-Projekte in den verschiedensten Branchen und mit diversen Herstellern erfolgreich umgesetzt und mit seiner Wasserloch-Strategie® und dem „Grüne-Bananen-Effekt“ Standards für die Marketing-Automation-Branche gesetzt.

Methodik

Interaktiver Vortrag

In unserem Seminar werden die Teilnehmer mit ihren individuellen Erwartungen an das Seminar und ihren jeweiligen Online-Projekten selbstverständlich miteinbezogen. Fragen können jederzeit gestellt werden. Regelmäßige Feedback-Runden unterstreichen den interaktiven Seminarcharakter.

Vielseitiger Medieneinsatz

Um die bestmögliche Aufmerksamkeit zu erreichen, arbeiten unsere Trainer abwechselnd mit anschaulichen Power-Point-Präsentationen, Live-Beispielen im Internet, Flipchart und Pinnwand. Das garantiert ein abwechslungsreiches Seminar – mit Inhalten, die „haften“ bleiben.

Best Practice Beispiele, Übungen und Zeit für Einzelfragen

Durch Übungen und die gemeinsame Erarbeitung von Aufgaben in Arbeitsgruppen bringen die Teilnehmer ihre individuellen Herausforderungen in das Seminar ein. Mit Hilfe eines Marketing-Automation Workbooks erarbeiten sich die Teilnehmer die Grundlage für die erfolgreiche Umsetzung im Unternehmen nach dem Seminar.

Die Klärung individueller Einzelfragen sowie die Tipps und Tricks des Trainers aus der Umsetzung vieler Marketing-Automation-Projekte runden das Seminar praxisnah ab. So wechseln sich Theorie und praktische Umsetzung zielführend ab.

Tipps und Seminarunterlagen

Ausführliche, seminarbegleitende Unterlagen und Checklisten dienen als umfassendes Nachschlagewerk am Arbeitsplatz – auch noch lange nach Ihrem Seminarbesuch.

Teilnehmer

Unser Seminar richtet sich an Marketingleiter, Mitarbeiter im Bereich Online Marketing, Online Marketing Manager, Webshop-Verantwortliche, eCommerce-Manager und Mitarbeiter aus Unternehmen und Agenturen, die in ihrem Praxisalltag unter anderem für die Generierung von Interessenten und Neukunden zuständig sind.

Das Seminar richtet sich aber auch an Geschäftsleiter, Einzelunternehmer und Entscheider, die sich einen fundierten Überblick über Marketing-Automation verschaffen möchten.

Spezielle Voraussetzungen oder technisches Know-how der Teilnehmer werden nicht benötigt.

Unsere Zielgruppe im Überblick:

Marketingverantwortliche, Mitarbeiter aus Marketing und Vertrieb, Social Media Manager, Website- und Online-Marketing-Manager, Geschäftsführer, Entscheider, Selbstständige, Projektleiter und Agenturen

Referenzen und Teilnehmerstimmen

Seit mehr als 15 Jahren schenken uns unsere Kunden ihr Vertrauen. Immer wieder erhalten wir positives Feedback über die Kompetenz unserer Trainer, den optimalen Praxisbezug der Schulungen und die gute Verständlichkeit und Struktur der Kurse.

Mit der nachfolgenden Referenzauswahl erhalten Sie Einblick in die Branchenvielfalt unserer eMBIS Schulungsteilnehmer:



Viele unsere Teilnehmer haben uns bereits ihre Stimme zum Seminar gegeben. Auf unserer Webseite können Sie sich gerne davon überzeugen:

<https://www.embis.de/kunden-und-stimmen.html>

Termine, Orte und Zeiten

- 28.02.-01.03.2019 Stuttgart
- 07.-08.05.2019 Hamburg
- 28.-29.08.2019 Frankfurt
- 14.-15.11.2019 Berlin
- 05.-06.12.2019 Hannover
- 16.-17.12.2019 München

Zeiten

1. Seminartag: 10:00 - 17:00 Uhr
2. Seminartag: 09:00 - 16:00 Uhr

Kosten

Die Teilnahmegebühr beträgt pro Teilnehmer 980 Euro zzgl. MwSt.

Für den optimalen Lernerfolg ist die Teilnehmerzahl auf 12 begrenzt.

Im Preis inbegriffen sind ein Mittagessen, diverse Snacks und Erfrischungsgetränke sowie ausführliche Seminarunterlagen.

Die Kosten für Anreise und Übernachtung sind bei Bedarf selbst zu entrichten und nicht im Seminarpreis enthalten.

Alle Teilnehmer erhalten ein persönliches Teilnehmerzertifikat der eMBIS Akademie für Online Marketing, in dem Inhalte, Ort und Datum des Seminars dokumentiert sind. Das Zertifikat wird vom jeweiligen Trainer unterschrieben.

Faxanmeldung: Marketing-Automation Seminar

Bitte ausfüllen und an 0811 993366-1 faxen.

Anrede
Vorname
Nachname
Telefon
E-Mail

Firma
Straße/Postfach
PLZ/Ort
Unternehmenswebseite

Termine (bitte ankreuzen):

- | | | | |
|--|-----------|---|----------|
| <input type="checkbox"/> 28.02.-01.03.2019 | Stuttgart | <input type="checkbox"/> 14.-15.11.2019 | Berlin |
| <input type="checkbox"/> 07.-08.05.2019 | Hamburg | <input type="checkbox"/> 05.-06.12.2019 | Hannover |
| <input type="checkbox"/> 28.-29.08.2019 | Frankfurt | <input type="checkbox"/> 16.-17.12.2019 | München |

Anmeldebedingungen:

Die Teilnahmegebühr für das Marketing-Automation Seminar beträgt 980,00 Euro (das sind 1166,20 Euro inkl. MwSt.). Im Preis inbegriffen sind ein Mittagessen, diverse Snacks und Erfrischungsgetränke sowie ausführliche Seminarunterlagen. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Die Rechnung ist vor Seminarbeginn zu begleichen. Bis zu 14 Tage vor dem Veranstaltungstermin können Sie Ihre Anmeldung kostenlos stornieren. Ab 14 Tage vor dem Veranstaltungstermin berechnen wir die gesamte Teilnehmergebühr. Eine Stornierung ist schriftlich vorzunehmen. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Bei Absage der Veranstaltungen durch die eMBIS GmbH infolge nicht beeinflussbarer Gründe bzw. höherer Gewalt, wird der volle Teilnahmebeitrag erstattet. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

Sonstige Bemerkungen:

--

Ort, Datum und Unterschrift