

Intelligentes Marketing

Erwecken Sie Ihre Marketingvision zum Leben: Microsoft Dynamics Marketing ist die Lösung, mit der Ihr Marketingteam Kampagnen in allen Kanälen durchgängig planen und umsetzen sowie die erzielten Ergebnisse messen kann. Microsoft Dynamics Marketing hilft Ihnen, Kunden individuell anzusprechen, Ihre Vertriebspipeline zu stärken und den ROMI (Return on Marketing Investment) in Echtzeit zu belegen.

Die wichtigsten Vorteile



Ihre Marke aufbauen und stärken

- Konsistente, überzeugende Erlebnisse an sämtlichen Touchpoints
- Unternehmensweite Abstimmung von Branding und Planung



Kunden direkt ansprechen

- Personalisierte Ansprache von Kunden und Interessenten mittels zielgerichteter, mehrstufiger Kampagnen
- Bereitstellung passender, relevanter Inhalte zur rechten Zeit



Nutzen und ROMI nachweisen

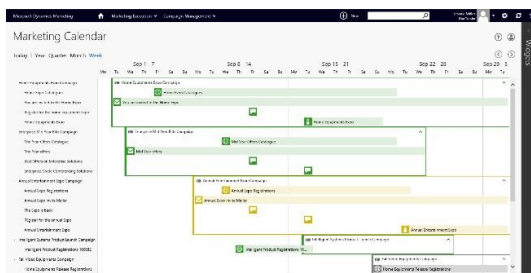
- Übergreifende Steuerung von Marketingabläufen für interne und externe Teams
- Messung von ROMI und Auswirkungen auf Pipeline und Umsatz



„Durch Microsoft Dynamics Marketing sind wir viel effizienter geworden ... Heute brauchen wir uns nicht mehr um Daten zu kümmern, sondern können uns voll und ganz auf unsere strategischen Ansätze konzentrieren.“

*Brian Woyt, Senior Director,
Global Brand Marketing,
PGA Tour*

Die wichtigsten Funktionen

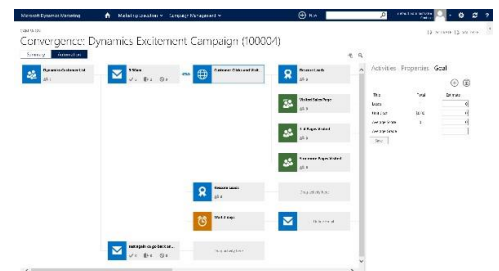


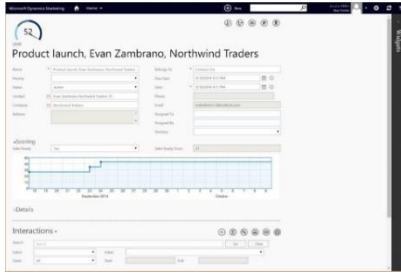
Marketingressourcenmanagement

Führen Sie Planung, Budgetierung und Ergebnisverfolgung für sämtliche Kanäle zusammen, beispielsweise für klassisches, E-Mail-basiertes sowie Digital und Social Marketing. Verbessern Sie die Zusammenarbeit und steuern Sie Prozesse und Workflows im gesamten Team sowie mit anderen Abteilungen und Agenturen auf einer zentralen Plattform.

Multi-Channel-Kampagnen

Sprechen Sie Kunden mit personalisierten, Channel-übergreifenden Kampagnen an. Nutzen Sie den visuellen Kampagnendesigner, um Ihre Kampagnen zentral per Drag-and-Drop zu erstellen und zu steuern – seien es Mailings, Social-Media-Aktionen oder Veranstaltungen. Optimieren Sie die Kampagnengestaltung, segmentieren Sie Ihre Kunden und Interessenten und testen Sie Ihr Marketing-messaging, um die Conversion Rate zu verbessern.



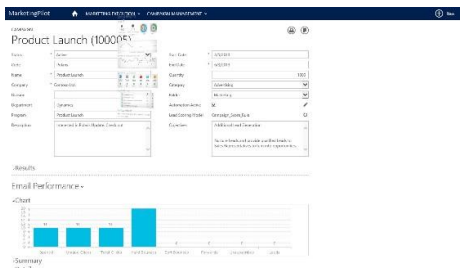
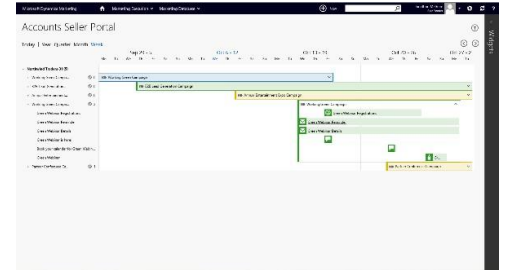


Leadmanagement

Steigern Sie mithilfe ausgeklügelter Segmentierung und Leadbewertung die Anzahl der Leads, die Sie direkt an Ihren Vertrieb weitergeben können. Fördern Sie das Interesse potenzieller Kunden – mit mehrstufigen, triggerbasierten Nurturing-Programmen für personalisierte Inhalte und Angebote. Führen Sie Ihren Vertriebs- und Marketing-Funnel zusammen, um Ihre Verkäufer noch besser zu unterstützen.

Zusammenarbeit mit dem Vertrieb

Nutzen Sie neue Synergien zwischen Marketing und Vertrieb, indem Sie Ihren Verkäufern Einblick in den Marketingkalender gewähren. Der Vertrieb kann so wichtige Erkenntnisse für Kampagnenbausteine und eine erfolgreiche Kundenansprache beisteuern. Zugleich profitieren die Mitarbeiter in Marketing und Vertrieb von einem konsistenten, gemeinsamen Blick auf die Customer Journey.



Social Marketing

Treten Sie mit Ihren Kunden und Interessenten über eingebettete, kontextuelle Social-Werkzeuge in Kontakt. Messen Sie Performance und Wirkung von Kampagnen in sozialen Netzwerken. Verfolgen Sie Ihren Share of Voice bei Twitter, Facebook, YouTube und in anderen Medien, und analysieren Sie Ihren Bekanntheitsgrad und die Stimmung in Bezug auf Ihre Marke.

Marketinganalysen

Messen Sie Pipeline und Umsatz für jeden Euro, den Sie in Ihr Marketing investiert haben, um Ihren ROMI zu belegen. Greifen Sie mittels visueller Dashboards auf wichtige Daten und Kampagnenergebnisse zu, um die Performance rasch beurteilen zu können. Erleichtern Sie das Reporting in Echtzeit mit vertrauten Tools wie Excel und Power BI.



Internationale Verfügbarkeit

Microsoft Dynamics Marketing ist in 101 Ländern und zwölf Sprachen verfügbar.

Weitere Informationen finden Sie im Web: <http://www.microsoft.com/de-de/dynamics/crm-marketing.aspx>

Neuerungen im 2015 Update von Microsoft Dynamics Marketing

Zusammenarbeit mit dem Vertrieb

Sales Collaboration Panel für mehr Transparenz in Marketingaktivitäten sowie Möglichkeit, Input für die Kundenansprache zu liefern

Marketingressourcenmanagement

Interaktiver Marketingkalender, Click-to-Call mit Skype for Business und Webinare

Neue Sprach-/Landesversionen

Japanisch und Russisch

B2B-Marketing

Webinar-Integration und verbesserte Leadbewertung, einschließlich mehreren Bewertungsmodellen

Multi-Channel-Kampagnen

Grafische E-Mail-Bearbeitung, A/B-Testing, integrierte Angebote und Genehmigungsworkflows