



Marketing Automation

Schritt für Schritt vom Lead über den
Sale zum loyalen Stammkunden



Robin Heintze
Geschäftsführer
r.heintze@more-fire.com



Wir helfen großartigen Unternehmen, nachhaltig zu wachsen!

Damit Dein Vertrieb ins Schwitzen kommt und Dein Online Shop auf Hochtouren läuft!
120 clevere Köpfe sorgen für mehr Traffic, mehr Leads und mehr Verkäufe.



Was ich für euch vorbereitet habe



Customer Journey
& Content



Lead Generierung



Vom Lead zum
Kunden



Ideen, Ansätze
& Ergebnisse

37 E-Books & Case Studies



more-fire.com/e-books



06.05.2020 | 15:00 Uhr

Das perfekte Online-Marketing-Cockpit

Ein gutes Dashboard zeigt Dir auf einen Blick die entscheidenden Zahlen und Werte, damit Du auf Basis dieser Daten die richtigen Entscheidungen triffst. Viele Praxisbeispiele machen dieses Webinar so wertvoll.

WEBINAR ANSEHEN



26.05.2020 | 11:00 Uhr

Performance Optimierung im E-Commerce

Wachstum im E-Commerce geht nur dann, wenn die Performance und Verfügbarkeit Deines Shops stimmen. In diesem Webinar lernst Du die wichtigsten Stellschrauben kennen und wie Du mit ihnen Marktanteile gewinnst.

WEBINAR ANSEHEN



05.06.2020 | 15:00 Uhr

Marketing Automation entlang der Customer Journey

Traffic aufbauen, Leads sammeln, Kunden gewinnen: Wie das in der Praxis funktioniert und wie Du mit Marketing Automation starten kannst, erfährst Du in diesem Webinar mit vielen Tipps & Praxisbeispielen.

WEBINAR ANSEHEN



16.04.2020 | 10:00 Uhr

SEO Quick Wins - Der Schnellstart für Deinen SEO-Erfolg

SEO-Erfolg braucht Zeit und es gibt viele Bausteine dafür. In diesem Webinar erhältst Du kompakt und verständlich sowohl die SEO-Grundlagen, als auch die wichtigsten Hebel.

WEBINAR ANSEHEN



25.06.2020 | 11:00 Uhr

Conversion Rate Optimierung

Nimmt der Nutzer in den ersten 3 Sekunden auf Deiner Landingpage das wahr, was er soll? In diesem Webinar bekommst Du konkrete Praxis-Tipps, wie Du den Einstieg in Deine Webseiten und Landingpages optimierst.

WEBINAR ANSEHEN



20.07.2020 | 11:00 Uhr

Google Ads Kontoanalyse

Kosten runter - Profit rauf. Mit der Schritt-für-Schritt-Anleitungen aus diesem Webinar analysierst Du Dein Konto, findest Schwachstellen und baust Potenziale aus.

WEBINAR ANSEHEN



03.04.2020 | 12:00 Uhr

Mit Social Recruitment zum Bewerbermagnet werden



25.03.2020 | 11:00 Uhr

Relaunch SEO: So vermeidest Du den SEO-Absturz



24.03.2020 | 10:00 Uhr

Mehr Leads & Kunden über YouTube Ads gewinnen

Kostenlose Webinare

Jede Menge Webinare zu vielen Themen
Rund um Online Marketing.

<https://get.more-fire.com/webinar-uebersicht>



Know-how zum Hören

Online Marketing Podcast „The Art of Marketing“ bei digital kompakt

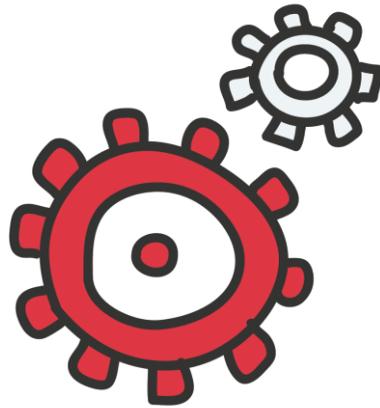
https://linktr.ee/art_of_marketing

Was ist Marketing Automation?

Einsatz von Software und Daten zur Automatisierung von Marketingaktivitäten.

Wozu Marketing Automation?

- Gezielt und personalisiert kommunizieren
- Persönliches Erlebnis statt Kaltakquise
- Customer Journey gestalten
- Marketing, Sales & Service verbinden
- Kunden verstehen & binden
- Wiederholende Arbeiten vermeiden
- Daten nutzen, lernen und optimieren
- Effektivität & Effizienz steigern
- Abhängigkeit von Plattformen reduzieren



1

Customer Journey & Content

Customer Journey & Marketing Automation



Aufmerksamkeit

Problem *think* Information

Kauf

Bindung

Aufmerksamkeit



Problem



Information & Evaluation

Google laufschuh testsieger herren 2020

Umfrage 381.000 Ergebnisse (0,56 Sekunden)

Anzeigen - laufschuh testsieger herren 2020

| Produkt | Preis | Verkaufsort |
|--------------------------------|----------|----------------|
| Athletline GTS 21 Brooks | 140,00 € | Brooks Running |
| adidas Response Sup... | 62,87 € | adidas.de |
| adidas Pureboost M... | 77,97 € | adidas.de |
| Gesawein Laufschuhe... | 159,00 € | Gesawein |
| HOKA Carbon X 2 Sport Schuh... | 180,00 € | hokaoneone.eu |

www.runnersworld.de ... Laufschuhe

Die aktuellen Laufschuhe im Test | RUNNER'S WORLD

25.09.2020 ... neuen Laufschuhen? » Wir haben alle aktuellen Laufschuhe für Sie in der Phase getestet ... Die besten neuen Jogging- und Straßenlaufschuhe für Sie in der Herbstzeit. Hier befinden: Frauenspezifisch oder Herrenmodell.

Laufschuhe mit Dämpfung: Hybride-Trail-Laufschuhe - Brooks Ghost 13

www.tatberichts.de - Sport & Gesundheit - Laufschuhe

Herren-Laufschuhe Test D- Testberichte.de

Ergebnisse 1 - 20 von 2421 - Die besten Herren-Laufschuhe im Test » Unabhängige Testreihe / Eine Gesamtnote ... Der letzte Test ist vom 11.12.2020

Suchergebnisse für laufschuhe kaufen

Filter: Alle, Beiträge, Personen, Fotos, Videos, Marktplatz, Seiten, Orte, Gruppen, Veranstaltungen

SportScheck

2020-2021: Laufschuhe kaufen ohne Analyse und Beratung im Laden? ... Sie nicht so einfach, obwohl für viele Lauftrainings- und Wettkampfsportarten unverzichtbar.

Laufschuhe Test

2020-2021: Laufschuhe kaufen ohne Analyse und Beratung im Laden? ... Sie nicht so einfach, obwohl für viele Lauftrainings- und Wettkampfsportarten unverzichtbar.

RUNNER SHOP Aachen

2020-2021: Laufschuhe kaufen ohne Analyse und Beratung im Laden? ... Sie nicht so einfach, obwohl für viele Lauftrainings- und Wettkampfsportarten unverzichtbar.

Kauf



Trigger



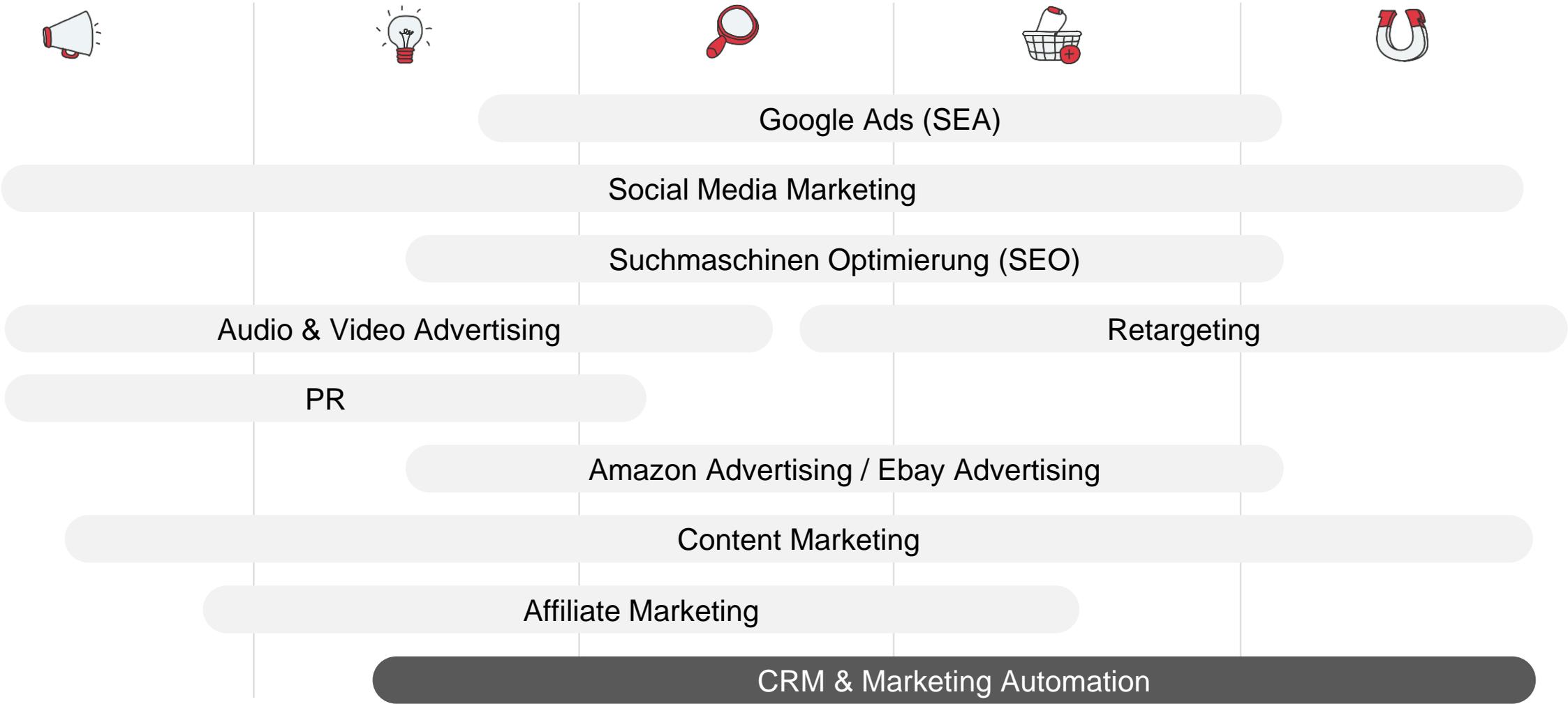
Etwas passiert in unserem Leben, das die Aufmerksamkeit auf sich zieht.

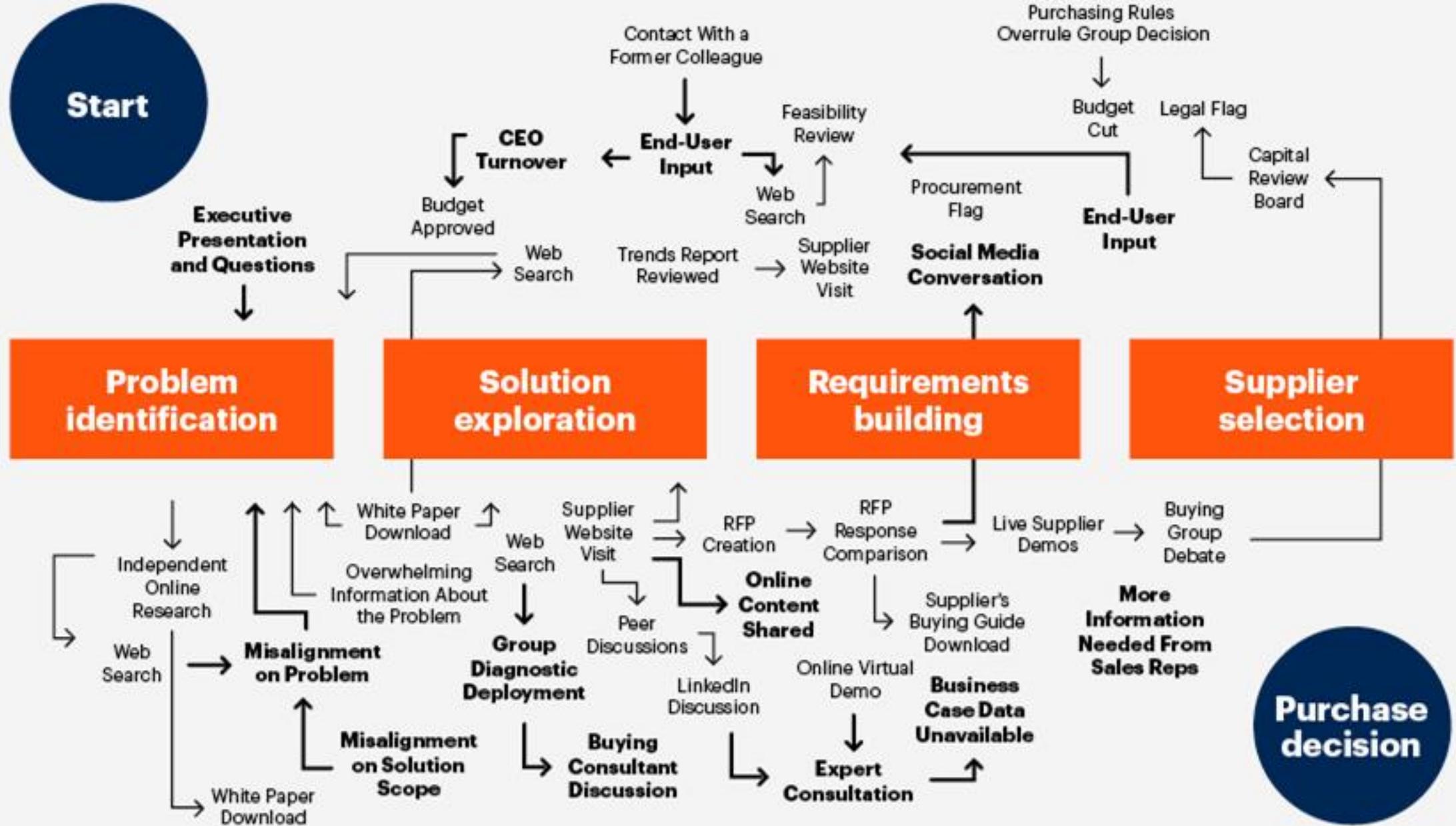
Customer Journey

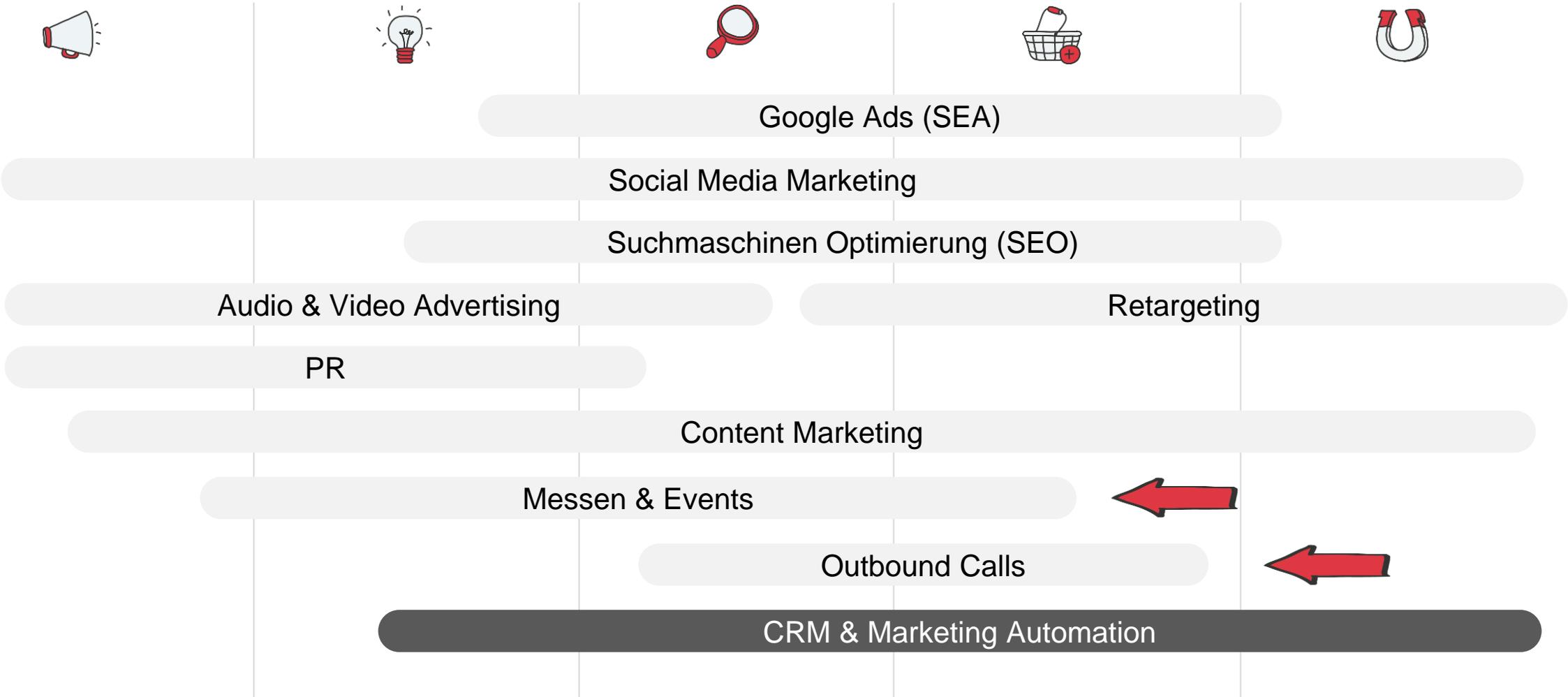
Kauf



Wir treffen eine Entscheidung.









[Webinar]

Marketing Strategie entlang der Customer Journey

<https://get.more-fire.com/webinare/customer-journey>

Voraussetzungen für gute Marketing Automation



Content



Touchpoints



Daten



CRM

Warum kaufen Kunden bei dir?

Reverse Engineering



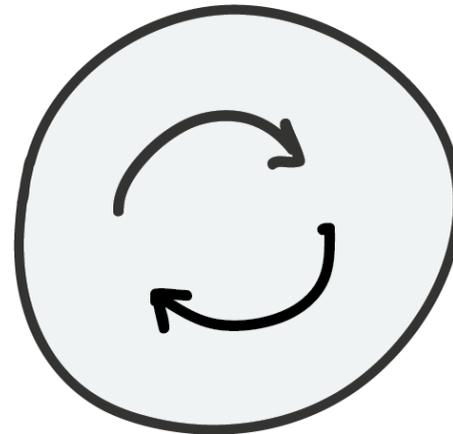
Warum kaufen Leute ausgerechnet bei Dir?



Welches Gefühl vermittelst Du den Kunden?



Wann macht der Vertrieb „den Sack zu“?



Was war der initiale Auslöser für die Suche?



Wo haben sie nach welchen Informationen gesucht?



Welche Inhalte und Anbieter haben sie sich angeschaut?

Wie komme ich an die richtigen Inhalte?



Themenrecherche über Tools



Content Audit



Kollegen in Sales & Service



Social Listening, Foren etc.



Fachpresse & Thought Leader



Wettbewerber beobachten

**Was sind die 3 Grundvoraussetzungen,
damit Dein Content wirkt?**

Nutzen

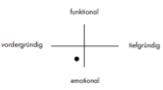
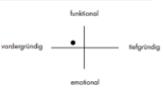
Nähe

News

Hilfreich: Arbeiten mit Personas

Persona E-Book & Vorlagen



| | | |
|---|---|--|
|  <p>Paula Müller Potenzielle Mitarbeiterin</p> <p>„Ich möchte in einer Firma arbeiten, in der ich mich wohl fühle, mich stets weiterbilden kann.“</p> <p>Alter 22 Wohnort Köln Familienstand Single Sprachen DE, EN, FR Studium Medienwirtschaft Universität Friesenius Geburtsort Bensberg Wohnsituation WG</p> | <p>Persönliche Ziele</p> <ul style="list-style-type: none">- Ein lockeres und angenehmes Arbeitsumfeld- Work-Life-Balance- Die Welt ein bisschen besser machen <p>Herausforderungen/ Pain Points</p> <ul style="list-style-type: none">- Orientierung, Berufswahl- Finden eines geeigneten Arbeitsplatzes nach dem Studium <p>Content Formate</p> <ul style="list-style-type: none">- Newsletter- Blogartikel- Meet the Team- Zitate- Youtube- Podcast | <p>Informationsbedürfnis</p>  <p>Devices</p> <ul style="list-style-type: none">Mobile ●●●○Tablet ●●○Desktop ●●●●● <p>Social Media Kanäle</p> <ul style="list-style-type: none">Facebook ●●●●●YouTube ●●●○Twitter ●○Instagram ●●●●●Pinterest ●●●○ |
|  <p>Paul Michels Potenzieller Mitarbeiter</p> <p>„Ich will nicht nur einen „Job“, mir ist Team-Zusammenhalt und eine Arbeit mit Sinn wichtig.“</p> <p>Alter 33 Wohnort Köln Familienstand In einer Beziehung Sprachen DE, EN Geburtsort Bonn Hobby Gitarre spielen</p> | <p>Persönliche Ziele</p> <ul style="list-style-type: none">- Spaß am Leben und der Arbeit- Neustart- Neue Kollegen und persönliche Weiterentwicklung <p>Herausforderungen/ Pain Points</p> <ul style="list-style-type: none">- Nicht wirklich glücklich in seinem jetzigen Unternehmen- Einen neuen Arbeitsplatz finden, der passt <p>Content Formate</p> <ul style="list-style-type: none">- Newsletter- Blogartikel- Meet the Team- Zitate- Youtube- Podcast | <p>Informationsbedürfnis</p>  <p>Devices</p> <ul style="list-style-type: none">Mobile ●●●○Tablet ●●○Desktop ●●●●● <p>Social Media Kanäle</p> <ul style="list-style-type: none">Facebook ●●●●●YouTube ●●●○Twitter ●●●○Instagram ●●○Pinterest ●○ |

[E-Book]
<https://get.morefire.com/e-book-buyer-personas>

[Vorlagen]
[hier klicken](#)

2

Lead Generierung

Mögliche Lead Magneten



E-Books

Whitepaper

Checkliste

Case Study

Success Story

Webinar

Studie

Infografik

Video

Aufzeichnung

Back in Stock

Podcast

Excel-Vorlage

Gratis-Beratung

Anleitung

E-Mail-Kurs

Demo-Zugang

Quiz

Gewinnspiel

Newsletter

Shop Registrierung

Club-Mitgliedschaft

Beispiele aus der Praxis



Want More SEO Traffic?

Answer 9 quick questions and I will give you a step-by-step **7-week action plan** showing you exactly what you need to do to get more traffic.

What is the URL of your website?

NEXT



We analyze your website to identify SEO errors, keyword opportunities, and competition.

NEILPATEL

You've completed the quiz!

To get your results and a step-by-step guide on increasing your traffic, just enter in your name and email.

I agree to receive my quiz results and a series of emails that will teach me how to get more traffic. I also have read and agree to the [Privacy Policy](#) and [Terms of Service](#).

YES, SEND ME THE QUIZ RESULTS

NEILPATEL

There's a **96%** chance you can drastically increase your traffic.

Based on the analysis, there are a lot of on-page and off-page SEO issues you need to tackle. **We emailed you an action plan** that goes over some advanced tactics that will help you boost your traffic.

Here's your 7-week action plan - Neil Patel Extern Posteingang x



Neil Patel <np@neilpatel.com> [Abbestellen](#)
an mich ▾

🌐 Englisch ▾ > Deutsch ▾ [Nachricht übersetzen](#)

You have a lot of potential when it comes to growing your traffic.

You should start off with SEO and [follow this action plan](#) as it breaks down how you can rank higher on Google.

The steps in the action plan helped me rank on page 1 for terms like "SEO" and "online marketing". It works as long as you follow it.

And best of all, it includes cheat sheets, worksheets, spreadsheets and checklists to help you go through it.

Over the next few weeks I'll also share a few marketing hacks that will help you.

If you need extra help, feel free and checkout my ad agency, [Neil Patel Digital](#), where we do everything for you.

Cheers,

Neil Patel

[Unsubscribe](#) | [Update your profile](#) | 9710 River Trader St, Las Vegas, Nevada 89178

NEILPATEL | EN ▾

Based on your responses we suggest the following

7 Week Action Plan

WEEK 1: FINDING PROFITABLE KEYWORDS

Finding Profitable Keywords

Spend your first week creating a set of keywords to target for SEO. Targeting the right keywords, where there is lots of traffic, where the keywords convert into customers, and where you can beat the competition.

This week you will:

- Generate a list of keyword ideas that are relevant to your website.
- Evaluate the list to find a set of keywords that have traffic, convert, and that are winnable.
- Setup automated tracking of your keywords, by creating an Ubersuggest project, so you can monitor progress.

Materials:



WEEK 2: SEO SITE AUDIT

WEEK 3: CREATING SHARABLE CONTENT

WEEK 4: ADVANCED TRACKING

WEEK 5: LINK BUILDING

WEEK 6: BRANDING & EXPERIENCE

WEEK 7: ADVANCED CONTENT MARKETING

Club Mitglied werden

The screenshot shows the Fressnapp website interface. At the top, there is a green navigation bar with the Fressnapp logo, a search bar, and links for 'Neu hier? Jetzt registrieren und alle Vorteile genießen.', 'Newsletter', 'Märkte in meiner Nähe', and 'Hilfe'. Below this is a white navigation bar with icons for 'Hund', 'Katze', 'Kleintier', 'Vogel', 'Aqua', 'Terra', 'Garten & Teich', 'Tiergesundheit', and 'Service'. A grey bar below the navigation contains 'Versandkostenfrei ab 29 €' and '30 Tage kostenlose Rücksendung'. The main banner features a large image of a puppy and a smaller image of a kitten. The text 'Willkommen im Club' is prominently displayed, followed by a description of the membership benefits. Two buttons, 'Welpen anmelden' and 'Kätzchen anmelden', are positioned below the text. At the bottom, four columns list the benefits: 'Willkommensgeschenk', 'Geburtsüberraschung', 'Tipps & Ratgeber', and 'Exklusive Angebote', each with a corresponding icon and a brief description.

Neu hier? Jetzt [registrieren](#) und alle Vorteile genießen.

Newsletter Märkte in meiner Nähe Hilfe

Produkte oder Themen suchen ...

Mein Konto Wiederbestellen Wunschliste Warenkorb

Hund Katze Kleintier Vogel Aqua Terra Garten & Teich Tiergesundheit Service

Versandkostenfrei ab 29 € 30 Tage kostenlose Rücksendung

Willkommen im Club

Melde jetzt deinen Neuzuwachs kostenlos an und erhalte ein exklusives Willkommensgeschenk sowie wertvolle Expertentipps für ein gesundes und glückliches Großwerden deines Liebling. Eine Anmeldung ist bis zum 12. Lebensmonat möglich.

Ich möchte meinen [Welpen anmelden](#) Ich möchte mein [Kätzchen anmelden](#)

Willkommensgeschenk

Zur Begrüßung erhält deine Fellnase ein Willkommensgeschenk mit Futterproben und Spielzeug

Geburtsüberraschung

Du und dein Liebling dürfen euch über Geburtstagsgeschenke freuen

Tipps & Ratgeber

Profitiere von altersgerechten Ratgebern mit Tipps zu Ernährung, Erziehung und Pflege

Exklusive Angebote

Erhalte außerdem exklusive Angebote als Club-Mitglied

Ratgeber

JETZT VERSANDKOSTENFREI AB 111€ BESTELLEN ✖ | 14 TAGE GELD ZURÜCK GARANTIE

Barf-Hundefutter Hundefutter-Rechner FELL ♥ FREUDE Fragen? Mein Konto 

**VIELLEICHT DAS BESTE UND
LIEBEVOLLSTE HUNDEFUTTER.**

Füttere Deinen Hund gesund mit

BARF-HUNDEFUTTER

LIEBEVOLLES FUTTER FÜR JEDES HUNDEALTER



JUNG O

Berechne die optimale liebevolle Fütterungsmenge

HUNDEFUTTER-RECHNER

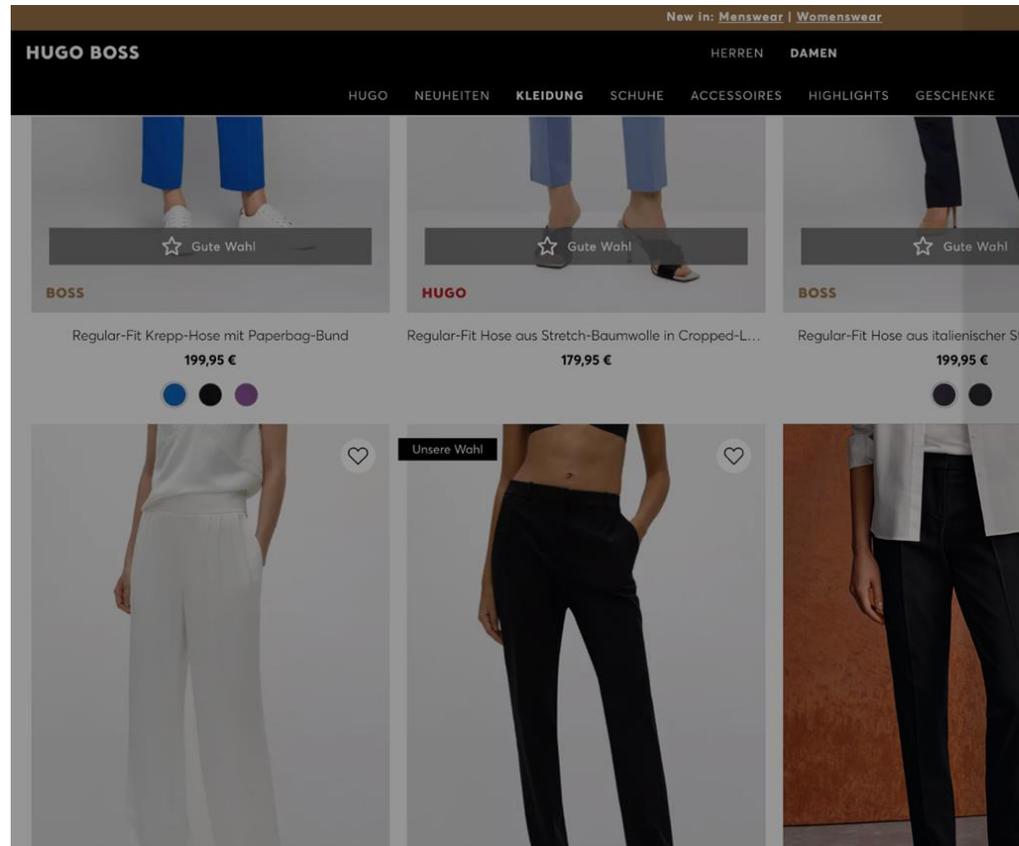
Damit Du Deinen Liebling jeden Tag mit der optimalen Menge von dem wohl
liebevollsten Hundefutter verwöhnen kannst.

Back in Stock

The screenshot shows a product page for a pink blazer. A modal window titled "Ausverkauft" (Sold Out) is displayed in the center. The modal contains the following text: "Ausverkauft", "Sobald der Artikel wieder verfügbar ist, bekommst du von uns eine E-Mail.", an input field for "E-Mail-Adresse *", a "Benachrichtige mich" button, the Zalando Plus logo, and the text "Zalando Plus Mitglieder erfahren vor allen anderen, wenn deine Größe wieder da ist." Below this is a link: "Teste Zalando Plus für 30 Tage".

The background product page includes a "Nachhaltigkeit" (Sustainability) badge, a "Bitte Größe wählen" (Please select size) dropdown, an "In den Warenkorb" (Add to cart) button, and a heart icon. The product description on the right side of the page includes: "durch Zalando, verkauft von Bershka", "Kostenlos mit PLUS", "Kostenlos", "Kostenloser Versand & Rückversand", "Tage Rückgaberecht", and "ck verkaufen". At the bottom, there are dropdown menus for "Material & Pflegehinweise" and "Mehr zu diesem Produkt".

Shop Registrierung



ICH HABE BEREITS EINEN ACCOUNT

* E-Mail Adresse

* Passwort

E-Mail Adresse speichern

[Passwort vergessen?](#)

ANMELDEN

Ich bin ein neuer Kunde

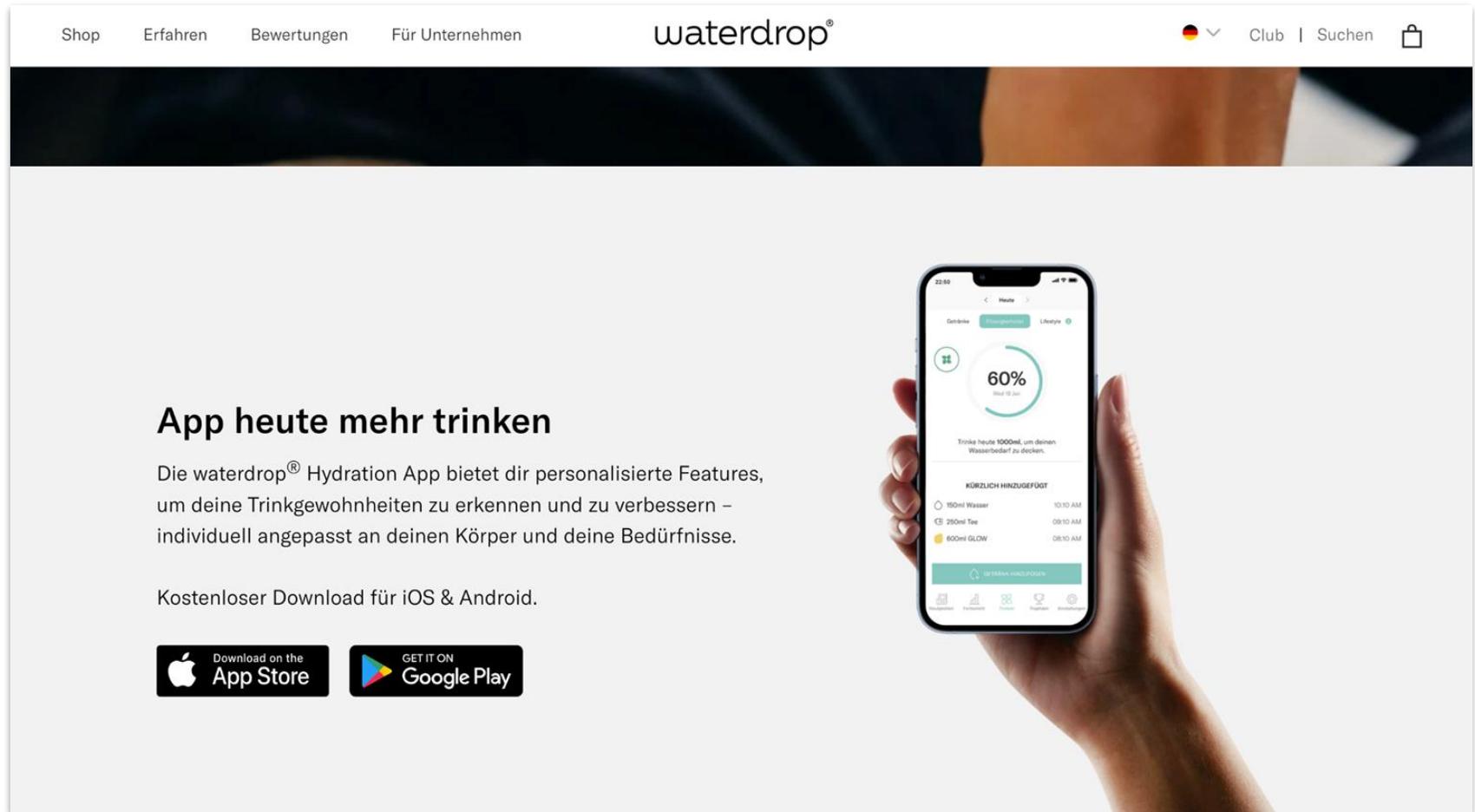
Erstellen Sie einen Account und profitieren Sie von allen Vorteilen unserer registrierten Kunden

- ♥ Speichern Sie Ihre Favoriten auf allen Geräten
- 📦 Sparen Sie Zeit bei zukünftigen Bestellungen
- 📍 Sehen Sie sich eine Übersicht Ihrer Einkäufe im Bestellverlauf an
- ☆ Werden Sie **HUGO BOSS EXPERIENCE** Mitglied und erhalten Sie Special Offers

BEIM BEZAHLVORGANG REGISTRIEREN

ALS GAST EINKAUFEN

Zusätzliche Services (App)



The image shows a screenshot of the waterdrop website header and a hand holding a smartphone displaying the waterdrop hydration app interface. The website header includes navigation links: Shop, Erfahren, Bewertungen, Für Unternehmen, waterdrop®, a German flag with a dropdown arrow, Club, Suchen, and a shopping bag icon. The app interface on the phone shows a 60% hydration progress indicator, a goal of 1000ml, and a list of recently added drinks: 150ml Wasser at 10:10 AM, 250ml Tee at 09:10 AM, and 600ml GLOW at 08:10 AM.

Shop Erfahren Bewertungen Für Unternehmen waterdrop®  Club | Suchen 

App heute mehr trinken

Die waterdrop® Hydration App bietet dir personalisierte Features, um deine Trinkgewohnheiten zu erkennen und zu verbessern – individuell angepasst an deinen Körper und deine Bedürfnisse.

Kostenloser Download für iOS & Android.

 Download on the App Store  GET IT ON Google Play

Kurse passend zum Produkt

The screenshot shows the 'E-Mail-Marketing-Kurs' registration page on the Sendinblue Academy website. The page features a navigation bar with 'Deutsch', 'Sendinblue', 'Home', 'Kurse', 'Kontakt', 'Über uns', 'Login', and 'Profil erstellen'. The main content area includes a 'MELDEN SICH HEUTE AN' section with the course title 'E-Mail-Marketing-Kurs', a description, and a 'Register for free!' button. Below this is a yellow section titled 'Was beinhaltet der Kurs?' which lists course details and target audience.

MELDEN SICH HEUTE AN

E-Mail-Marketing-Kurs

In Sendinblue's E-Mail-Marketing-Kurs lernen Sie E-Mail Marketing von der Pike auf! Erfahren Sie, wie Sie eine E-Mail-Marketing-Strategie aufbauen, mit der Sie dauerhaftes Engagement und stärkere Kundenbeziehungen aufbauen.

[Register for free!](#)

Was beinhaltet der Kurs?

- ✓ 8 Module
- ✓ 1 Zertifikat
- ✓ 62 Fragen
- ✓ 62 Videos
- ✓ 8 E-Books

Werden Sie zum Profi!

Erfahren Sie alles, was Sie über E-Mail Marketing wissen müssen – von der Zustellbarkeit von E-Mails über A/B-Tests bis hin zur DSGVO. Nach Abschluss dieses E-Mail-Marketing-Kurses erhalten Sie Ihr persönliches Experten-Zertifikat.

Für wen ist der Kurs geeignet?

Die Inhalte des E-Mail-Marketing-Kurses von Sendinblue sind für Einsteiger*innen und fortgeschrittene Marketing Manager*innen gleichermaßen konzipiert. Der Kurs ist perfekt für jeden, der sein E-Mail-Marketing-Wissen verbessern möchte.

Quiz

Greator 

Home Erfolgsgeschichten Persönlichkeitstest Coaching ▾ Events ▾ Magazin ▾ Login  

Persönlichkeitstest

Kostenlos. Wissenschaftlich fundiert.

Unser gratis Persönlichkeitstest hilft dir dabei, dein persönliches Verhalten zu verstehen - und dabei deine Stärken voll auszuleben.

Starte jetzt mit deiner individuellen Persönlichkeitsentwicklung.

[MACH JETZT DEN TEST](#)



trifft auf mich zu...

1.

Im Umgang mit anderen bin ich verständnisvoll 

Ich neige dazu, Schwierigkeiten zu erwarten 

Ich bin entscheidungsfreudig 

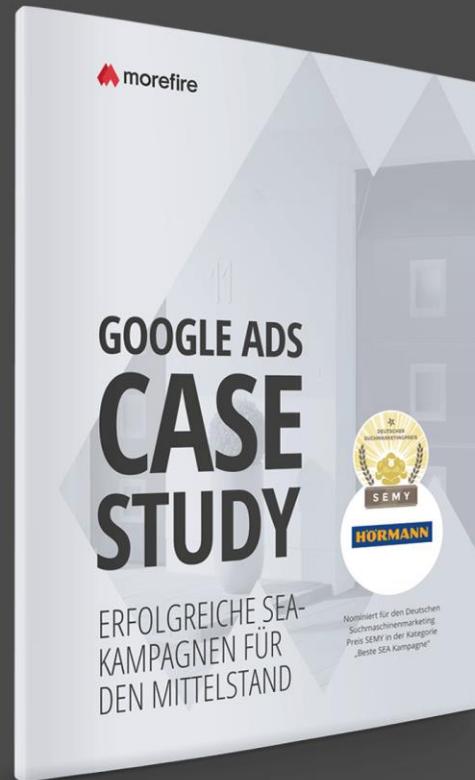
Ich reagiere schnell und lebhaft 

FRAGE 0 VON 16

© 2021 Greator powered by Persolog



Case Study



AUSGEZEICHNET ALS "BESTE SEA KAMPAGNE 2019"

So steigerte Europas führender Hersteller für Türen und Tore seine Conversion Rate um +78,74%

Ausgezeichnet als "Beste SEA Kampagne 2019" im Rahmen der SEMY Awards.

In dieser Case Study kannst Du nachlesen, mit welcher SEA-Strategie diese außerordentliche Steigerung gelang, die den Kunden und die Fachjury begeisterte.

[ZUM DOWNLOAD](#)



Tools

The screenshot displays the Übersuggest website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo 'Übersuggest' and a language dropdown set to 'DE'. On the right side of the navigation bar, there are buttons for 'BERATUNG', 'ABOS & PREISE', and 'Einloggen'. Below the navigation bar, a sidebar on the left contains a menu with items like 'Dashboard', 'Rank Tracking', 'Seiten-Audit', 'Keywords', 'Keyword-Übersicht', 'Keyword-Ideen', 'Keywords nach Traffic', 'Domain-Vergleich', 'Content-Ideen', 'Keyword-Listen', 'Traffic', 'Backlinks', 'Konto & Abrechnung', 'Chrome-Erweiterung', 'Beratung', 'Kundenbetreuung', 'Wissensdatenbank', and a 'Support' button.

The main content area features a search bar with the keyword 'onlinemarketing' and a dropdown for 'Sprache/Standort' set to 'Deutsch / Deutschland'. Below the search bar, there is a notification: 'Du benutzt die kostenlose Version von Übersuggest. | 2 von 3 kostenlosen Suchanfragen pro Tag verfügbar | 7-TÄGIGE KOSTENLOSE TESTVERSION'. A progress indicator shows '1 ANMELDEN', '2 PROJEKT ANLEGEN', and '3 KEYWORDS HINZUFÜGEN'.

The 'Keyword-Übersicht' for 'onlinemarketing' is displayed with the following metrics:

- SUCHVOLUMEN: 18.100 (HOCH)
- SEO DIFFICULTY: 52
- PAID DIFFICULTY: 52
- COST PER CLICK (CPC): €6,19

A 'ZUR LISTE HINZUFÜGEN' button is located to the right of the metrics. Below the metrics, there is a 'Verarbeitend...' status indicator. At the bottom, a line chart titled 'SUCHVOLUMEN' shows 'Mobiles Suchvolumen' (orange) and 'Desktop Suchvolumen' (yellow) over time. The chart includes a promotional message: 'FÜHRE EIN UPGRADE DURCH, UM HISTORISCHE KEYWORD-DATEN ZU ERHALTEN' and a '7-tägige kostenlose Testversion' button.

A pop-up window on the right side of the interface contains the following text:

Melde Dich **KOSTENLOS** an und erhalte Zugriff auf:

- Noch mehr Keyword-Vorschläge
- Deine täglichen Rankings
- Personalisierte SEO-Vorschläge

Buttons for 'Kostenlos anmelden' and 'Einloggen' are also visible.

Gesetze einfach erklären



Führender Anbieter von Gutscheinkarten

CHECKLISTE:

Wie Sie den Sachbezug 2022 sicher einsetzen

Alle aktuellen Änderungen im Überblick



Sie als Arbeitgeber können pro Monat bis zu 44 Euro Sachlohn komplett steuer- und sozialabgabenfrei an Ihre Mitarbeiter ausgeben. Allerdings sind im Rahmen der Jahressteuergesetze 2019 und 2020 zahlreiche Änderungen zum 44-Euro-Sachbezug in Kraft getreten.

"Ich empfehle Ihnen mit unserer kostenlosen Checkliste zu prüfen, ob Ihr Sachbezug weiterhin gesetzeskonform ist. Sie finden darin alle Fragen gelistet, die Sie sich stellen sollten, um den Sachbezug Ihren Mitarbeitern regelkonform zu gewähren."

Lucia Ramming, Director HR,
Edenred Deutschland GmbH

Jetzt Formular ausfüllen und Checkliste herunterladen:

Anrede * *Pflichtfelder
 Frau
 Herr

Name *

Berufliche E-Mail *

Firma *

Postleitzahl *

Telefon *

Unternehmensgröße *

Bitte wählen...

Ja, ich möchte Informationen zum Sachbezug und Angebote von Edenred gemäß [Datenschutzerklärung](#).

Mit dem Absenden des Formulars bestätige ich, dass ich den Hinweis zum Datenschutz gelesen habe und mit der Speicherung meiner Daten einverstanden bin. [Hinweis zum Datenschutz](#)

[Kostenlos downloaden](#)

Diese Checkliste gibt Ihnen Antworten auf diese Fragen:

- Was ist neu an der Definition zur Anwendung des 44 Euro Sachbezug.
- Welche gesetzlichen Kriterien muss eine Gutscheinkarte für die Anwendung des Sachbezugs erfüllen.
- Wie stellen Sie sicher, dass Ihre gewählte Gutscheinkarte für den Sachbezug auch in 2022 verwendet werden kann.

Studien

RUHR UNIVERSITÄT BOCHUM **SALES MANAGEMENT DEPARTMENT** [Studieninteressierte](#) [Studierende](#) [Unternehmen](#) [Forschende](#) [Presse](#) [Team](#) [Kontakt & mehr](#)

Hybrid Selling Studie 2021

Sales Management Department
Ruhr-Universität Bochum

Seit März 2020 ist im Vertrieb nichts mehr, wie es einmal war.

Durch die Corona-Pandemie konnten Vertriebsmitarbeiter in 2020 in den meisten Fällen nicht vor Ort beim Kunden sein, sondern mussten den Kunden über digitale Kanäle (Zoom, MS Teams, Skype, ...) besuchen. Vor der Corona-Pandemie waren solche „Online-Besuche“ kaum denkbar, jetzt sind hybride Vertriebsmodelle für Verkäufer und Kunden in vielen Bereichen zur Normalität geworden.

Die hier vorgestellte Studie „Hybrid Selling 2021“ wirt einen differenzierten Blick auf die Veränderungen und Entwicklungspotenziale des Vertriebs, ausgelöst durch die Corona-Pandemie seit Beginn des Jahres 2020.

Buzzword Hybrid Selling:

Wir definieren „Hybrid Selling“ als Kombination aus persönlichen Vor-Ort-Besuchen („Face-to-Face“) und Online-Besuchen (z.B. Zoom, MS-Teams, ...), durch denselben Vertriebsmitarbeiter.

In der im Juni 2021 veröffentlichten Studie des Sales Management Departments der Ruhr-Universität Bochum in Kooperation mit **Mercuri International** und dem **Bundesverband für Vertriebsmanager (BDVM)** haben wir **777 B2B-Unternehmen** aus der **DACH-Region** nach ihren Erfahrungen und Einschätzungen zur **Zukunft des Vertriebs** gefragt.

Interessiert an den Studienergebnissen?
Laden Sie die Ergebnisse weiter unten auf dieser Seite herunter!

Trotz Lockdowns erreichen Unternehmen 97% ihrer Vertriebsziele

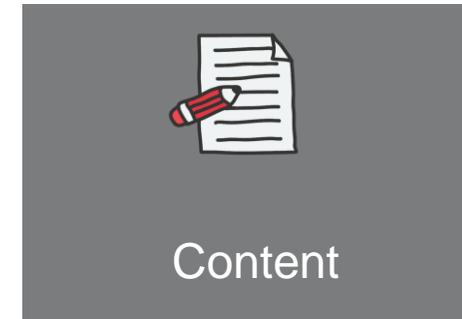
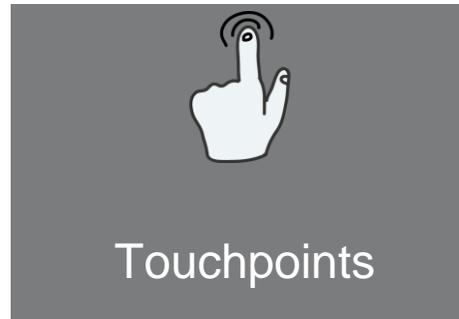
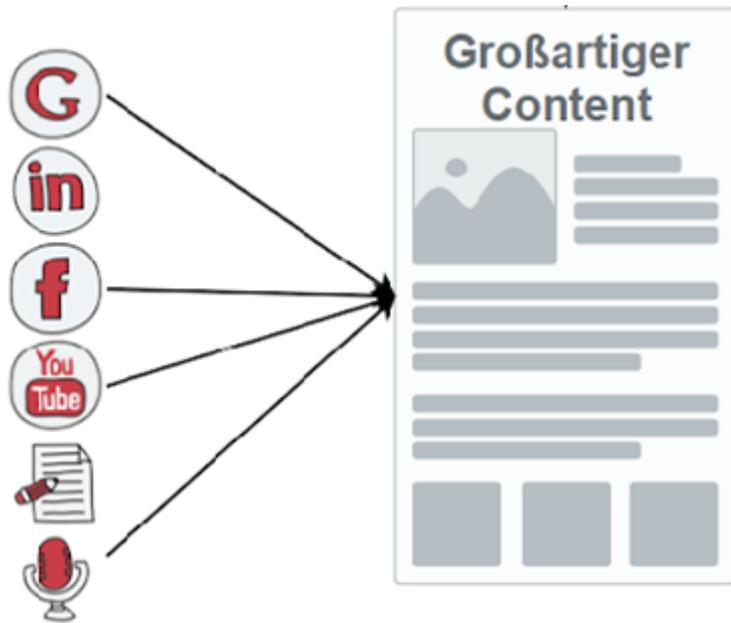
Die Ergebnisse der Studie zeigen unter anderem, dass in 2020 bei **89% der Unternehmen der Vertrieb vom COVID-Shutdown** betroffen war und die Vertriebsmitarbeitenden dadurch nicht vor Ort beim Kunden sein konnten. Dennoch wurden die **Vertriebsziele zu 97% erreicht**.

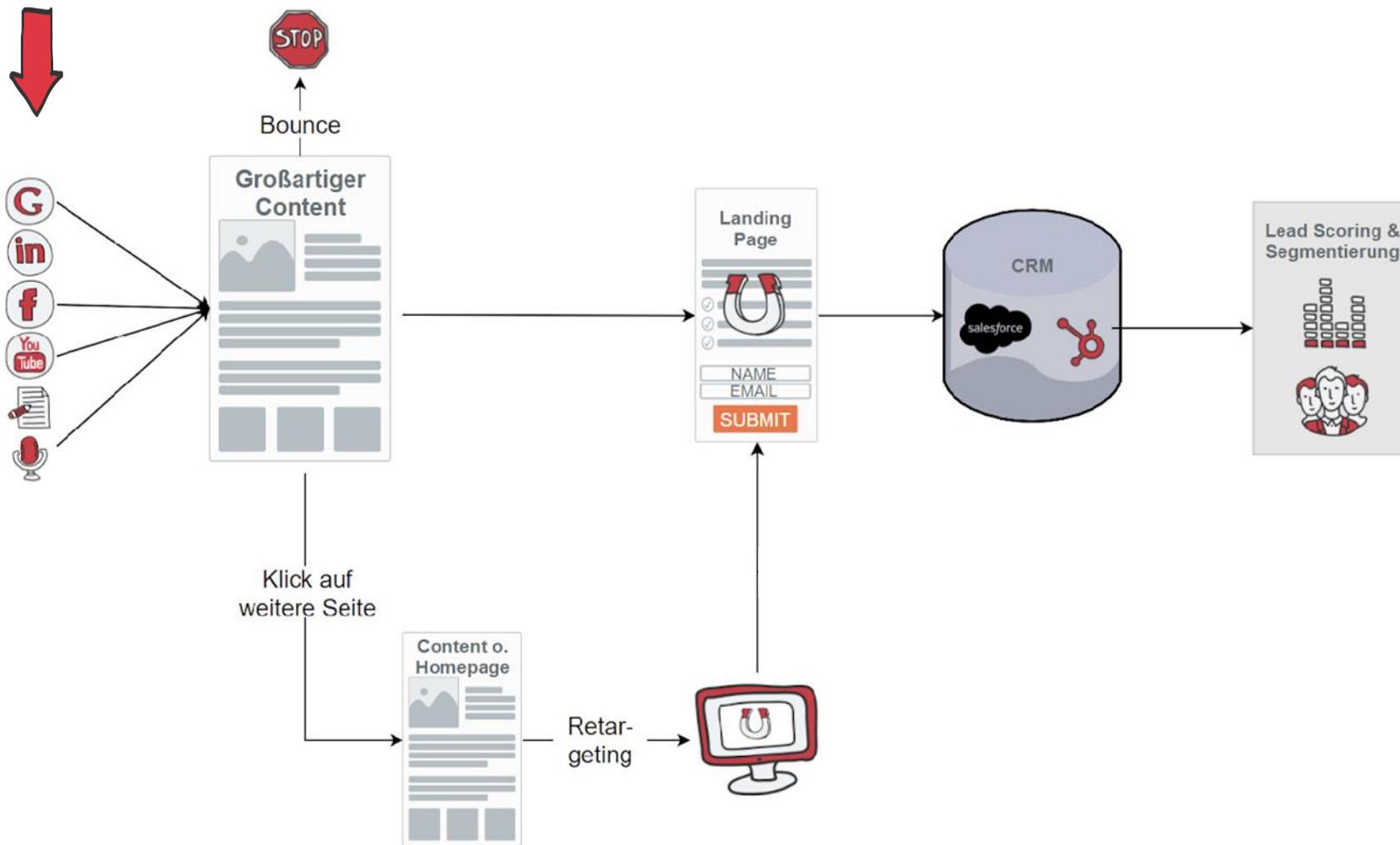
Obwohl 89% der Verkäufer 2020 nicht vor Ort beim Kunden waren, ...

| Erreichung Vertriebsziele | Prozentualer Anteil |
|---------------------------|---------------------|
| 100% | 13% |
| 90-99% | 43% |
| 80-89% | 17% |
| 70-79% | 19% |
| 60-69% | 8% |

... wurden die Vertriebsziele der Unternehmen zu 97% erreicht!

Bedeutet dies, dass es den Vertrieb gar nicht braucht oder zeigt sich vielmehr, dass sich der Vertrieb trotz aller Widerstände und Herausforderungen angepasst, neu erfunden und innovativ weiterentwickelt hat?





Beispiele aus der Praxis

Ungefähr 343.000.000 Ergebnisse (0,34 Sekunden)

<https://blog.hubspot.de> > marketing > lead-scoring

Lead-Scoring in 4 Schritten (+ Lead-Ziel-Rechner) - HubSpot ...

Beim **Lead Scoring** werden die Leads, also potenzielle Kundinnen und Kunden Ihres Unternehmens, anhand einer Skala qualitativ bewertet.

03.08.2021 · Hochgeladen von HubSpot DACH

Was ist Lead Scoring? ▾

Warum ist Lead Scoring wichtig? ▾

<https://omr.com> > glossary > lead-scoring

So funktioniert das Lead Scoring (Erklärung + Beispiel) | OMR

Um die Qualität eines Leads messbar zu machen, ziehst du das sogenannte **Lead Scoring** heran. Das **Lead Scoring** meint die Klassifizierung von gespeicherten ...

<https://www.more-fire.com> > blog > lead-scoring

Lead Scoring: Definition, Vorteile und Prozess (inkl. Vorlage)

05.01.2022 — **Lead Scoring** ist das richtige Werkzeug, um die Leads innerhalb Deiner Sales-Pipeline zu priorisieren. Es hilft Dir sowohl die Geschwindigkeit ...


<https://www.ionos.de> > lead-scoring-die-qualitaet-zaehlt

Was ist Lead Scoring? - IONOS

Als **Lead-Scoring** bezeichnet man die Bewertung von Leads. Dabei stellt man die Qualität der gesammelten Kontakte gegenüber. Bei der Bewertung spielen sowohl ...



📺 Videos



Lead Scoring Automation Funnel (Sendinblue Tutorial) | E ...

YouTube · Sendinblue Deutschland
24.11.2020



Was ist Lead-Scoring?

YouTube · HubSpot DACH
18.07.2019



LEAD SCORING - Was ist eigentlich...?

YouTube · Marketinginstitut
19.10.2019


[Alle anzeigen](#)


Was ist Lead Scoring?

Grundsätzlich wird unter Lead Scoring eine (teil-)automatisierte Bewertung eines Leads im CRM-System anhand mehrerer Kriterien bezeichnet. Diese Kriterien lassen sich grundsätzlich in drei Kategorien einteilen:

Im Lead Scoring werden dabei jedem Lead anhand der ausgewählten Kriterien oder bestimmter (Webseiten-)Aktivitäten automatisch und fortlaufend einen positiven oder negativen Score errechnet. Das Lead Scoring beschreibt nicht nur die Qualität des Leads, sondern hilft den Lead innerhalb der definierten Lead Phasen einzuteilen:



Demographische Daten



Verhaltensbasierte Daten



Firmographische Daten

- **Lead:** Als Lead wird ein Kontakt beschrieben, welcher auf mit Deinem Unternehmen interagiert. Wichtig ist dabei, dass dieser Kontakt die eigene E-Mail Adresse hinterlassen hat.
- **MQL:** Wenn der Kontakt in der "MQL-Phase" ist, ist dieser ein sogenannter **Marketing Qualified Lead**. In dieser Phase hast Du als Unternehmen die "Wertigkeit" des Leads bestimmt und entschieden diesen mit Marketingmaßnahmen zu bearbeiten. Stichwort: Lead Nurturing.
- **SQL:** Wenn der Kontakt bereit ist vom Sales-Team kontaktiert zu werden, wird von einem **Sales Qualified Lead** gesprochen. Für diese Phase sollte der Kontakt bestimmte demographische / unternehmensspezifische Kriterien erfüllen oder ein spezifisches Verhalten gezeigt haben.

Zusammengefasst kann in diesem Abschnitt gesagt werden: Der Lead Score beschreibt nicht nur die Qualität des Leads. Er spiegelt auch die Wahrscheinlichkeit für einen Kaufabschluss wider.

Lead-Scoring in 4 Schritten (+ Lead-Ziel-Rechner) - HubSpot ...

Beim **Lead Scoring** werden die Leads, also potenzielle Kundinnen und Kunden Ihres Unternehmens, anhand einer Skala qualitativ bewertet.

03.08.2021 · Hochgeladen von HubSpot DACH

Was ist Lead Scoring?

Warum ist Lead Scoring wichtig?

So funktioniert das Lead Scoring (Erklärung + Beispiel) | OMR

Um die Qualität eines Leads messbar zu machen, ziehst du das sogenannte **Lead Scoring** heran. Das **Lead Scoring** meint die Klassifizierung von gespeicherten ...

Lead Scoring: Definition, Vorteile und Prozess (inkl. Vorlage)

05.01.2022 — **Lead Scoring** ist das richtige Werkzeug, um die Leads innerhalb Deiner Sales-Pipeline zu priorisieren. Es hilft Dir sowohl die Geschwindigkeit ...

Was ist Lead Scoring? - IONOS

Als **Lead-Scoring** bezeichnet man die Bewertung von Leads. Dabei stellt man die Qualität der gesammelten Kontakte gegenüber. Bei der Bewertung spielen sowohl ...

Videos



Lead Scoring Automation Funnel (Sendinblue Tutorial) | E ...

YouTube · Sendinblue Deutschland
24.11.2020



Was ist Lead-Scoring?

YouTube · HubSpot DACH
18.07.2019



LEAD SCORING - Was ist eigentlich...?

YouTube · Marketinginstitut
19.10.2019

Alle anzeigen



Was ist Lead Scoring?

Grundsätzlich wird unter Lead Scoring eine (teil-)automatisierte Bewertung eines Leads im CRM-System anhand mehrerer Kriterien bezeichnet. Diese Kriterien lassen sich grundsätzlich in drei Kategorien einteilen:

Im Lead Scoring werden dabei jedem Lead anhand der ausgewählten Kriterien oder bestimmter (Webseiten-)Aktivitäten automatisch und fortlaufend einen positiven oder negativen Score errechnet. Das Lead Scoring beschreibt nicht nur die Qualität des Leads, sondern hilft den Lead innerhalb der definierten Lead Phasen einzuteilen:



Demographische Daten



Verhaltensbasierte Daten



Firmographische Daten

- **Lead:** Als Lead wird ein Kontakt beschrieben, welcher auf mit Deinem Unternehmen interagiert. Wichtig ist dabei, dass dieser Kontakt die eigene E-Mail Adresse hinterlassen hat.
- **MQL:** Wenn der Kontakt in der "MQL-Phase" ist, ist dieser ein sogenannter **Marketing Qualified Lead**. In dieser Phase hast Du als Unternehmen die "Wertigkeit" des Leads bestimmt und entschieden diesen mit Marketingmaßnahmen zu bearbeiten. Stichwort: Lead Nurturing.
- **SQL:** Wenn der Kontakt bereit ist vom Sales-Team kontaktiert zu werden, wird von einem **Sales Qualified Lead** gesprochen. Für diese Phase sollte der Kontakt bestimmte demographische / unternehmensspezifische Kriterien erfüllt haben, ein spezifisches Verhalten gezeigt haben.

Zusammengefasst kann in diesem Abschnitt gesagt werden: Der Lead Score beschreibt nicht nur die Qualität des Leads, sondern spiegelt auch die Wahrscheinlichkeit für einen Kaufabschluss wider.

B2B-Lead-Scoring-Leitfaden
Schritt für Schritt Dein Lead Scoring aufsetzen. So klappf's.
Download E-Book

Ungefähr 343.000.000 Ergebnisse (0,34 Sekunden)

https://blog.hubspot.de > marketing > lead-scoring
Lead-Scoring in 4 Schritten (+ Lead-Ziel-Rechner) - HubSpot ...

Beim **Lead Scoring** werden die Leads, also potenzielle Kundinnen und Kunden Ihres Unternehmens, anhand einer Skala qualitativ bewertet.
 03.08.2021 · Hochgeladen von HubSpot DACH

- Was ist Lead Scoring?
- Warum ist Lead Scoring wichtig?

https://omr.com > glossary > lead-scoring
So funktioniert das Lead Scoring (Erklärung + Beispiel) | OMR

Um die Qualität eines Leads messbar zu machen, ziehst du das sogenannte **Lead Scoring** heran. Das **Lead Scoring** meint die Klassifizierung von gespeicherten ...



https://www.more-fire.com > blog > lead-scoring
Lead Scoring: Definition, Vorteile und Prozess (inkl. Vorlage)

05.01.2022 — **Lead Scoring** ist das richtige Werkzeug, um die Leads innerhalb Deiner Sales-Pipeline zu priorisieren. Es hilft Dir sowohl die Geschwindigkeit ...



https://www.ionos.de > lead-scoring-die-qualitaet-zaehlt
Was ist Lead Scoring? - IONOS

Als **Lead-Scoring** bezeichnet man die Bewertung von Leads. Dabei stellt man die Qualität der gesammelten Kontakte gegenüber. Bei der Bewertung spielen sowohl ...



Videos

Lead Scoring Automation Funnel (Sendinblue Tutorial) | E ...



YouTube · Sendinblue Deutschland
 24.11.2020

Was ist Lead-Scoring?



YouTube · HubSpot DACH
 18.07.2019

LEAD SCORING - Was ist eigentlich...?



YouTube · Marketinginstitut
 19.10.2019

Alle anzeigen



Was ist Lead Scoring?

Grundsätzlich wird unter Lead Scoring eine (teil-)automatisierte Bewertung eines Leads im CRM-System anhand mehrerer Kriterien bezeichnet. Diese Kriterien lassen sich grundsätzlich in drei Kategorien einteilen:

Im Lead Scoring werden dabei jedem Lead anhand der ausgewählten Kriterien oder bestimmter (Webseiten-)Aktivitäten automatisch und fortlaufend einen positiven oder negativen Score errechnet. Das Lead Scoring beschreibt nicht nur die Qualität des Leads, sondern hilft den Lead innerhalb der definierten Lead Phasen einzuteilen:



Demographische Daten



Verhaltensbasierte Daten



Firmographische Daten

- **Lead:** Als Lead wird ein Kontakt beschrieben, welcher auf mit Deinem Unternehmen interagiert. Kontakt die eigene E-Mail Adresse hinterlassen hat.
- **MQL:** Wenn der Kontakt in der "MQL-Phase" ist, ist dieser ein sogenannter **Marketing Qualified**. Du als Unternehmen die "Wertigkeit" des Leads bestimmt und entschieden diesen mit Marketing Stichwort: Lead Nurturing.
- **SQL:** Wenn der Kontakt bereit ist vom Sales-Team kontaktiert zu werden, wird von einem **Sales**. Für diese Phase sollte der Kontakt bestimmte demographische / unternehmensspezifische Kriterien spezifisches Verhalten gezeigt haben.

Zusammengefasst kann in diesem Abschnitt gesagt werden: Der Lead Score beschreibt nicht nur die Qualität des Leads, sondern spiegelt auch die Wahrscheinlichkeit für einen Kaufabschluss wider.



B2B-Lead-Scoring-Leitfaden

Mit diesem E-Book gelingt Dir die schnelle Implementierung Deines Lead Scorings. Jetzt Download sichern.

Vorname

Nachname

E-Mail

Weiter



| | | | | |
|--|---|---|---|---|
| <p>AUFRUFE</p> <p>5.774</p> <p>▲ 1.125,9%</p> | <p>KLICK-/ÖFFNUNGSRATE</p> <p>5,33%</p> <p>▼ 2,95%</p> | <p>FORMULARAUFRUFE</p> <p>308</p> <p>▲ 689,74%</p> | <p>FORMULAR-KONVERSIONSRATE</p> <p>61,04%</p> <p>▲ 9,76%</p> | <p>EINSENDUNGEN</p> <p>188</p> <p>▲ 840%</p> |
|--|---|---|---|---|



Demographische Daten



Verhaltensbasierte Daten



Firmographische Daten

- **Lead:** Als Lead wird ein Kontakt beschrieben, welcher auf mit Deinem Unternehmen interagiert. Kontakt die eigene E-Mail Adresse hinterlassen hat.
- **MQL:** Wenn der Kontakt in der "MQL-Phase" ist, ist dieser ein sogenannter **Marketing Qualified**. Du als Unternehmen die "Wertigkeit" des Leads bestimmt und entschieden diesen mit Marketing. Stichwort: Lead Nurturing.
- **SQL:** Wenn der Kontakt bereit ist vom Sales-Team kontaktiert zu werden, wird von einem **Sales**. Für diese Phase sollte der Kontakt bestimmte demographische / unternehmensspezifische Kriterien / spezifisches Verhalten gezeigt haben.

Zusammengefasst kann in diesem Abschnitt gesagt werden: Der Lead Score beschreibt nicht nur die Qualität des Leads, sondern spiegelt auch die Wahrscheinlichkeit für einen Kaufabschluss wider.



B2B-Lead-Scoring-Leitfaden

Mit diesem E-Book gelingt Dir die schnelle Implementierung Deines Lead Scorings. Jetzt Download sichern.

Vorname

Nachname

E-Mail

[Weiter](#)

YouTube Videos

morefire

ONLINE MARKETING
INSIGHTS

E-Book
25+1 IDEE FÜR BESSERE
ANZEIGENTEXTE
Google Ads Anzeigenoptimierung

Mehr Experten-Tipps, die Dein Online Marketing nachhaltig verbessern. Download-Link in der Videobeschreibung!

Vollbildmodus beenden (f)

2:43 / 4:08 • Call-to-Action > Für Details scrollen

LinkedIn Ads

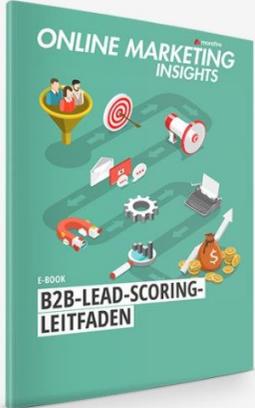


morefire GmbH
1.305 Follower
Gesponsert

Lead Scoring – der effektive und schnelle Weg für gute und saubere Leads!

- Was ist Lead Scoring?
- Die wichtigsten KPIs
- Praxisbeispiele!

Jetzt downloaden 🔥



KOSTENLOSES E-BOOK

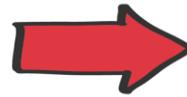
Automatisiertes B2B-Lead-Scoring: So gewinnen Sie effektiv neue Kunden

DOWNLOAD E-BOOK

Kostenloses eBook - B2B-Lead-Scoring-Leitfaden [Herunterladen](#)

get.more-fire.com

👍 23





KOSTENLOSES E-BOOK

Lead Scoring: Der Hebel für noch erfolgreicheres Online Marketing im B2B

Viele Leads sind gut – aber werden auch schnell zum Engpass, wenn Du nicht weißt, welches Lead Du wie bearbeiten sollst. Dabei hilft effektives Lead Scoring. Wie das geht zeigt Dir dieses E-Book.

ZUM DOWNLOAD



KOSTENLOSES E-BOOK

Lead Scoring: Der Hebel für noch erfolgreicheres Online Marketing im B2B

Viele Leads sind gut – aber werden auch schnell zum Engpass, wenn Du nicht weißt, welches Lead Du wie bearbeiten sollst. Dabei hilft effektives Lead Scoring. Wie das geht zeigt Dir dieses E-Book.

ZUM DOWNLOAD

Google Partner | LinkedIn Marketing Solutions Certified | FACEBOOK | SEA | SEC | SaaS | SaaS | SaaS | SaaS | SaaS | SaaS

So hilft Dir Lead Scoring, die Spreu vom Weizen zu trennen

Was ist Lead Scoring?
Welche Arten von Leads gibt es und wie kann ich diese für Marketing und Vertrieb optimal aufbereiten?

Wann lohnt sich Lead Scoring?
Mithilfe dieser vier Fragen findest Du schnell heraus, ob Lead Scoring für Dein Unternehmen eine sinnvolle Methode ist.

Die Voraussetzungen
Diese Vorbereitungen solltest Du treffen, bevor Du mit Lead Scoring beginnst, sonst verschenkst Du Potenzial.

Die wichtigsten KPIs
Definieren Sie, welche Art Lead Sie benötigen und richten Sie darauf alle weiteren Maßnahmen im Lead Scoring aus.

Lead-Scoring-Attribute
Demografisch, unternehmens- oder verhaltensspezifisch: Lege fest, welche Attribute Du für Deine Leads benötigst.

Praxisbeispiel
Lerne an einem Beispiel, wie Du Lead Scoring erfolgreich in Dein Marketing- & Sales-Prozess integrierst.

Deshalb hilft Dir dieses E-Book, Lead Scoring im B2B gewinnbringend und effizient einzusetzen

LinkedIn Lead Ads

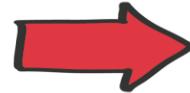
 **ecom instruments GmbH**
Gesponsert

ecom instrument provides mobile solutions for hazardous areas. ATEX certified mobile devices & mobile safety lead to higher productivity and less costs: Get to know our Use Case now: <https://lnkd.in/gNcRWft>



Use cases

[Herunterladen](#)



ecom: Intrinsically safe mobile devices

ecom instruments provides mobile solutions for hazardous areas. ATEX ... mehr anzeigen

We'll send this information to ecom instruments GmbH subject to their [privacy policy](#).

Email address
anne.smith@example.com

First name
Anne

First name
Anne

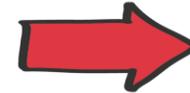
Last name
Smith

Country
USA

Job title
Sales Lead

Company name
Salestech Corp

[Submit](#)



 **ecom instruments GmbH**
Gesponsert

 **Informationen an ecom instruments GmbH gesendet**

Dear Sir or Madam, thank you for your inquiry. We will process your request as soon as possible. For additional information please visit our website.

[Mehr erfahren](#)

11 Gefällt mir • 3 Kommentare

 Gefällt mir  Kommentar  Teilen

Facebook & Instagram Ads

Gesundheitswissen
Gesponsert ·

Als Diabetiker Kuchen essen?
► Das geht und zwar mit dem richtigen Rezept!

- ✓ Schlemmen ohne schlechtes Gewissen
- ✓ Von Diabetikern empfohlen
- ✓ Rezept sofort abrufbar



Jetzt Rezept für Diabetiker-Käsekuchen sichern
gesundheits-praemien.de [Mehr dazu](#)

252 36 Kommentare 175 Mal geteilt

Gefällt mir | Kommentieren | Teilen

Gesundheitswissen
Gesponsert ·

Mit wenig Aufwand länger fit bleiben? 😱
FitCOACH Wessinghage bestätigt:
3 Minuten am Tag reichen!
JETZT ▶ Muskeln stärken & Schmerzen lindern



GRATIS: Die 12 besten Übungen
fit-mit-wessinghage.com [Mehr dazu](#)

486 35 Kommentare 159 Mal geteilt

Gefällt mir | Kommentieren | Teilen

Audio Ads - Spotify und Podcast Werbung



PODCAST-FOLGE
CRM: Die Welt des Customer Relationship Managements | The Art of Sales #26
The Art of Sales // by digital kompakt

Aug. 2020 · 55 Min. 57 Sek.

Beschreibung |||| PERSONEN ||||

Es ist das zentrale Element unterschiedlicher Systeme, wie sie am besten funktionieren.

PERSONEN

- Gero Decker, Sales-Experte & CEO des Prozess-Software-Unternehmens Signavio – <https://www.linkedin.com/in/gerodecker/>
- Joel Kaczmarek, Digitalexperte & Gründer digital kompakt – <https://www.linkedin.com/in/joelkaczmarek/>
- Bernd Wagner, Senior Area Vice President at Salesforce <https://www.linkedin.com/in/bernd-wagner-284662/?originalSubdomain=de>

|||| SPONSOREN ||||

- morefire – Marketing Automation: <https://get.more-fire.com/kompakt>
- Twill – Digitaler Frachtllogistikservice: www.digitalkompakt.de/twill
- Übersicht aller Sponsoren: www.digitalkompakt.de/sponsoren/



morefire

ONLINE-MARKETING-PAKET ZUM DOWNLOAD

HubSpot & Marketing Automation: Schritt für Schritt vom Lead zum Kunden

Du willst mehr Leads und Kunden über Online Marketing gewinnen? HubSpot als Tool ist dabei im Einsatz, oder interessant?

Dann sichere Dir das exklusive Online-Marketing-Paket für die Hörer von "digital kompakt":

- HubSpot im Praxis-Einsatz [Webinar]
- Lead Generierung für B2B Unternehmen [E-Book]
- Marketing Automation entlang der Customer Journey [Webinar]
- Lead Scoring: Welcher Lead ist kaufbereit? [Leitfaden und Scoring-Vorlage]
- Lead Nurturing: So führst Du Leads zum Kauf [E-Book]

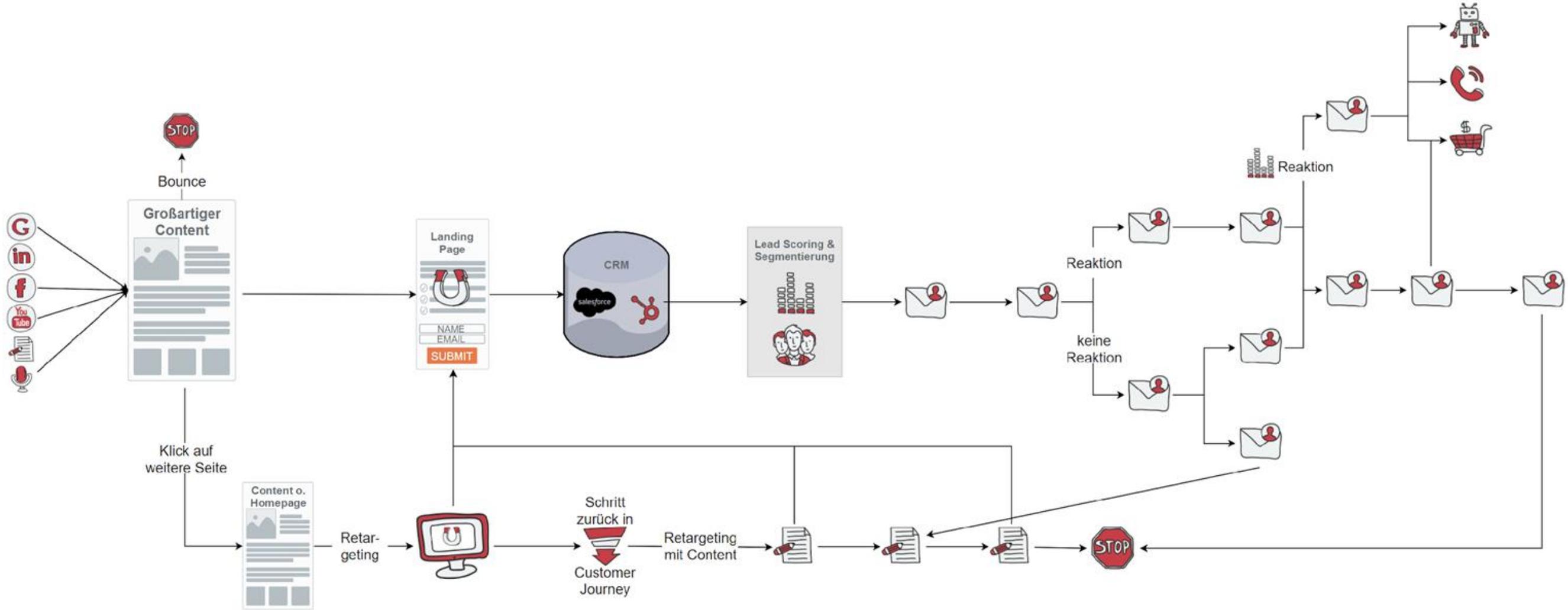
Sichere Dir jetzt die erprobten Tipps, Methoden und Praxis-Beispiele für Deinen Online-Marketing-Erfolg 2021. Hier Klicken:

ZUM DOWNLOAD

Google Partner | Google Marketing Platform Certified | FACEBOOK MARKETING PARTNER | BVDW | HubSpot | Microsoft Advertising Partner

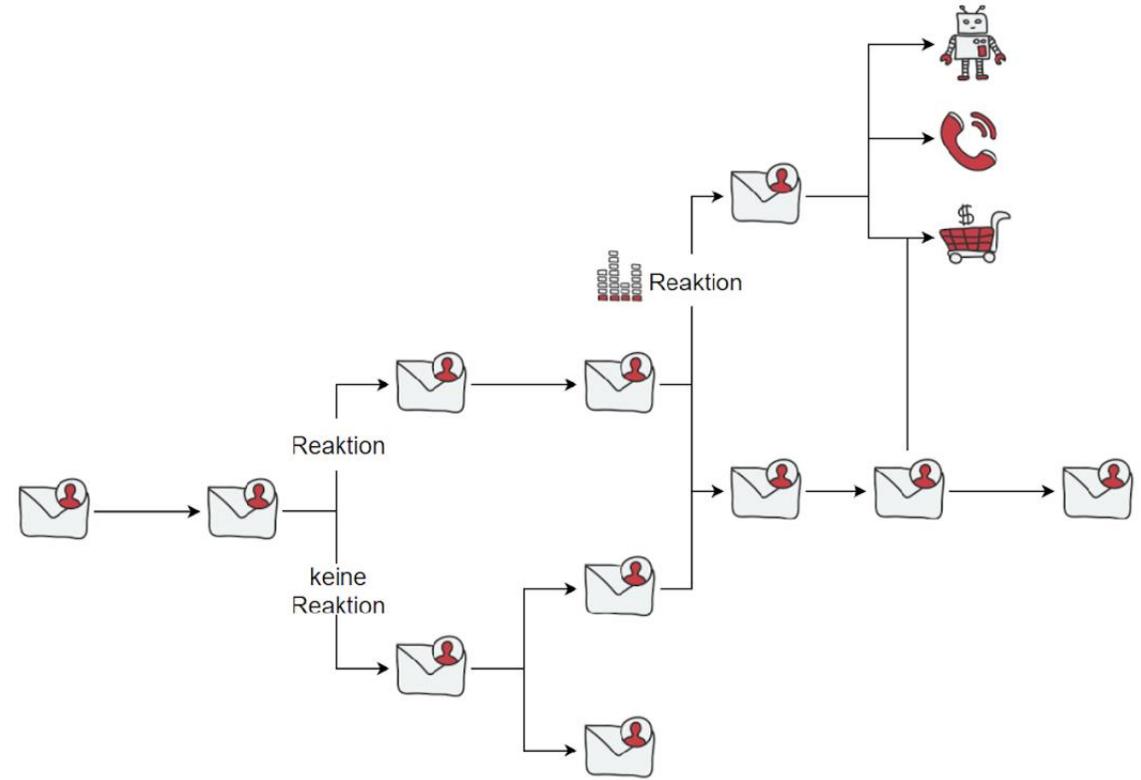
Vom Lead zum Kunden

Lead Scoring & Nurturing



“
**GIVE VALUE.
GIVE VALUE.
GIVE VALUE.
AND THEN ASK
FOR BUSINESS.**

@GARYVEE



Was sind die Hürden beim Lead Nurturing?

E-Commerce

- Unklares Interesse, wenige Informationen
- Verknüpfung aller Daten
- Zu wenig Informationen für gezielte Ansprache
- Oft ziehen nur Rabatt-Trigger

B2B

- Sales hat nicht genügend Informationen zu den Kontakten
- Leads werden nicht qualifiziert
- Sales kontaktiert unqualifizierte Leads
- Leads werden nicht kontaktiert
- Leads sind noch nicht bereit für den Kauf
- Leads wissen nicht, was dein Unternehmen anbietet

Lead Nurturing – Blick unter die Haube



Gesamt-Performance

| MARKETING Growth Praxis Guide E-Mail-Marketing-Strategie DOI Mail | |
|---|-----------------|
| E-Mail-Typ | Aktualisiert am |
| Automatisiert | 23. Juli 2021 |
| ÖFFNUNGSRATE | 92,86% |
| KLICK-/ÖFFNUNGSRATE | 94,51% |
| KLICKRATE | 87,76% |
| ABMELDUNGEN (OPT-OUT) | 2,04% |

| MARKETING Growth Praxis Guide E-Mail-Marketing-Strategie Welcome Mail | |
|---|-----------------|
| E-Mail-Typ | Aktualisiert am |
| Automatisiert | 23. August 2021 |
| ÖFFNUNGSRATE | 95,24% |
| KLICK-/ÖFFNUNGSRATE | 88% |
| KLICKRATE | 83,81% |
| ABMELDUNGEN (OPT-OUT) | 0,95% |

| MARKETING Growth Praxis Guide E-Mail-Marketing-Strategie Mail 1 - 10 Tipps | |
|--|-----------------|
| E-Mail-Typ | Aktualisiert am |
| Automatisiert | 24. August 2021 |
| ÖFFNUNGSRATE | 52% |
| KLICK-/ÖFFNUNGSRATE | 26,92% |
| KLICKRATE | 14% |
| ABMELDUNGEN (OPT-OUT) | 0% |

| MARKETING Growth Praxis Guide E-Mail-Marketing-Strategie Mail 2 - Checkliste | |
|--|-----------------|
| E-Mail-Typ | Aktualisiert am |
| Automatisiert | 27. Januar 2022 |
| ÖFFNUNGSRATE | 52,73% |
| KLICK-/ÖFFNUNGSRATE | 41,38% |
| KLICKRATE | 21,82% |
| ABMELDUNGEN (OPT-OUT) | 1,82% |

| MARKETING Growth Praxis Guide E-Mail-Marketing-Strategie Mail 3 Journey | |
|---|-------------------|
| E-Mail-Typ | Aktualisiert am |
| Automatisiert | 7. September 2021 |
| ÖFFNUNGSRATE | 42,22% |
| KLICK-/ÖFFNUNGSRATE | 10,53% |
| KLICKRATE | 4,44% |
| ABMELDUNGEN (OPT-OUT) | 0% |



MARKETING | Growth | Praxis Guide | E-Mail-Marketing-Strategie | Mail 4 - Customer Journey DL Vorlage

E-Mail-Typ: Automatisiert
Aktualisiert am: 23. Juli 2021

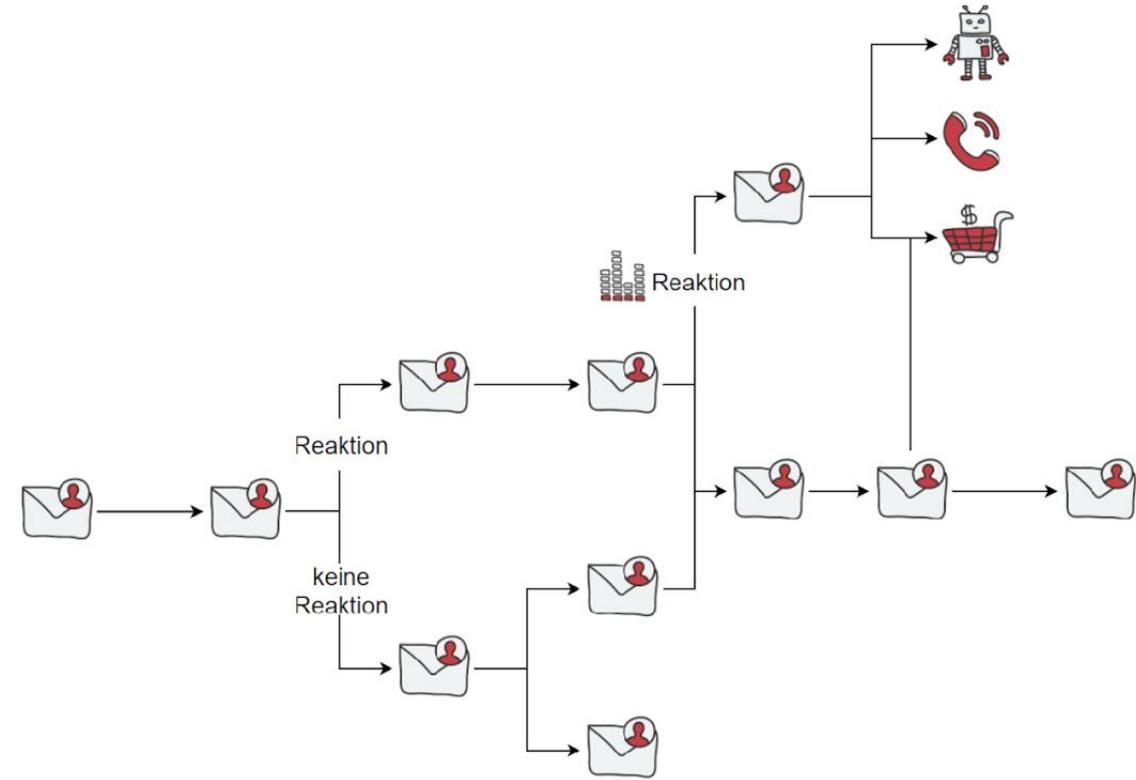
| | |
|-----------------------|--------|
| ÖFFNUNGSRATE | 68,89% |
| KLICK-/ÖFFNUNGSRATE | 41,94% |
| KLICKRATE | 28,89% |
| ABMELDUNGEN (OPT-OUT) | 0% |

MARKETING | Growth | Praxis Guide | E-Mail-Marketing-Strategie | Mail 5 - Webinar & E-Book

E-Mail-Typ: Automatisiert
Aktualisiert am: 26. August 2021

| | |
|-----------------------|--------|
| ÖFFNUNGSRATE | 57,78% |
| KLICK-/ÖFFNUNGSRATE | 23,08% |
| KLICKRATE | 13,33% |
| ABMELDUNGEN (OPT-OUT) | 2,22% |

**Bitte kein
„set and forget“**



Analyse der Mails

- Betreffzeile
- Absender
- Wochentage
- Abstände
- Länge
- Mit Link oder ohne
- Downloads ergänzen
- ...

| Name der E-Mail | Betreff | Kampagne | Zugestellt | Geöffnet | Öffnungsrate | Angeklickt | Klickrate | Klick-/ Öffnungsrate | Abmelderate |
|-----------------|---------|----------|------------|----------|--------------|------------|-----------|----------------------|-------------|
| | | | 1118 | 754 | 67,44% | 481 | 43,02% | 63,79% | 0,00% |
| | | | 1573 | 988 | 62,81% | 676 | 42,98% | 68,42% | 3,31% |
| | | | 1365 | 806 | 59,05% | 572 | 41,90% | 70,97% | 0,00% |
| | | | 559 | 312 | 55,81% | 195 | 34,88% | 62,50% | 2,33% |
| | | | 780 | 429 | 55,00% | 130 | 16,67% | 30,30% | 1,67% |
| | | | 923 | 507 | 54,93% | 130 | 14,08% | 25,64% | 1,41% |
| | | | 806 | 442 | 54,84% | 286 | 35,48% | 64,71% | 3,23% |
| | | | 3692 | 2002 | 54,23% | 1313 | 35,56% | 65,58% | 1,06% |
| | | | 1053 | 546 | 51,85% | 260 | 24,69% | 47,62% | 0,00% |
| | | | 403 | 208 | 51,61% | 169 | 41,94% | 81,25% | 0,00% |
| | | | 455 | 234 | 51,43% | 78 | 17,14% | 33,33% | 0,00% |
| | | | 2834 | 1456 | 51,38% | 611 | 21,56% | 41,96% | 4,13% |
| | | | 767 | 390 | 50,85% | 195 | 25,42% | 50,00% | 0,00% |
| | | | 2665 | 1326 | 49,76% | 676 | 25,37% | 50,98% | 1,46% |
| | | | 1157 | 559 | 48,31% | 234 | 20,22% | 41,86% | 1,12% |
| | | | 1027 | 494 | 48,10% | 143 | 13,92% | 28,95% | 2,53% |
| | | | 468 | 221 | 47,22% | 78 | 16,67% | 35,29% | 0,00% |
| | | | 637 | 299 | 46,94% | 130 | 20,41% | 43,48% | 4,08% |
| | | | 728 | 338 | 46,43% | 117 | 16,07% | 34,62% | 1,79% |
| | | | 1430 | 663 | 46,36% | 234 | 16,36% | 35,29% | 0,91% |
| | | | 2028 | 936 | 46,15% | 104 | 5,13% | 11,11% | 0,00% |
| | | | 1157 | 533 | 46,07% | 260 | 22,47% | 48,78% | 2,25% |
| | | | 14677 | 6760 | 46,06% | 1092 | 7,44% | 16,15% | 2,48% |
| | | | 2366 | 1066 | 45,05% | 13 | 0,55% | 1,22% | 0,55% |
| | | | 611 | 273 | 44,68% | 182 | 29,79% | 66,67% | 4,26% |
| | | | 468 | 208 | 44,44% | 65 | 13,89% | 31,25% | 0,00% |
| | | | 949 | 416 | 43,84% | 91 | 9,59% | 21,88% | 5,48% |
| | | | 2561 | 1118 | 43,65% | 416 | 16,24% | 37,21% | 1,02% |
| | | | 2028 | 884 | 43,59% | 0 | 0,00% | 0,00% | 1,28% |

Inhalte entlang der Customer Journey



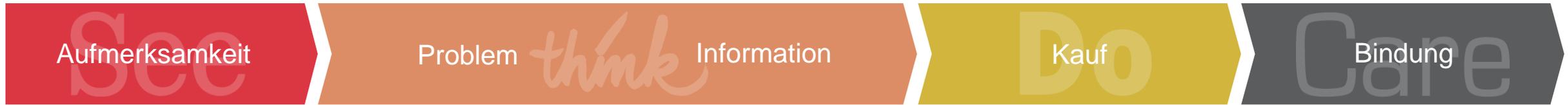
Educate

Inform

Engage

Convert

Care



| | | | | |
|----------------|---------------|---------------|----------------|-------------|
| Educate | Inform | Engage | Convert | Care |
|----------------|---------------|---------------|----------------|-------------|

Ratgeber
 Wissensseiten
 Checklisten
 Social Media

White-Paper
 Videos
 Webinare
 Case Studies

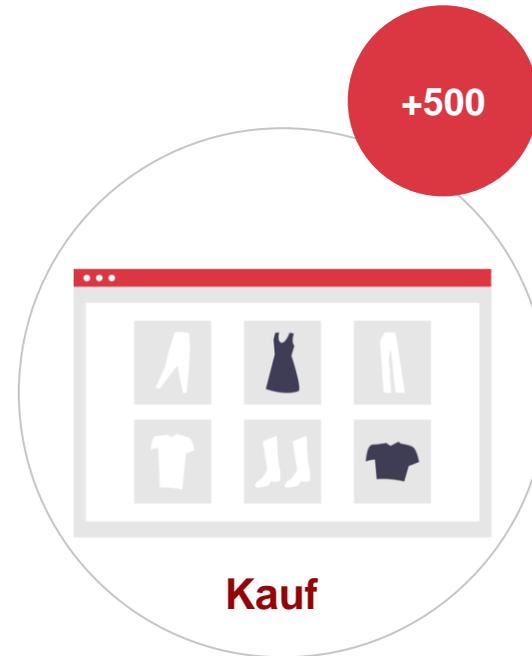
Kundenstimmen
 Vorteilsseiten
 Zertifizierungen

Produktdetails
 Liefer- & Zahlungs-
 konditionen
 Service

Onboarding
 Weiterbildung
 Vorteile als
 Mitglied
 Exklusive Inhalte
 Newsletter

**Woran erkenne ich, dass jemand
auf der nächsten Stufe ist?**

Was ist Lead Scoring?



**Welche Kriterien
kann ich nutzen?**

Sozio-demografisch



Name



Alter



Geschlecht



Wohnort



Elternstatus



Branche



Tätigkeit



Bildungsgrad

Verhaltensbasiert



Warenkorb
abgebrochen



Produkt
angesehen



Kategorie
aufgerufen



(Google) Suche
getätigt



Kontaktformular
ausgefüllt



Seitenaufruf
(z. B. Kontaktseite)



Standortsuche
getätigt



Klick
(z. B. auf Telefonnr.)

Psychografisch



Kommunikations-
präferenzen



Vorlieben



Interessen
(berufliche & private)



Ziele und Motive
(berufliche & private)



Herausforderungen
(berufliche & private)



zentrale Werte



Preissensitivität



(Vor-)wissen und
Informationsbedarf

Sozio-demografisch



Unternehmens-
größe



Buyer Persona



Berufliche / private
E-Mail Adresse



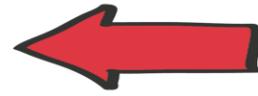
Wettbewerber



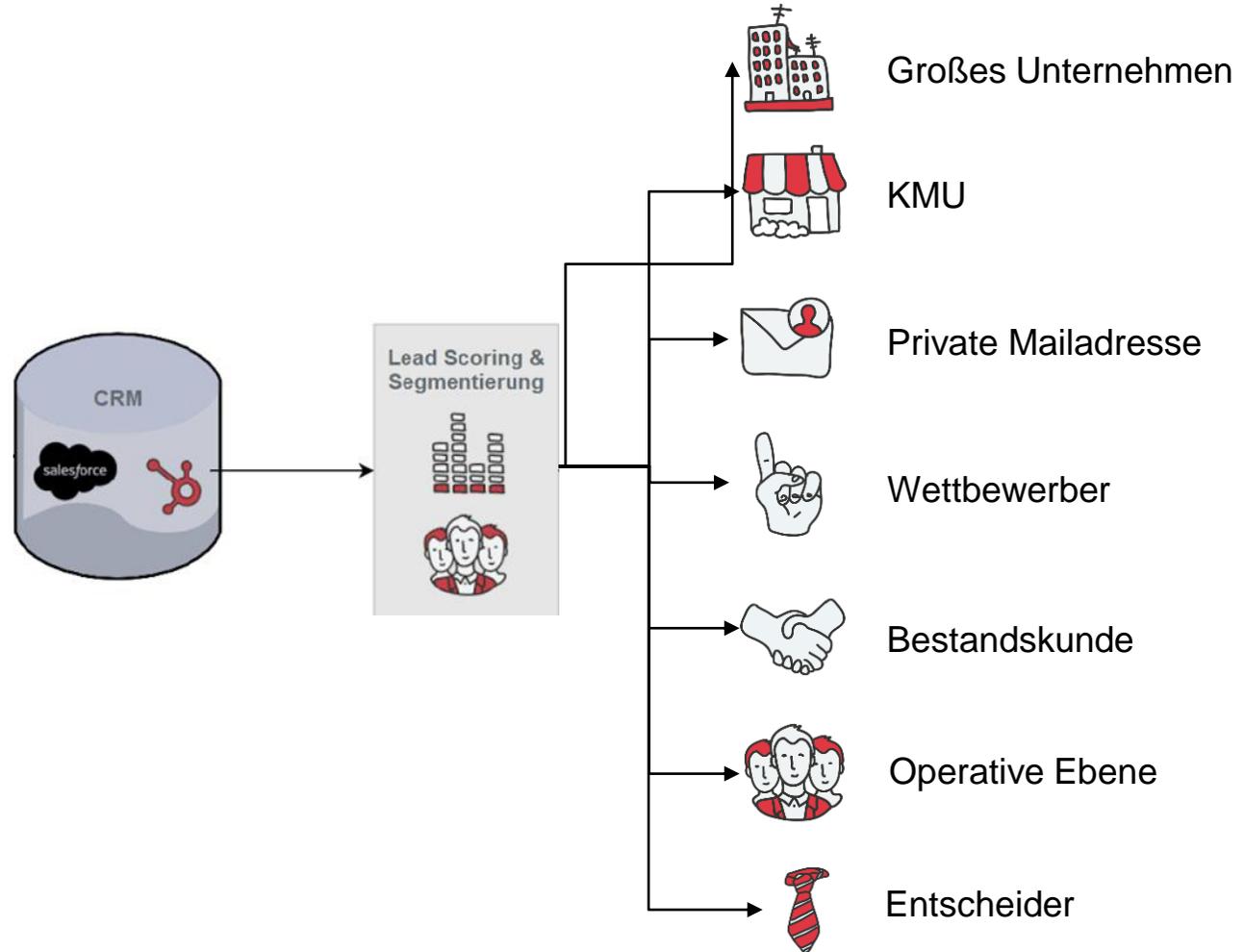
Lifecycle Stage



Potenzieller
Mitarbeitende



Adaption / Ergänzung für B2B



Leads näher an den Kauf bringen...

107 extrem effiziente Hacks für sofort mehr Besucher auf deiner Website
Wie du zuverlässig dafür sorgst, dass deine Website zukünftig viel mehr Traffic bekommt

"Wirkungsvolle Strategien, die deine Website Traffic schnell steigern"

Gewinne zukünftig kontinuierlich NEUE Besucher für deine Website, OHNE dafür einen Cent auszugeben!

Bist du frustriert, weil deine Website keine oder zu wenig Besucher bekommt? Hast du genug von dubiosen Wundermitteln, die irgendwelche selbsternannten Gurus angreifen? Willst du auch endlich eine Website haben, die jeden Tag immer mehr Besucher anzieht und mit der du gutes Geld verdienst?

Die komplette Erfolgsanleitung für sofort mehr Besucher auf deiner Website!

Auf 258 Seiten enthält das Bestseller eBook "Die Traffic Bibel" u.a.:

- ✓ wie du zukünftig mehr Besucher als je zuvor für deine Website gewinnst
- ✓ wie du dauerhaft hochwertigen Traffic erzeugst und sofort Ergebnisse erzielst
- ✓ wie du deine Besucher dazu bringst, deine Website immer wieder aufzusuchen

...und vieles mehr. 107 bewährte Tipps, Tricks, Hacks und Strategien für mehr Website Traffic, die nachweislich funktionieren und mit denen du erfolgreiche Seiten aufbaust.

KLICK JETZT HIER UND SPARE 50%!
Sonderpreis: Statt 49,90 Euro zahlst du JETZT NUR 24,95 Euro

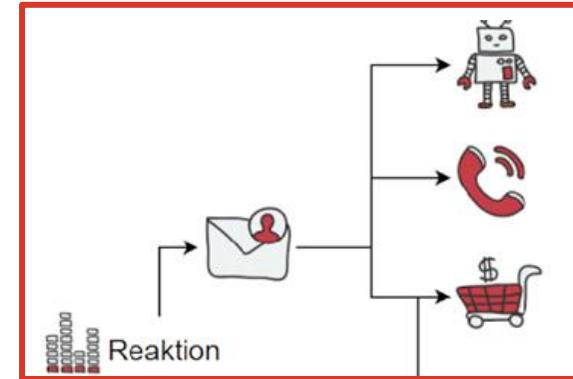
Wie lange soll das Meeting dauern?
30 Min., 45 Min., 1 Stunde

Bitte gewünschte Uhrzeit wählen:
UTC +02:00 (Europa) Mittlereuropäische Zeit

16:45
17:00

Meeting Marcel Becker (morefire)
< Oktober >

| MO. | DI. | MI. | DO. | FR. | SA. | SO. |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |



03 42 38
Hours Minutes Seconds

SPECIAL OFFER - Save 35% or More on All OptimMonster Plans - Limited Time Deal!

optimmonster Login

The Powerful Customer Acquisition & Lead Generation Software ... Without the High Costs
Join 1,000,000+ who get more subscribers and customers with OptimMonster.

★★★★★ "Instant 10% lift in driving sales." - Neil Patel

| MOST POPULAR | | | |
|--|--|---|--|
| Basic normally \$14/mo \$9 /mo (billed annually) | Plus normally \$20/mo \$19 /mo (billed annually) | Pro normally \$47/mo \$29 /mo (billed annually) | Growth normally \$90/mo \$49 /mo (billed annually) |
| "Essential tools to get more leads from your existing traffic." | "Great for growing businesses who want to do more." | "Everything you need to get huge results, fast!" | "All the tools necessary to transform your conversions." |
| Get Started | Get Started | Get Started | Get Started |

vistaprint

Search

Help is here. 1 866 207 4955 Sign In My Account Cart

All Products Masks by Vistaprint Business Cards Marketing Materials Signs & Banners Photo Gifts & Wall Art Invitations & Stationery Clothing & Bags Promotional Products Labels & Stickers Digital Marketing Design Services COVID-19 Products Deals

Home / Samples / Business Kit

Free Business Sample Kit

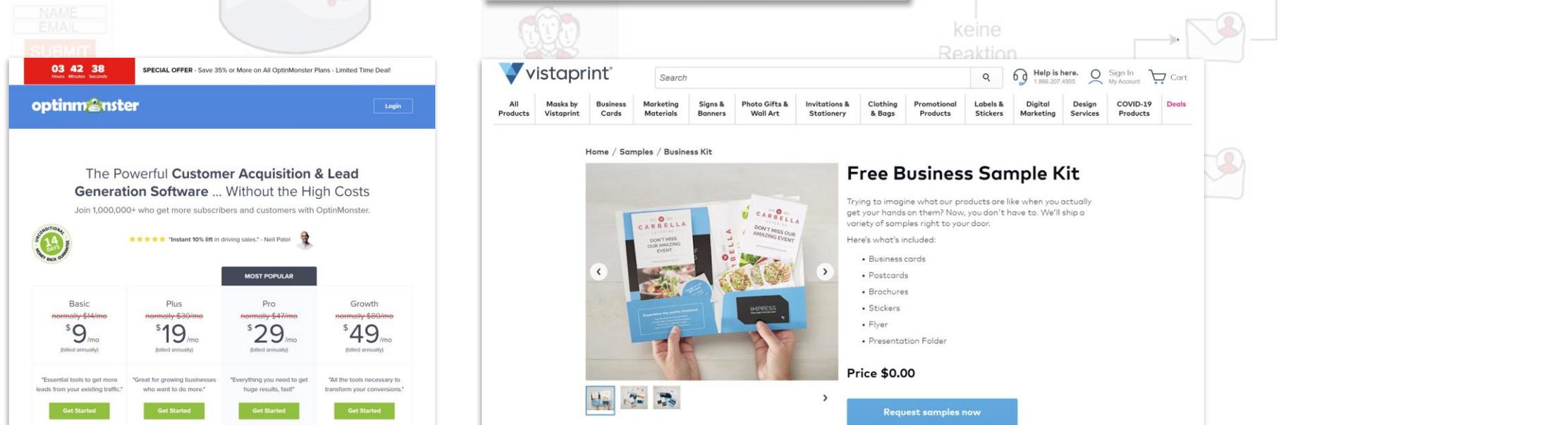
Trying to imagine what our products are like when you actually get your hands on them? Now, you don't have to. We'll ship a variety of samples right to your door.

Here's what's included:

- Business cards
- Postcards
- Brochures
- Stickers
- Flyer
- Presentation Folder

Price \$0.00

Request samples now



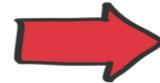
Kontakte prüfen & Scores justieren

Automatisiert wurde folgendes berechnet:

| | |
|-------------------------------------|--------|
| ▶ Besuch der Referenzen Seite | + 300 |
| ▶ Besuch der Pricing-Seite | + 300 |
| ▶ Download „Onboarding E-Book“ | + 300 |
| ▶ Besuch von Dienstleistungs Seiten | + 200 |
| ▶ Event besucht | + 200 |
| ▶ Besuch der Zertifikate-Seite | + 100 |
| ▶ Anzahl Mitarbeiter > 25 | + 100 |
| ▶ Blogartikel gelesen | + 100 |
| ▶ Besuch der Karriere-Seite | - 1000 |
| ▶ Freemailer Adresse (Gmail) | - 200 |

Zudem wurde folgendes **manuell qualifiziert**:

| | |
|------------------------------|-------|
| ▶ B2B-Segment | + 100 |
| ▶ Entscheider | + 100 |
| ▶ Köln & Umgebung | + 100 |
| ▶ Internationale Ausrichtung | + 100 |





Marcel Becker 

VP Sales bei morefire GmbH

Über diesen Kontakt

HubSpot-Score
500

Vorname
Marcel

Nachname
Becker

Anrede
Herr

Lifecycle-Phase
Marketing-Qualified-Lead

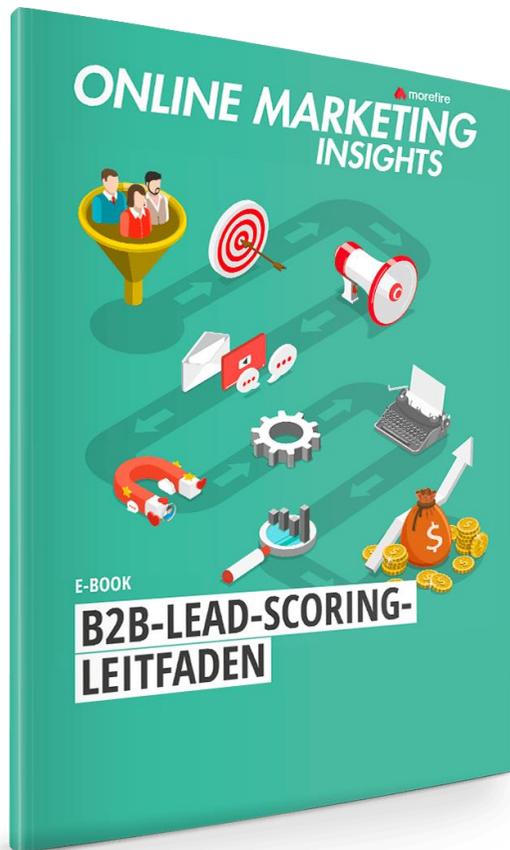
Manuelle Qualifizierung

B2B × **Entscheider** × **Köln & Umgebung** ×

International ×

Jobbezeichnung
VP Sales

Lead Scoring E-Book & Template



| | A | B | C | D |
|----|---|--|--|--------------|
| 1 | Einstieg | Definition | Score | |
| 2 | Ausfüllen E-Book Formular | Kontakt lädt E-Book herunter gegen Datensatz | 50 | |
| 3 | Anmeldung Webinar | Ein Kontakt meldet sich zum Webinar an. | 75 | |
| 4 | Newsletter Anmeldung | Ein Kontakt hat sich für den Newsletter angemeldet | 25 | |
| 5 | | | | |
| 6 | | | | |
| 7 | Kriterien für Person & Unternehmen | Auswahl | Definition | Score |
| 8 | | C-Level | Geschäftsführer, Inhaber | 50 |
| 9 | | Führungskraft | Leiter Fachabteilung | 25 |
| 10 | Jobtitel / Persona | Operativ | Anwender, Buchhalter ... | 10 |
| 11 | | Assistenz | Assistenz der GF .. | 0 |
| 12 | | Micro | < 10 MA < 1 Mio. € | -50 |
| 13 | Unternehmensgröße | Small | < 50 MA < 10 Mio. € | 0 |
| 14 | | Medium | < 250 MA < 40 Mio. € | 50 |
| 15 | | Large | > 250 MA > 40 Mio. € | 100 |
| 16 | Relevante Branche | Ja | Unternehmen ist aus einer der Fokus-Branchen | 50 |
| 17 | | Nein | Keine spezielle Branchen-Erfahrung vorhanden | 0 |
| 18 | | | | |
| 19 | Manueller Lead Scoring Bonus | //Hier können weitere manuellen Lead Score Boni eingetragen werden// | | |
| 20 | | | | |
| 21 | | | | |
| 22 | | | | |
| 23 | Vorhaltensbasierte Kriterien | Definition | Score | |
| 24 | E-Mail Interaktion (Öffnung) | Kontakt öffnet verschickte E-Mail | 5 | |
| 25 | E-Mail Interaktion (Klick auf Link) | Kontakt klickt auf Link in der verschickten E-Mail | 10 | |
| 26 | Website-Interaktion - Blog | Kontakt öffnet Seite auf Webseite | 10 | |
| 27 | Website-Interaktion - Homepage | Kontakt öffnet Seite auf Webseite | 15 | |
| 28 | Website-Interaktion - Fokus-Seiten | Kontakt öffnet Seite auf Webseite | 30 | |
| 29 | Anfrage über Kontaktformular | Kontakt füllt Kontaktformular aus | 500 | |
| 30 | Download Case Study | Kontakt füllt Kontaktformular aus | 200 | |
| 31 | Job Suche | Mehrfacher Besuch des Karriere-Bereichs | -500 | |

[E-Book]

<https://get.morefire.com/b2b-lead-scoring-ebook>

[Template]

[hier klicken](#)

Marketing Automation

Ideen, Ansätze & Ergebnisse

**Viel mehr als
nur „E-Mail
Funnels“**



10 konkrete Ideen & Beispiele

#1 – Daten anreichern

Progressive Formulare



morefire

Conversion-Optimierung im E-Mail-Marketing

11 Tipps für ein erfolgreiches Newsletter Design

E-MAIL*

VORNAME*

NACHNAME*

morefire benötigt die Kontaktinformationen, die Sie uns zur Verfügung stellen, um Sie bezüglich unserer Produkte und Dienstleistungen zu kontaktieren. Sie können sich jederzeit von diesen Benachrichtigungen abmelden. Informationen zum Abbestellen sowie unsere Datenschutzpraktiken und unsere Verpflichtung zum Schutz Ihrer Privatsphäre finden Sie in unseren [Datenschutzbestimmungen](#).

DOWNLOAD

E-MAIL*

AUFGABENBEREICH

TELEFONNUMMER

MEINE NEWSLETTEREINSTELLUNGEN

Du erhältst von uns ab sofort den Newsletter mit Angeboten, Gewinnspielen und spannenden Outdoorthemen.

Folgende Themen haben wir für Dich abonniert:

SCHICKT MIR

Bergfreunde-Newsletter 

Ja Nein

Bergfreunde-Deals 

Ja Nein

Servicemails 

Ja Nein

 Vorname

Maria

 Geburtstag

TT

MM

JJJJ

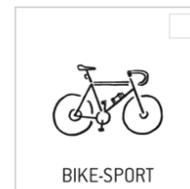
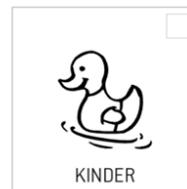
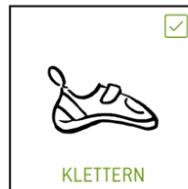
... lass Dich von uns überraschen!

 für Frauen

 für Männer

SPEICHERN >>

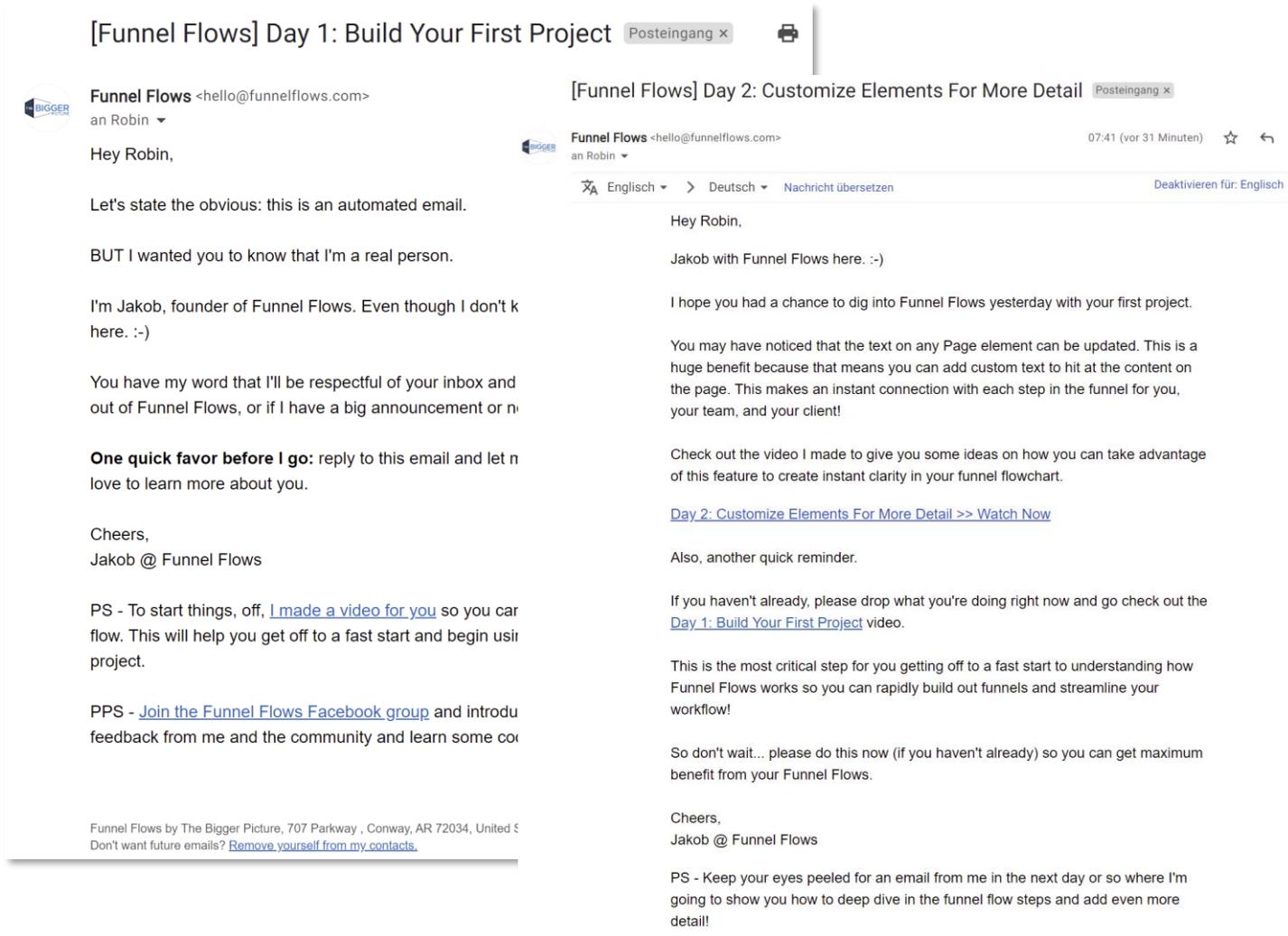
ICH INTERESSIERE MICH BESONDERS FÜR...



Interessen einfach abfragen

#2 – Onboarding Kampagnen

Onboarding



- Personalisiertes Erlebnis
- Bestätigung der Entscheidung

B2B

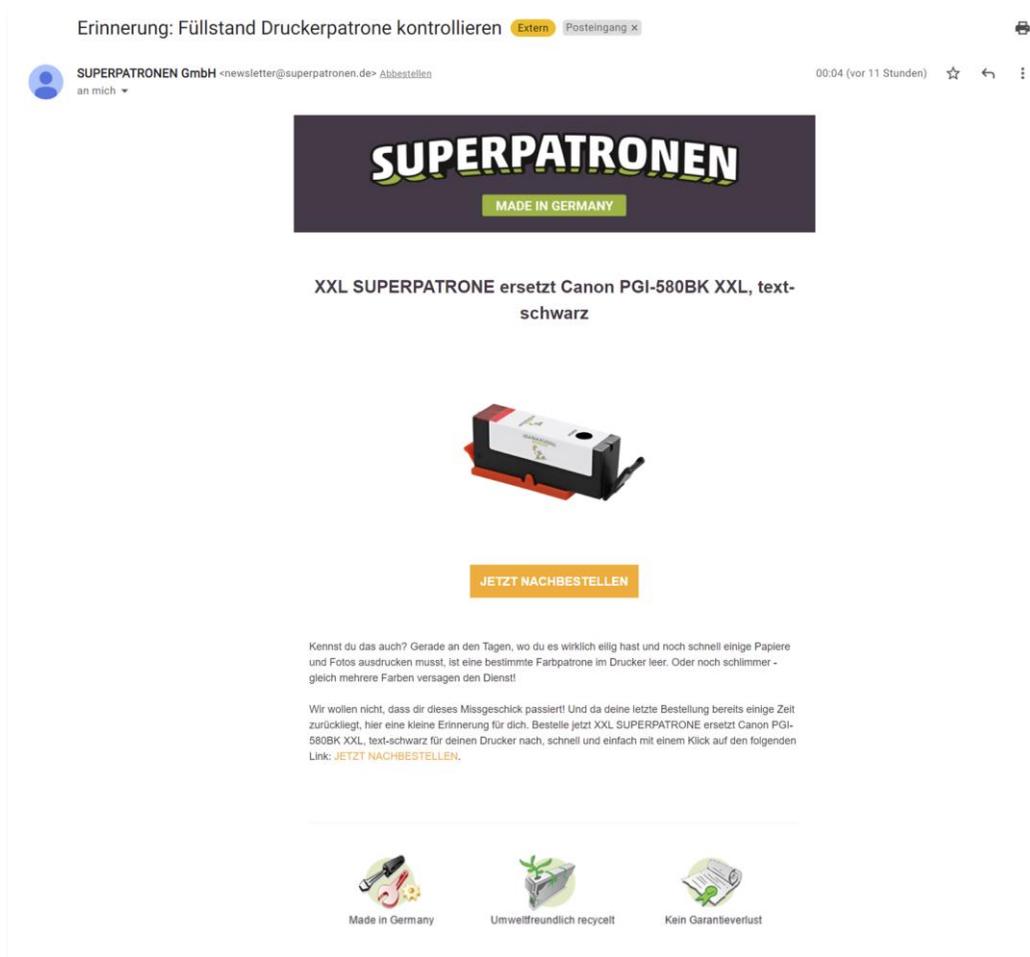
- Learning Journey
- Übergabe Sales > Operations

B2C / E-Commerce

- Bestätigungsprozesse
- Tipps zum Produkt
- Retouren verhindern

#3 – Nachfassen, Cross- & Upselling

Nachfassen, Cross- & Upselling



- Reaktivierung von Einmalkäufern
- Zufriedenheit abfragen
- Bewertungen einsammeln
- Updates zu Produkten

B2B

Nach beendeten Projekten dran bleiben

#4 – Google Ads & Marketing Automation

Google Ads & CRM verzahnen

Anzeigengruppen

| NAME | | CTR | IMPRESSIONEN | KLICKS | KONTAKTE INSGESAMT | KOSTEN PRO KONTAKT | MQL |
|--|-------------------------------------|------|--------------|--------|--------------------|--------------------|-----|
|  ● Aktiv | <input checked="" type="checkbox"/> | 3,9% | 52.726 | 2.038 | 97 ● Warnung | 36,69 € | 28 |
|  ● Aktiv | <input checked="" type="checkbox"/> | 4,7% | 1.733 | 81 | 12 ● Warnung | 9,09 € | 4 |
|  ● Aktiv | <input checked="" type="checkbox"/> | 1,7% | 4.464 | 75 | 12 ● Warnung | 16,19 € | 4 |
|  ● Aktiv | <input checked="" type="checkbox"/> | 1,0% | 4.967 | 51 | 1 ● Warnung | 197,81 € | 1 |

#5 – LinkedIn Ads & CRM

LinkedIn Ads & CRM verzahnen

< Zurück zu bezahlte Kampagnen

in HubSpot Leadgenerierung

Werbekonto **Aktiv** Details anzeigen Bearbeiten AN ✓

Zeitraum: ... Attribution-Berichte: Erste Formulareinsendung Status: Alle Statusmeldungen

IMPRESSSIONEN 38 Tsd. → 0,8% → KLICKS 295 jeweils €7,96 → 14% → KONTAKTE 42 jeweils €55,89 → 0,0% → DEALS

AUSGEGEBENER BETRAG ... ROI ...

Kampagnen > Spalten verwalten

Kampagnen

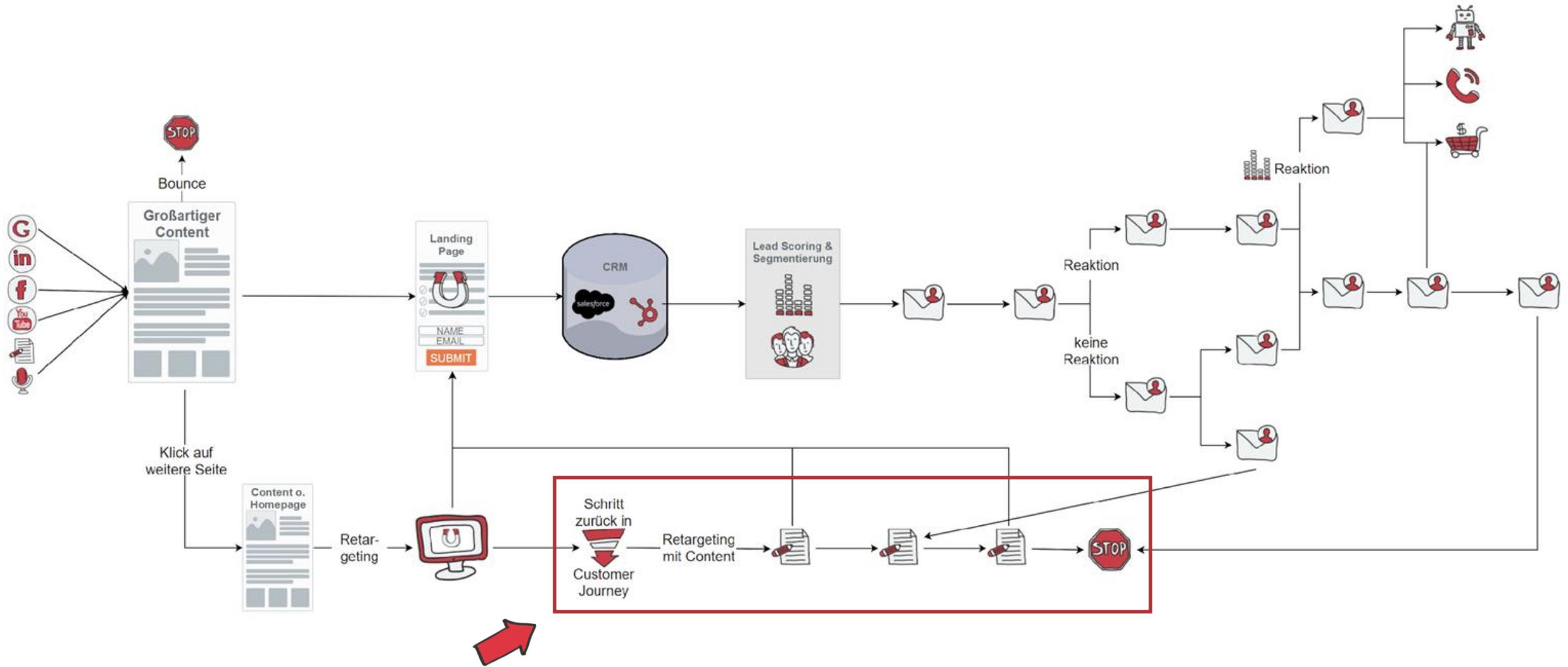
| NAMF | CTR | IMPRESSSIONEN | KLICKS | KONTAKTE INSGESAMT | KOSTEN PRO KONTAKT | MARKETING-QUALIFIFD-LEADS | SALES-QUALIFIFD-LEADS | OPPORTUNITYS |
|--|-------------|---------------|------------|--------------------|--------------------|---------------------------|-----------------------|------------------|
| Aktiv Kontakt-Tracking aktiviert 08/20/2021 - Kein Enddatum 30,00 €/Tag Bearbeiten Details anzeigen ✓ | 0,8% | 37.797 | 295 | 42 | 55,90 € | ... | ... | ... |
| Insgesamt | 0,8% | 37.797 | 295 | 42 | 55,89 € | ... | ... | ... |

< Zurück 1 Weiter >

Basierend auf der Zeitzone Ihres Kontos: UTC +01:00

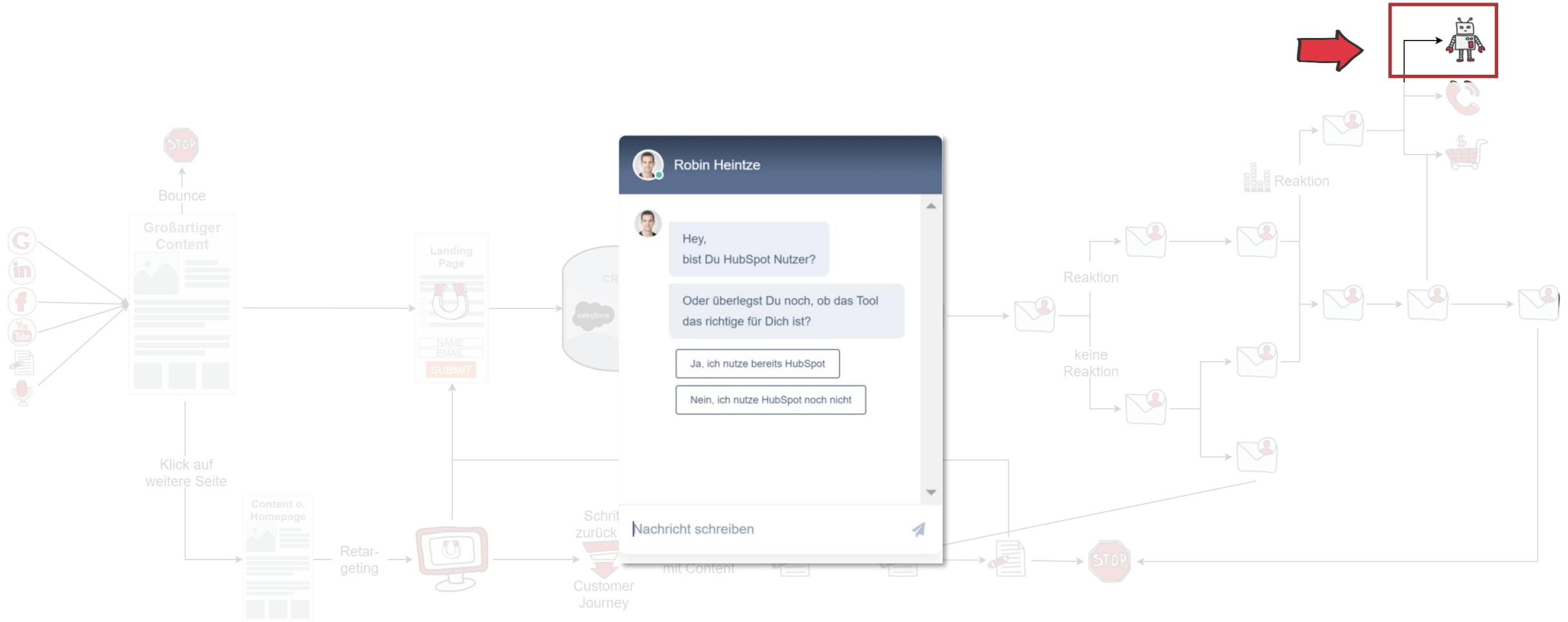
#6 – Retargeting & CRM

Retargeting & CRM verbinden



#7 – Chatbots nutzen

Chatbots bei hohem Lead Score



Chatbots bei hohem Lead Score

Jetzt verfügbar: Der Mobility Report 2021 — Elektroautos [Zum Download](#)

+49 40 413 49 710 | Login DE

appinio [Marktforschung](#) [Warum Appinio](#) [Pricing](#) [Kunden](#) [Reports](#) Neu

Ihre E-Mail Adresse* [Registrieren](#)

Kostet weniger, als eine falsche Entscheidung zu treffen

Appinio ermöglicht jedem Marktforschung durchzuführen und die eigene Zielgruppe zu verstehen.

Research as you go

Sie möchten ein ad-hoc Projekt durchführen oder Appinio erst ausprobieren?

Beginnend bei **600€** | Preis pro Credit **1.50€**

[Live Chat öffnen](#)

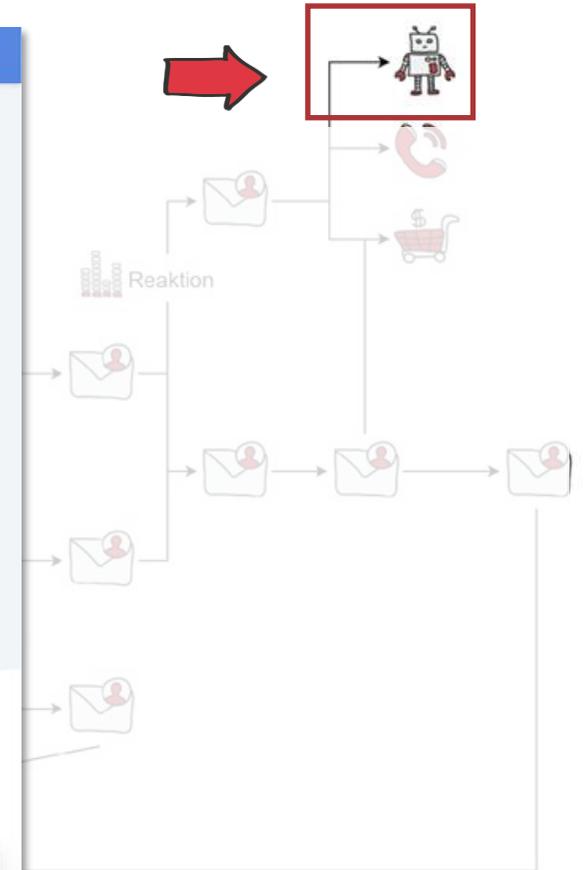
Welcome Package

Enthalten in allen Neukunden-Projekten (Research as you go & allen Plans)

Neu bei Appinio und noch kein Market Research Profi? Wir halten Ihnen den Rücken frei. Als Neukunde möchten wir, dass Sie die volle Leistung von Appinio für Ihr Unternehmen erleben, ohne sich um etwas kümmern zu müssen. Deshalb gibt es für Ihr allererstes Projekt mit uns unser Premium-Paket "Full-Service Research" - normalerweise exklusiv für das Business Package - auf unsere Kosten.

- ✓ Individuelles Onboarding durch unser Consulting Team
- ✓ Beratung zu Fragebogenkonzeption und Methodik
- ✓ Fragebogenkonzeption
- ✓ Fragebogenprogrammierung
- ✓ Ergebnisinterpretation

Haben Sie Fragen zu den Kosten? Wir helfen gern.



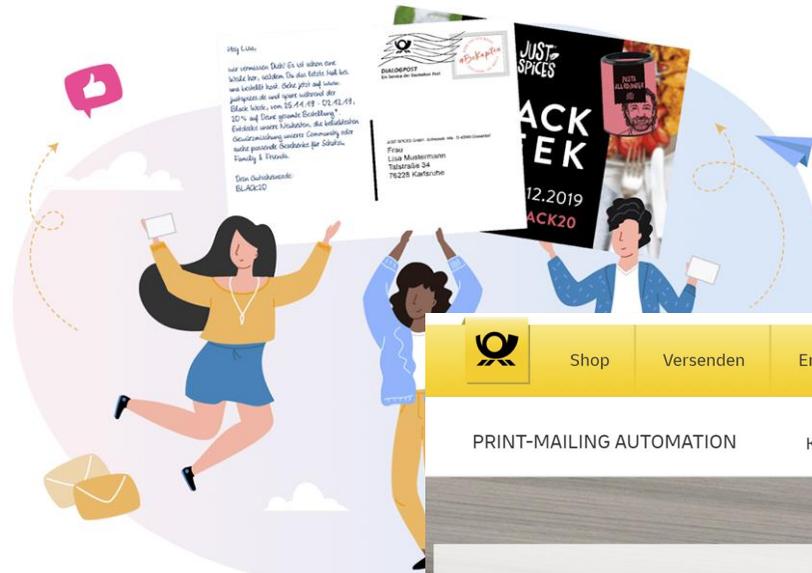
#8 – Print & Automation

Print meets Marketing Automation

Dialogpost mit personalisierten Mailings von MyPostcard

Begeistern Sie Ihre Kunden - Ob Glückwünsche zu besonderen Anlässen wie Geburtstage & Jubiläen, oder Sie bewegen Ihren Kunden zum Wiederkauf - für jeden Anlass passend, mit einem persönlichen Gruß als Postkarte oder Brief

SALES KONTAKTIEREN



A screenshot of a website. The top navigation bar is yellow with a logo and links for 'Shop', 'Versenden', 'Empfangen', 'Geschäftskunden', 'Hilfe & Tipps', and a search icon. Below it is a white sub-navigation bar with 'PRINT-MAILING AUTOMATION', 'Kampagnenideen', 'Referenzen', 'Partner', 'Häufige Fragen', and a 'Kontakt' button. The main content area shows a card titled 'Digitale Planung & nachhaltige Wirkung' with a left arrow icon. The card text reads: 'Print-Mailings bleiben hängen – am Kühlschrank und im Kopf. Eine Conversion-Rate von 10% und mehr ist laut CMC-Studie möglich.' The background of the card shows a desk with a smartphone, a keyboard, a notebook, and a bowl of food with a '15% Rabatt' tag.

Print-Mailing Automation – das Beste aus zwei Welten

Print-Mailings erzeugen eine höhere Awareness und wirken deutlich nachhaltiger als digitale Werbeformen. Darüber hinaus lassen Sie sich über die Print-Mailing Automation nahtlos in bereits bestehende Marketing Automation Systeme integrieren und ganz einfach darüber planen, aufbauen und steuern. Die Individualisierung Ihrer Werbung richtet sich dabei vollkommen nach Ihren persönlichen Bedürfnissen. Die Aussendung erfolgt automatisch und triggerbasiert – das bedeutet nach Regeln, die Sie zuvor definieren.

Klick auf weitere Seite



Retargeting

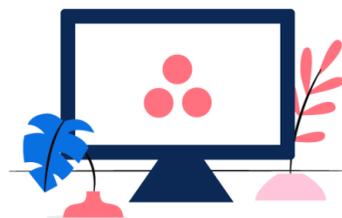


Schritt zurück in Customer Journey

Retargeting

#9 – Kundenbindung

B2B



Nur noch ein Tag, um Ihre Asana-Umfrage auszufüllen!

Ihr Feedback hilft uns, unsere Angebote zu verbessern, und wir würden uns sehr über Ihre Teilnahme freuen. Wenn Sie unsere Umfrage ausfüllen, erhalten Sie die **Chance an der Verlosung eines Gutscheins im Wert von 100 US-Dollar** (bzw. dem entsprechenden Gegenwert in Ihrer Landeswährung) teilzunehmen.

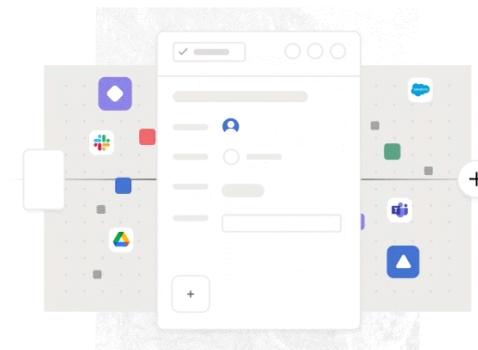
Vielen Dank
Ihr Asana-Team

[Umfrage ausfüllen](#)



Wir stellen vor: Der Workflow Builder

Ihr zentrales Tool zur Erstellung und Automatisierung von Workflows



Sie sind bereits Asana-Profi und wollen Ihr Wissen bestmöglich einsetzen? Dann ist der **Workflow Builder** genau das Richtige für Sie. Dieses Tool hilft Ihnen dabei, die Nutzung von Asana-Funktionen zu vereinfachen, um effiziente und koordinierte Prozesse zu ermöglichen.

Der Workflow Builder ist eine neue visuelle Darstellungsmöglichkeit, mit der Sie Workflows erstellen, Prozesse automatisieren und die teamübergreifende Zusammenarbeit fördern können.

Ab jetzt können Sie Asana noch effizienter einsetzen und mit Ihren Projekten noch mehr erreichen: Von der Optimierung der Datenerfassung bei Anfragen bis hin zur Reduzierung des Arbeitsaufwands und der Vereinfachung von Übergaben zwischen Teams.

[Jetzt beginnen](#)

B2C

My Rituals

KÖRPER RAUMDUFTE GESCHENKE NEU

Wir feiern Ihr 1-Monats Jubiläum!



EXKLUSIV FÜR SIE

Wir freuen uns sehr, dass Sie bereits seit einem Monat Mitglied bei My Rituals sind! Um Ihnen zu zeigen, wie sehr wir uns darüber freuen, haben wir einige Produkte zur Inspiration für Sie zusammengestellt.



FRISCH IN DIE NEUE JAHRESZEIT

Basics für die Jahreszeit

Für jede Jahreszeit stellen wir eine persönliche Liste inspirierender Basics für Sie zusammen, mit der Sie gut durchs Jahr kommen.

JETZT ERKUNDE

WMF

Werden Sie jetzt Premium-Mitglied



Lieber Herr Wenzel,

kennen Sie schon unsere Premium-Vorteile?
Als myWMF Premium-Mitglied bestellen Sie ein Jahr versandkostenfrei, immer mit 5% Rabatt und erhalten ein noch exklusiveres Geburtstagsgeschenk.

Jeder Einkauf zählt. Shoppen Sie jetzt direkt bei uns im Onlineshop oder in unseren Filialen und werden Sie bei einem Gesamtumsatz von 500€ automatisch myWMF Premium-Mitglied.

Jetzt shoppen

Ihr aktueller Umsatz beträgt: 369,00€

Status Classic | Status Premium

500,00 €

Ihr myWMF Kundenclub-Team

So erreichen Sie Ihren Premium-Status

- / Shoppen Sie eingeloggt im Onlineshop.
- / Zeigen Sie Ihre Clubkarte im WMF Store bei jedem Einkauf. Diese finden Sie z.B. am Ende jeder Email oder im Kundenkonto.
- / Unser Tipp: Laden Sie Ihre Karte ins Apple Wallet.

Inspirationen für Sie.

fitbit

WÖCHENTLICHE STATISTIKEN

Halo Valerie!
Hier sind die Statistiken deines Kindes für den Zeitraum May. 2 – May. 8

Gesund bleiben

Wir sind für dich da – heute und an jedem anderen Tag. Zur Unterstützung bieten wir jetzt mehr als 40 Trainings und Achtsamkeitssitzungen für alle kostenlos an. Oder probiere Premium kostenlos aus und finde noch mehr Anregungen.

PROBIERE DEN PREMIUM AUS

Mo. Di. Mi. **Bester Tag!** 17.964 Fr. Sa. So.

95.512 Schritte insgesamt

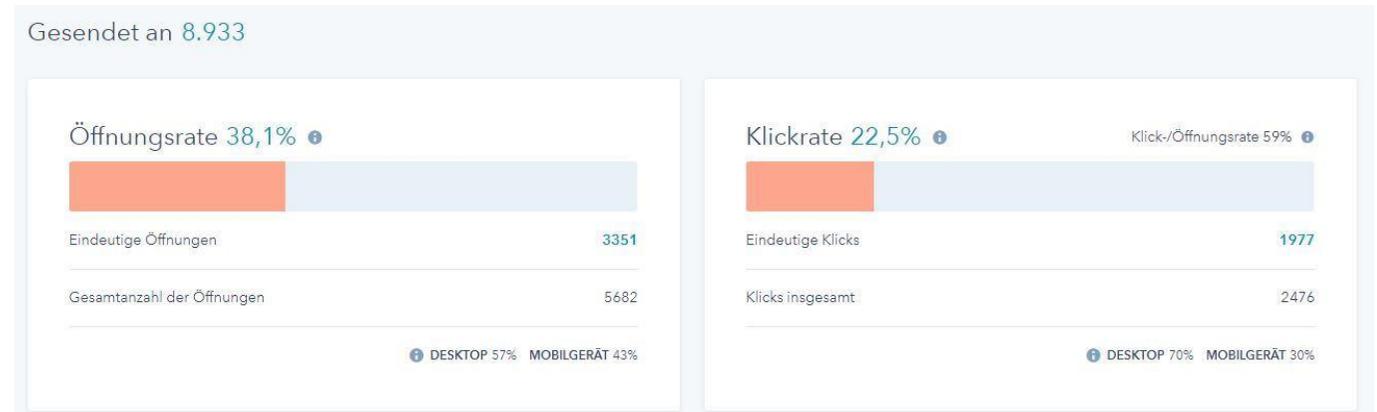
Durchschn. 13.645 Schritte pro Tag. ▲ 1.324 mehr als letzte Woche

| | | |
|---|---|--|
| 103 Etagen insgesamt ▲ 39 Etagen mehr seit letzter Woche | 64,00 km insgesamt ▲ 1,00 km mehr seit letzter Woche | 2.080 durchschn. verbrannte Kalorien pro Tag ▲ 1 KCAL mehr seit letzter Woche |
| 125 Aktivzonenminuten insgesamt ▲ 15 Min seit letzter Woche | 7 von 5 Tagen Training diese Woche Wie in der vorherigen Woche | 6 Std 55 Min durchschn. erholsamer Schlaf ▲ 0 Std 15 Min mehr seit letzter Woche |
| 6 von 9 Stunden durchschn. Std. mit über 250 Schritten ▼ 1 Std niedriger als letzte Woche | 58 Schläge/Min durchschn. Ruheherzfrequenz ▼ 2 Schläge/Min seit letzter Woche | 0,0 kg Keine Gewichtsveränderung Wie in der vorherigen Woche |

DASHBOARD ANZEIGEN

#10 – Reaktivierung von Kontakten

Reaktivierung nutzen



Betreff: [Vorname], wir müssen dich löschen

BONUS

Toolbox

Marketing Automation Toolbox

OMR REVIEWS

CONTENTHUB KATEGORIEN REVIEW SCHREIBEN LOGIN/REGISTRIEREN

Home > Marketing Automation Software & Tools im Vergleich

Marketing Automation Software & Tools im Vergleich

Marketing Automation bedeutet, die verschiedensten Workflows rund um Marketing und Vertrieb sichtbar zu machen und bestmöglich automatisch zu regeln und zu messen. Entsprechende Software-Produkte bilden häufig eine zentrale Marketingdatenbank und helfen dabei, segmentierte, personalisierte und zeitpunktbezogene Kundenkontakte (z.B. den Versand einer E-Mail) herzustellen. Viele Plattformen bieten übergreifende Automatisierungsfunktionen für verschiedene Aspekte des Marketings - von E-Mail, sozialen Medien, Lead-Verwaltung bis zum Postversand oder sogar telefonischen Kontakt.

Sortierung: OMR Score

Sendinblue
★★★★★ 124 Reviews

Was ist Sendinblue?
Bis 2020 hieß das Email-Marketing-Tool in Deutschland Newsletter2Go. Inzwischen wurden die Berliner Teil des französischen Digital-Marketing-Anbieters Sendinblue. Nun positioniert man sich als europäische Mailchimp-Alternative.

ZUM PROFIL

HubSpot Marketing Hub
★★★★★ 117 Reviews

Was ist HubSpot Marketing Hub?
Der HubSpot Marketing Hub ist eine Software für die Marketingautomatisierung, mit der Kund:innen die richtigen Besucher anziehen, mehr Besucher zu Kund:innen konvertieren und umfassende, skalierbare Inbound-Marketing-Kampagnen durchführen können.

Preisvergleich
Marketing
Automation
Tools

morefire

© 2021 morefire

[Preisvergleich]
<https://get.morefire.com/marketing-automation-tools-preisvergleich>

Marketing Automation Toolbox



Marketing Automation Toolbox

 echobot

 piesync™


SALES NAVIGATOR

 calendly


zapier

aiaibot

leadfeeder


SalesViewer®

Tolle Kunden, die morefire vertrauen



QSC AG



Deloitte.

CBS
INTERNATIONAL
BUSINESS SCHOOL



WDR¹

zurbrüggen



VOLKSWOHL BUND
VERSICHERUNGEN



ICRUSH



ergobag

DKMS
WIR BESIEGEN BLUTKREBS

GALERIA
KARSTADT KAUFHOF



wolcraft

HÖRMANN

Vaillant

GEFRO

BERNER

LANXESS
Energizing Chemistry

morefire

Das sagen unsere Kunden

Mit morefire haben wir einen **Partner auf Augenhöhe** an unserer Seite, der uns sowohl **strategisch** als auch **operativ** in allen Bereichen des Online Marketings tatkräftig unterstützt.

Innerhalb kurzer Zeit konnten wir eine vertrauensvolle Basis schaffen, auf der wir gemeinsam weiter aufbauen.

Wir schätzen neben der **Expertise** besonders die **neuen Ideen** und die proaktive, sympathische Art des Teams.

Axel Sonnenstuhl
orthomol



"Als wachstumsorientiertes B2B Software Unternehmen ist es unser Ziel, die **Zahl der Leads und auch die Qualität** kontinuierlich zu steigern.

Mit morefire haben wir einen zuverlässigen und **erfahrenen Partner** gefunden, der uns dabei in den Bereichen SEA und Conversion Rate Optimierung unterstützt.

Wir schätzen besonders, dass das Team auf **strategischer Ebene** berät und auch die **operative Umsetzung** macht.

Die Zusammenarbeit macht Spaß und liefert Ergebnisse, die zu unseren hohen Ansprüchen passen.

Besonders wichtig ist für uns, dass morefire nicht nur den Fokus auf die Steigerung der Leads legt, sondern auch im Blick behält, wie viele davon zu **Sales Qualified Leads und Kunden** werden."

Britta Kristin Agel
Spryker Systems GmbH



Wir arbeiten gerne mit morefire, weil wir uns immer auf die **Arbeitsqualität** und auf wertvolle **strategische Empfehlungen** verlassen können.

Ebenfalls schätzen wir die äußerst **angenehme Zusammenarbeit** mit dem gesamten Team. So ist morefire für die Vaillant Schweiz zu einem **wichtigen Partner** geworden.

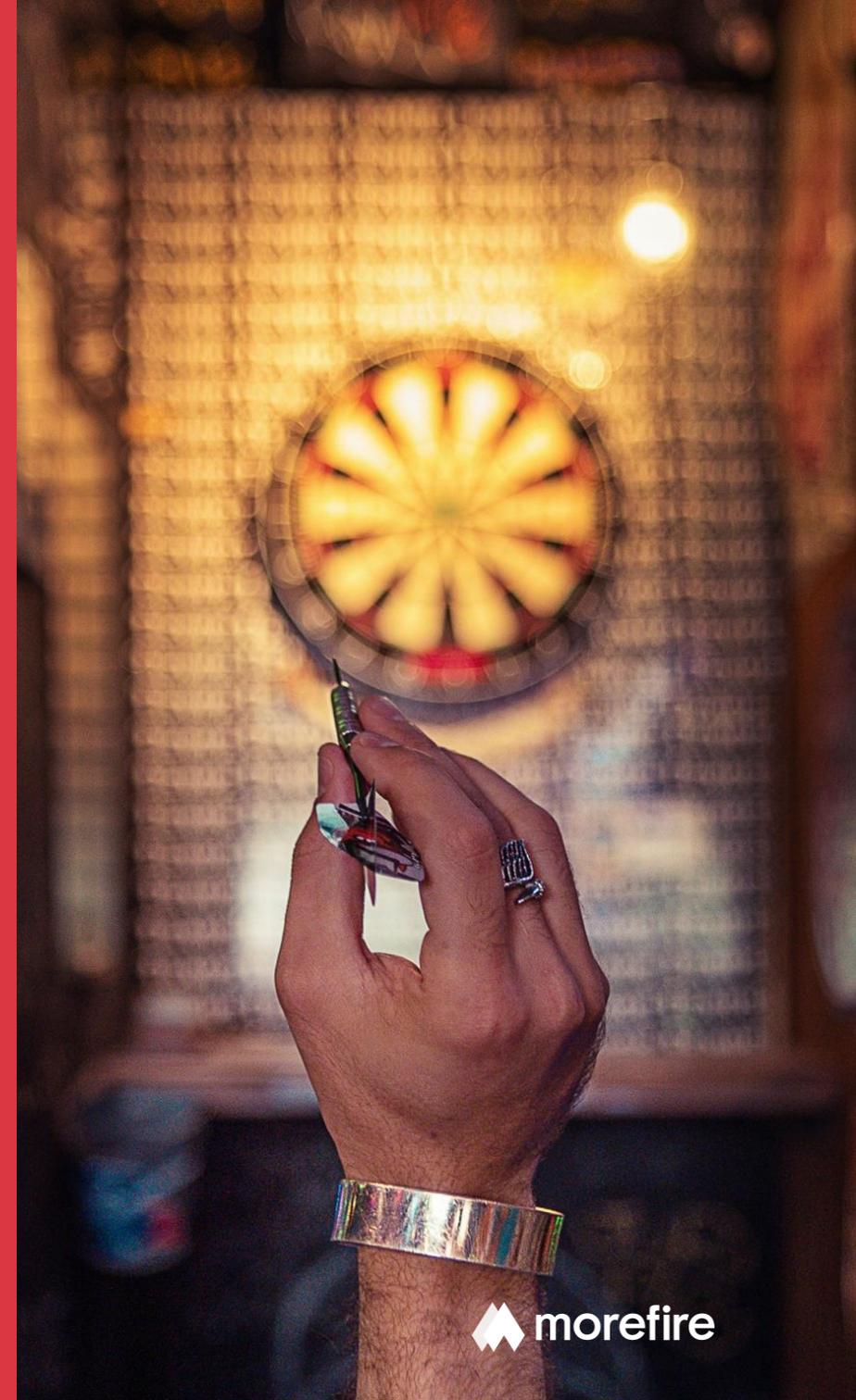
Darüber hinaus zu erwähnen ist, dass unsere **Erwartungen stets übertroffen** werden – dies verdanken wir der hohen **Kundenorientierung** des Teams.

Daniela Zürcher
Vaillant Schweiz



Ziel Fokus

Erprobte Strategien individuell angepasst





E-Commerce Wachstum

Zünde den Turbo für Deinen Online Shop – mehr Verkäufe und weniger Kosten.



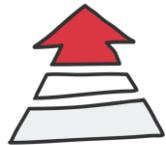
B2B Leads & Kunden

Komplexe Produkte, spitze Zielgruppen? Nutze die B2B-Erfahrung aus vielen Projekten.



Leadgenerierung

Neue Leads gewinnen, begeistern und zu Kunden entwickeln. Mit morefire.



Online Strategie

Der optimale Mix, perfekt verzahnt – die Basis, um Deine Ziele zu erreichen.



Internationales Team

Du willst neue Märkte erobern? Unser international aufgestelltes Team kümmert sich darum.

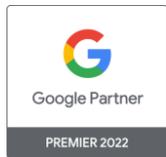


Know-how Aufbau

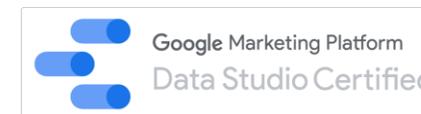
Wir teilen unser Wissen mit Dir: Workshops, Webinare oder komplette Trainingsprogramme.

Ausgezeichnete Qualität

Weil wir heute und morgen zuverlässig Spitzenleistung bringen wollen, unterziehen wir uns regelmäßig Weiterbildungen und Zertifizierungen auf allen wichtigen Plattformen.



HubSpot Academy
Certified HubSpot
CMS Developer



37 E-Books & Case Studies



more-fire.com/e-books



06.05.2020 | 15:00 Uhr

Das perfekte Online-Marketing-Cockpit

Ein gutes Dashboard zeigt Dir auf einen Blick die entscheidenden Zahlen und Werte, damit Du auf Basis dieser Daten die richtigen Entscheidungen triffst. Viele Praxisbeispiele machen dieses Webinar so wertvoll.

WEBINAR ANSEHEN



26.05.2020 | 11:00 Uhr

Performance Optimierung im E-Commerce

Wachstum im E-Commerce geht nur dann, wenn die Performance und Verfügbarkeit Deines Shops stimmen. In diesem Webinar lernst Du die wichtigsten Stellschrauben kennen und wie Du mit ihnen Marktanteile gewinnst.

WEBINAR ANSEHEN



05.06.2020 | 15:00 Uhr

Marketing Automation entlang der Customer Journey

Traffic aufbauen, Leads sammeln, Kunden gewinnen: Wie das in der Praxis funktioniert und wie Du mit Marketing Automation starten kannst, erfährst Du in diesem Webinar mit vielen Tipps & Praxisbeispielen.

WEBINAR ANSEHEN



16.04.2020 | 10:00 Uhr

SEO Quick Wins - Der Schnellstart für Deinen SEO-Erfolg

SEO-Erfolg braucht Zeit und es gibt viele Bausteine dafür. In diesem Webinar erhältst Du kompakt und verständlich sowohl die SEO-Grundlagen, als auch die wichtigsten Hebel.

WEBINAR ANSEHEN



25.06.2020 | 11:00 Uhr

Conversion Rate Optimierung

Nimmt der Nutzer in den ersten 3 Sekunden auf Deiner Landingpage das wahr, was er soll? In diesem Webinar bekommst Du konkrete Praxis-Tipps, wie Du den Einstieg in Deine Webseiten und Landingpages optimierst.

WEBINAR ANSEHEN



20.07.2020 | 11:00 Uhr

Google Ads Kontoanalyse

Kosten runter - Profit rauf. Mit der Schritt-für-Schritt-Anleitungen aus diesem Webinar analysierst Du Dein Konto, findest Schwachstellen und baust Potenziale aus.

WEBINAR ANSEHEN



03.04.2020 | 12:00 Uhr

Mit Social Recruitment zum Bewerbermagnet werden



25.03.2020 | 11:00 Uhr

Relaunch SEO: So vermeidest Du den SEO-Absturz



24.03.2020 | 10:00 Uhr

Mehr Leads & Kunden über YouTube Ads gewinnen

Kostenlose Webinare

Jede Menge Webinare zu vielen Themen
Rund um Online Marketing.

<https://get.more-fire.com/webinar-uebersicht>



Know-how zum Hören

Online Marketing Podcast „The Art of Marketing“ bei digital kompakt

https://linktr.ee/art_of_marketing



Valerie Khalifeh
Marketing Automation Manager
v.khalifeh@more-fire.com



Robin Heintze
Geschäftsführer
r.heintze@more-fire.com



Wir helfen großartigen Unternehmen, nachhaltig zu wachsen!

Damit Dein Vertrieb ins Schwitzen kommt und Dein Online Shop auf Hochtouren läuft!
120 clevere Köpfe sorgen für mehr Traffic, mehr Leads und mehr Verkäufe.

