made2GROW

So erzielen Marketing und Sales die beste Customer Experience

made2GROW

Marketing und Sales, let’s work together.

Marketing und Sales erschaffen einen Großteil der Kundenerfahrungen und sind deshalb hauptverantwortlich für eine möglichst lange Kundenbeziehung. Und beide erreichen mehr, wenn sie zusammenarbeiten. Das klingt banal, aber schau dich mal selber um. Arbeiten dein Marketing und Sales wirklich zusammen?

Der Grund, weshalb das nicht überall so ist, liegt in der Komplexität. Viele hören davon, wenige haben es tatsächlich in der Praxis erlebt.

In einer Zeit, in der Customer Centricity ein entscheidender Asset ist, müssen beide Hand in Hand funktionieren, um nachhaltige und positive Kundenerfahrungen zu erzeugen.

made2GROW

Die Kunden erwarten eine perfekte Welt, ein herzliches Willkommen, wertschätzende Kommunikation.

made2GROW

Die Realität sieht allerdings oft anders aus.

made2GROW

Punkte, die die Kundenerfahrung beeinflussen

01 Fehlende Kommunikation zwischen Marketing und Sales.

02 Veralteter oder irrelevanter Inhalt, Dateien und Unterlagen.

03 Langsame oder inkonsistente Kundenkommunikation.

04 Uneinheitlicher Markenauftritt.

05 Zu langsame Kontaktaufnahme.

06 Verspätete und unpassende Interaktionen.

made2GROW

So können Marketing und Sales zusammenarbeiten

made2GROW

Interne Maßnahmen für Marketing und Sales

Sales Teams nutzen mehr und mehr Technologie. Insbesondere Apps, um auch mobil noch mehr Deals zu bearbeiten und abzuschließen. Kundenhistorien, Aufgaben und CRMs gehören nicht nur auf den Desktop, sondern auch aufs Dienst-Smartphone.

Eine gemeinsame Plattform mit Marketing macht nicht die Kundenerfahrung nahtlos. Und Informationen von Marketing und Sales werden miteinander geteilt.

made2GROW

Interne Maßnahmen für Marketing und Sales

01 Abteilungsübergreifende Kommunikation hat höchste Priorität.

02 Setze Marketing und Sales nebeneinander.

03 Verständigt euch gemeinsam auf die Zielgruppen.

04 Definiert gemeinsam die Anforderungen an einen Lead.

05 Plant und erstellt Content gemeinsam.

06 Stellt jedem aktuelle Inhalte zur Verfügung.

made2GROW

Kundenorientierte Maßnahmen für Marketing und Sales

Eure Kunden haben bestimmte Vorlieben und diverse Abneigungen. Vielleicht erwarten Sie ein ganz bestimmtes Onboarding. Oder sprechen eine besondere Sprache und benutzen ein konkretes Fachvokabular.

Mit den Erkenntnissen aus den internen Maßnahmen könnt ihr die Kundenerfahrung so liebevoll gestalten als würdet ihr einen Freund begrüßen.

made2GROW

Kundenorientierte Maßnahmen für Marketing und Sales

01 Bereite passende Content-Formate vor (Webinar, Ebook etc.).

02 Wähle das richtige Medium aus (PDF, Website, Video etc.)

03 Wähle unterschiedliche Berührungspunkte.

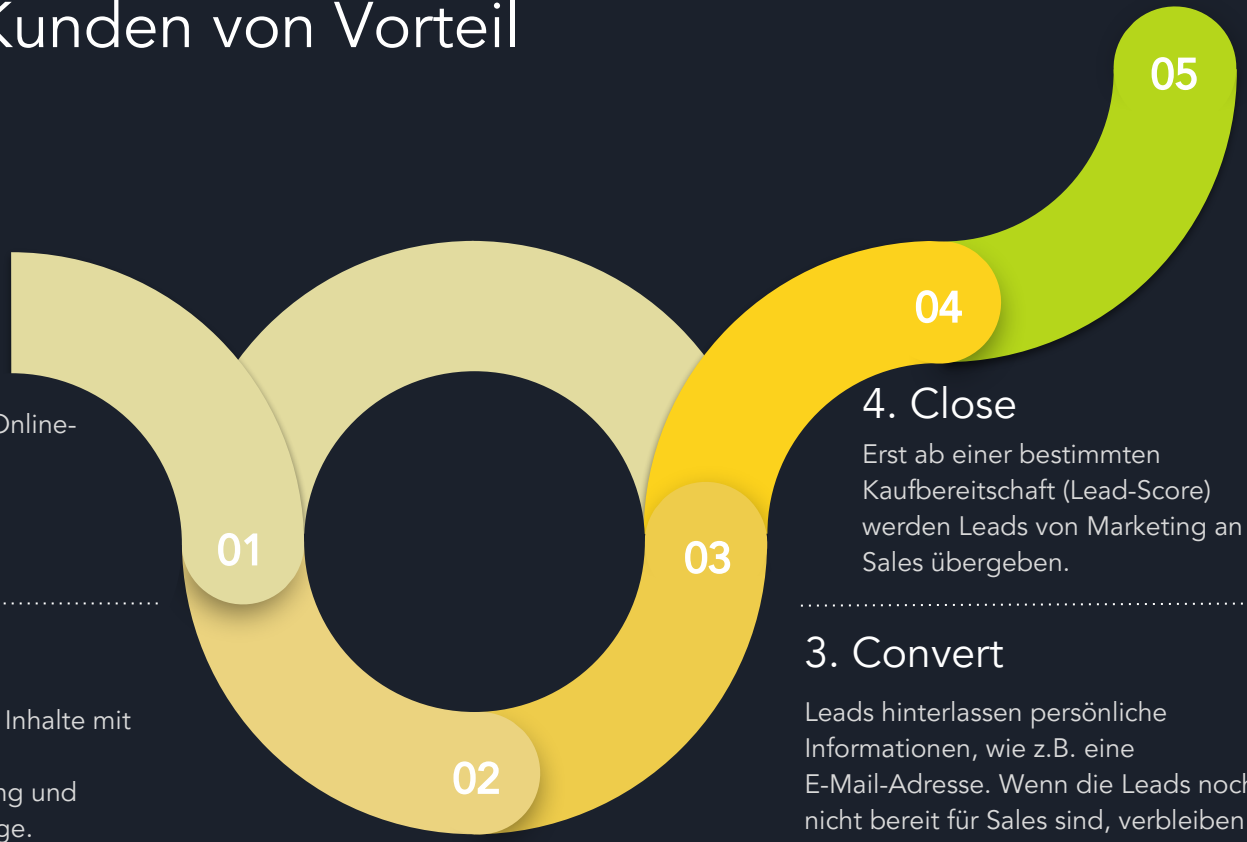
04 Positioniere dich als Autorität.

05 Erschaffe eine konsistente Customer Experience.

06 Kreiere einen nahtlosen Follow-Up-Prozess.

made2GROW

Marketing Sales Alignment – für euch und für den Kunden von Vorteil



1. Attract

Leads werden über Online- und Offline-Kanäle angesprochen.

2. Nurture

Gemeinsam erstellte Inhalte mit Sales dienen zur Neukundengewinnung und Bestandskundenpflege.

3. Convert

Leads hinterlassen persönliche Informationen, wie z.B. eine E-Mail-Adresse. Wenn die Leads noch nicht bereit für Sales sind, verbleiben diese im Nurture-Prozess.

4. Close

Erst ab einer bestimmten Kaufbereitschaft (Lead-Score) werden Leads von Marketing an Sales übergeben.

5. Delight

Neu- und Bestandskunden werden gezielt angesprochen.

made2GROW

Viel Erfolg bei deinen digitalen Marketing- und Sales-Prozessen!

made2GROW GmbH
info@made2grow.de
made2grow.de