COPA-DATA

#thenewITgirls

Marketing Automation im B2B

Einblicke aus der Praxis wie Sie Ihre Marketing- und Vertriebsprozesse effizienter gestalten und Umsätze steigern.

Kristina Maria Brandstetter (#thenewITgirls) & Johannes Petrowisch (COPA-DATA)

Mag. Kristina Maria Brandstetter, MBA

Head of Marketing and Communications bei Innovationsdienstleister Zühlke

Vorstand #thenewITgirls

Beirätin in der Industrie-Unit des MCÖ

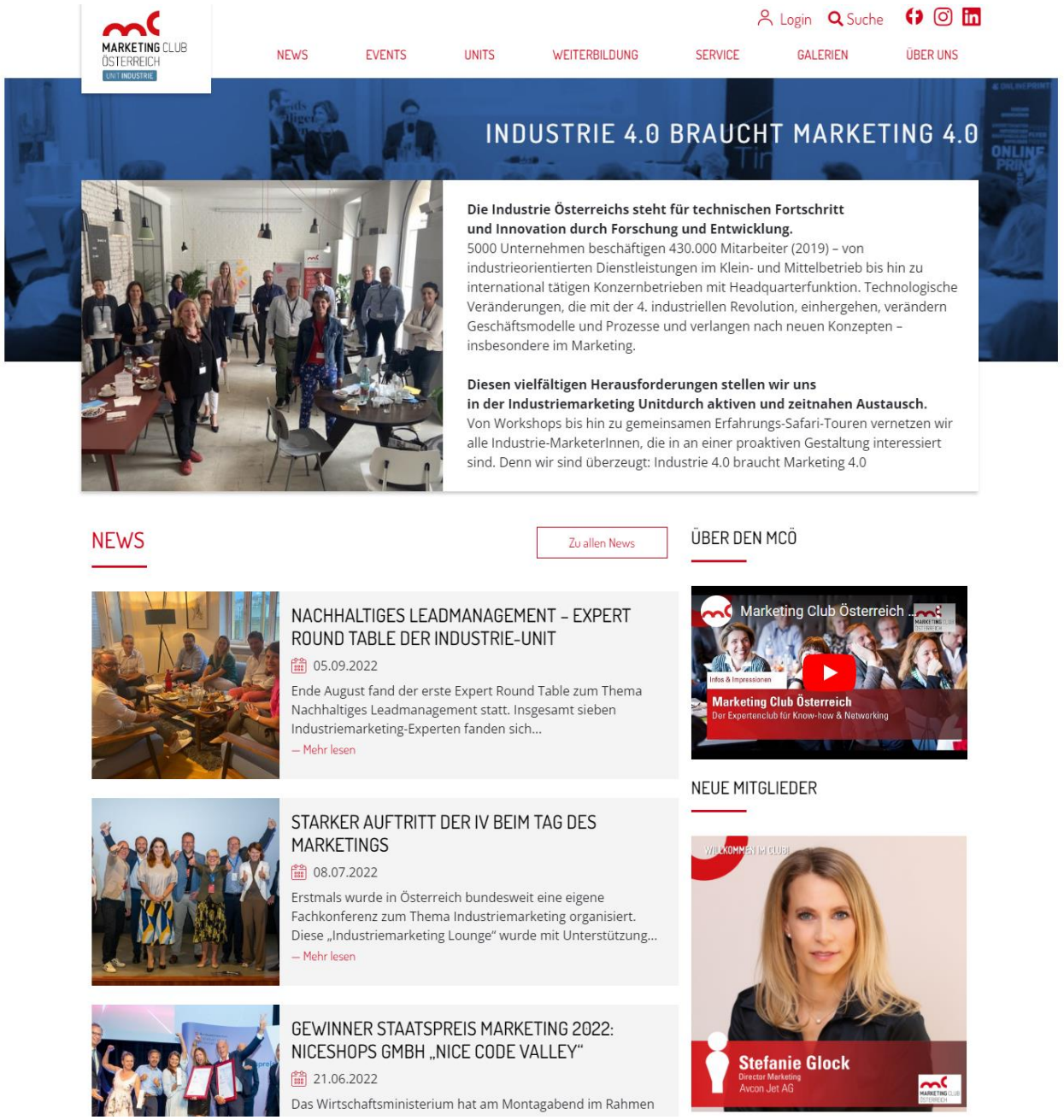
LinkedIn

COPADATA

Mag. (FH) Johannes Petrowisch

Geschäftsführer der COPA-DATA GmbH
Beirat in der Industrie-Unit des MCÖ
LinkedIn

COPADATA



COPADATA

#thenewITgirls

Marketing Club Österreich (MCÖ)

https://marketingclub.at/

Handel | VAMP & DOOH | Industrie | Digital Marketing Experts Pool

COPA-DATA

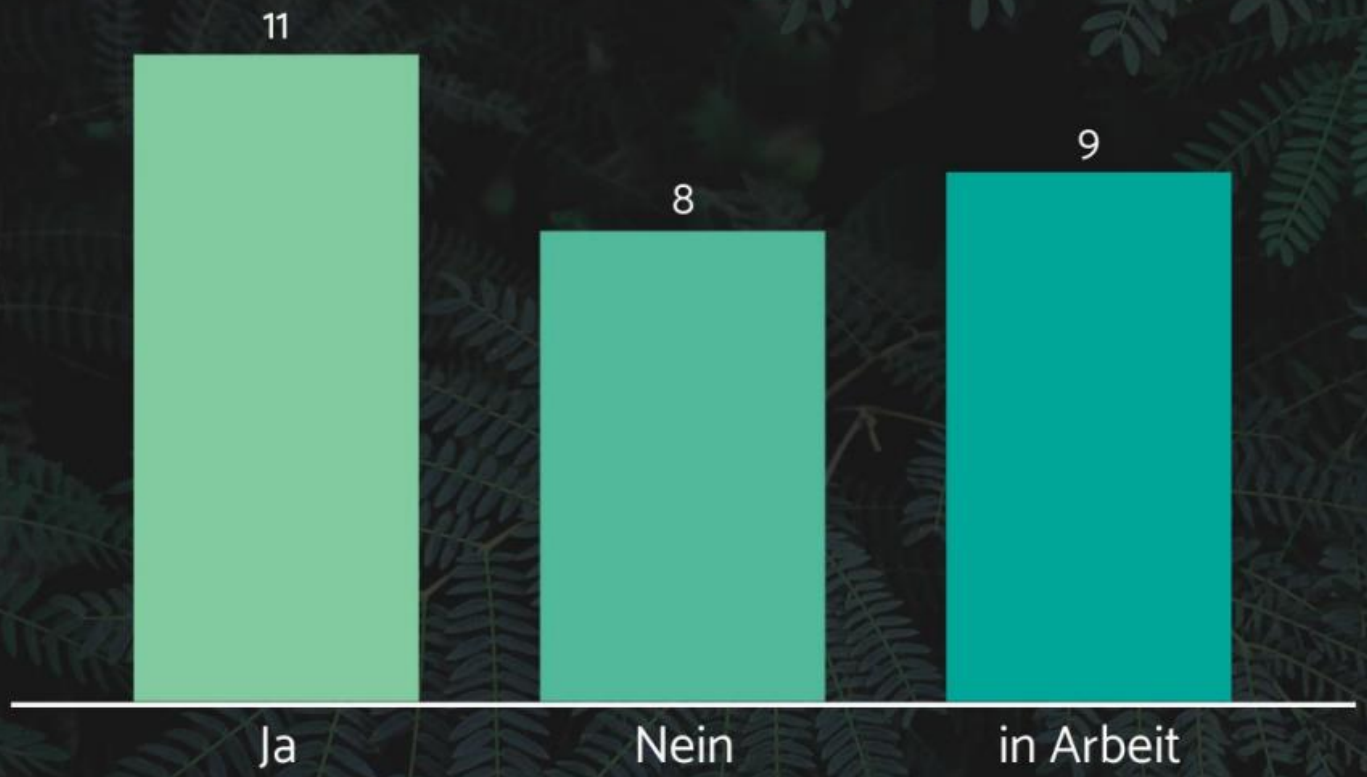
#thenewITgirls

Menti-Umfrage

Um euch etwas besser kennen zu lernen.

Setzt ihr Marketing Automation ein?

Mentimeter



28

Wieviel Erfahrung besitzt du mit Marketing-Automatisierungslösungen?

Mentimeter

28

Welche Lösungen setzt du ein bzw. planst du einzusetzen?

Mentimeter

18

Was sind die wichtigsten Ziele, die du mit Marketing Automation verfolgst?

Mentimeter

22

Welche der folgenden Themen interessieren dich heute besonders?

Mentimeter

28

Agenda

COPADATA

Marketingtechnologien stellen die Grundlage dafür dar, dass professionelles (und letztlich auch erfolgreiches) Marketing betrieben werden kann. Der wohl wichtigste Grund hierfür sind die nahezu unüberschaubar großen Datenmengen, die mittlerweile im Marketing zum Einsatz kommen.

© Zühlke 2022

"Hilfe, ich brauche neue Touchpoints"
Brandstetter, Kristina

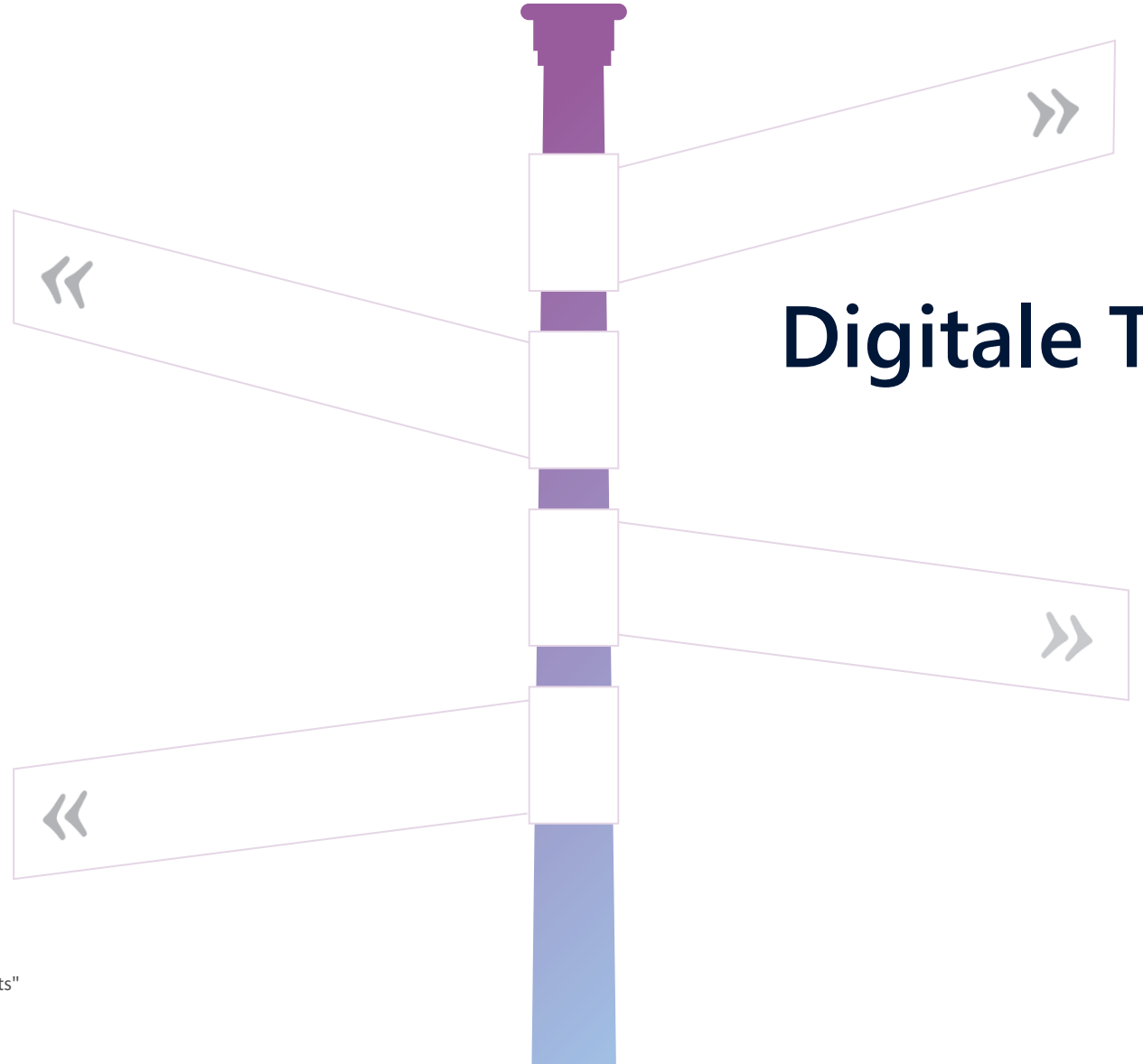
Viele Touchpoints, andere Relevanz

Wie und wo erreiche ich meine (zukünftigen) Kunden mit- für sie - relevanten Inhalten?

10x

Was sehe ich noch nicht?

- Zeitraum
- Kanäle
- Inhalte
- Relevanz
- Durchgängigkeit
- Ziele



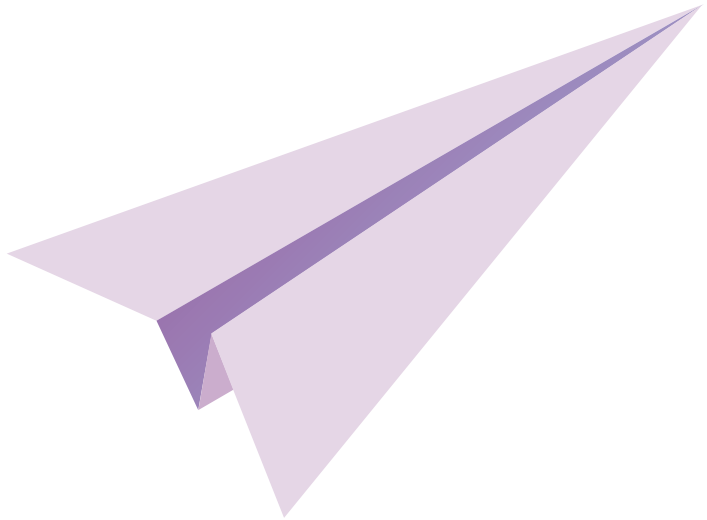
Digitale Touchpoints

© Zühlke 2022

"Hilfe, ich brauche neue Touchpoints"
Brandstetter, Kristina

- Digital ist sekundär
- Kaufentscheidungen werden ausschließlich rational getroffen
- Es geht nur ums Produkt

Ziele erreichen



Erfolgreicher Vertrieb braucht digital

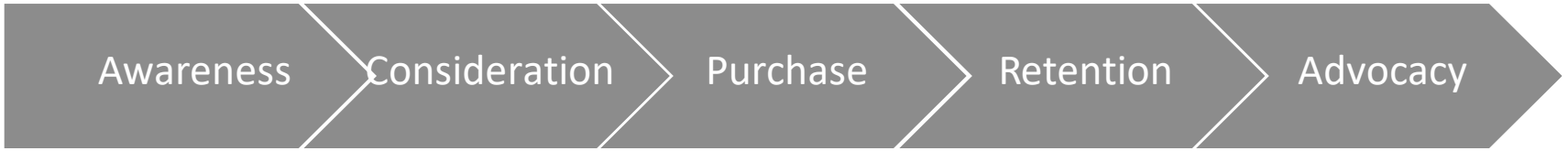
Kommunikation mit Emotion gewinnt nicht nur Herzen, sondern Marktanteile

Kontext is King: Produkt- und Projektkommunikation gehören zusammen

© Zühlke 2022

"Hilfe, ich brauche neue Touchpoints"
Brandstetter, Kristina

B2C? B2B? H2H?



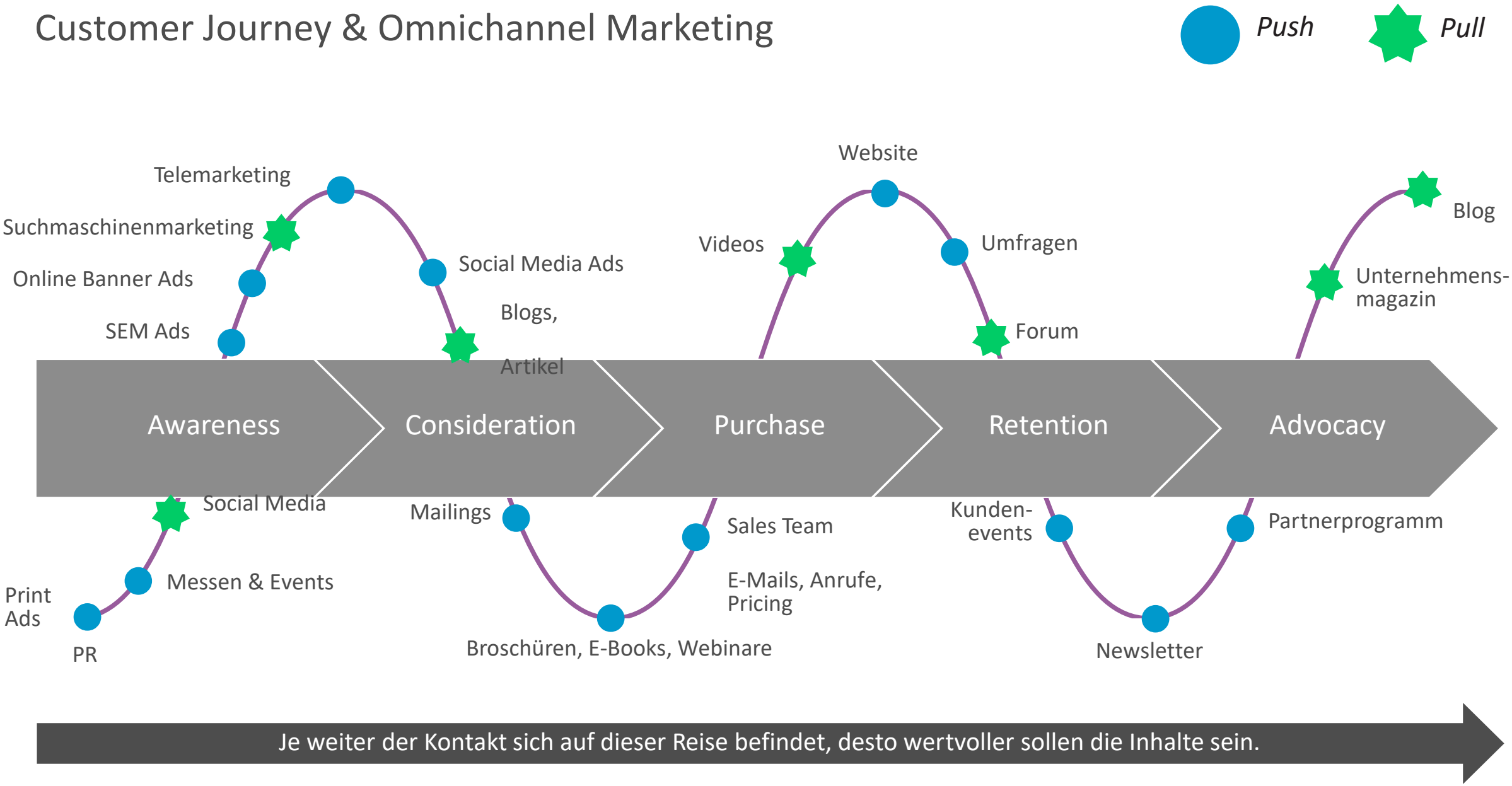
Die klassische Customer Journey wird durch die direkten und indirekten Touchpoints in fünf Phasen unterteilt:

- Awareness (Bewusstsein)
- Consideration (Überlegung)
- Purchase (Kauf)
- Retention (Bindung)
- Advocacy (Empfehlung)

© Zühlke 2022

"Hilfe, ich brauche neue Touchpoints"
Brandstetter, Kristina

Customer Journey & Omnichannel Marketing



- Search
- Search-Ads
- Banner-Ads
- Social Ads
- Advertorial
- Affiliate
- Fachportale
- Appstore

Awareness

„Stimulus“ bringt einen potenziellen B2B-Kunden dazu, online nach Anbietern und Lösungen zu suchen. Das kann ein konkretes Problem sein, das er zu lösen versucht oder auch wirtschaftliche Hintergründe haben (z.B. Kosten zu optimieren).

© Zühlke 2022

"Hilfe, ich brauche neue Touchpoints"
Brandstetter, Kristina

- Search
- Social Media
- Blogs
- Advertorial
- Chat
- Newsletter
- B2B-Website
- Lamdingpages

Consideration

Der Verantwortliche auf Kundenseite hat nun schon viele Informationen gesammelt und bestenfalls eine sog. Longlist mit Anbietern und Lösungen erstellt. Nun steigt er tiefer ins Thema ein, um die Liste weiter einzudämmen.

© Zühlke 2022

"Hilfe, ich brauche neue Touchpoints"
Brandstetter, Kristina

- B2B - Onlineshop
- Online-Marktplatz
- Online-Demo
- Email-Kommunikation

Purchase

Die verbleibenden Anbieter bilden nun die deutlich schlankere Shortlist. Potenzielle Kunden benötigen an diesem Punkt der Reise nur noch unterstützende Argumente, die ihre Entscheidung untermauern.

© Zühlke 2022

"Hilfe, ich brauche neue Touchpoints"
Brandstetter, Kristina

- App
- E-Mail/Newsletter
- Service-Portal
- Social Media
- Helpdesk

Retention

Nach dem Kauf ist vor dem Kauf. Die Kundenreise geht über die reine Leadgenerierung hinaus, auch wenn sie dies vermeintlich als Ziel hat.

© Zühlke 2022

"Hilfe, ich brauche neue Touchpoints"
Brandstetter, Kristina

- Social Media
- LinkedIn
- Mailings
- Umfragen
- Bewertungen

Advocacy

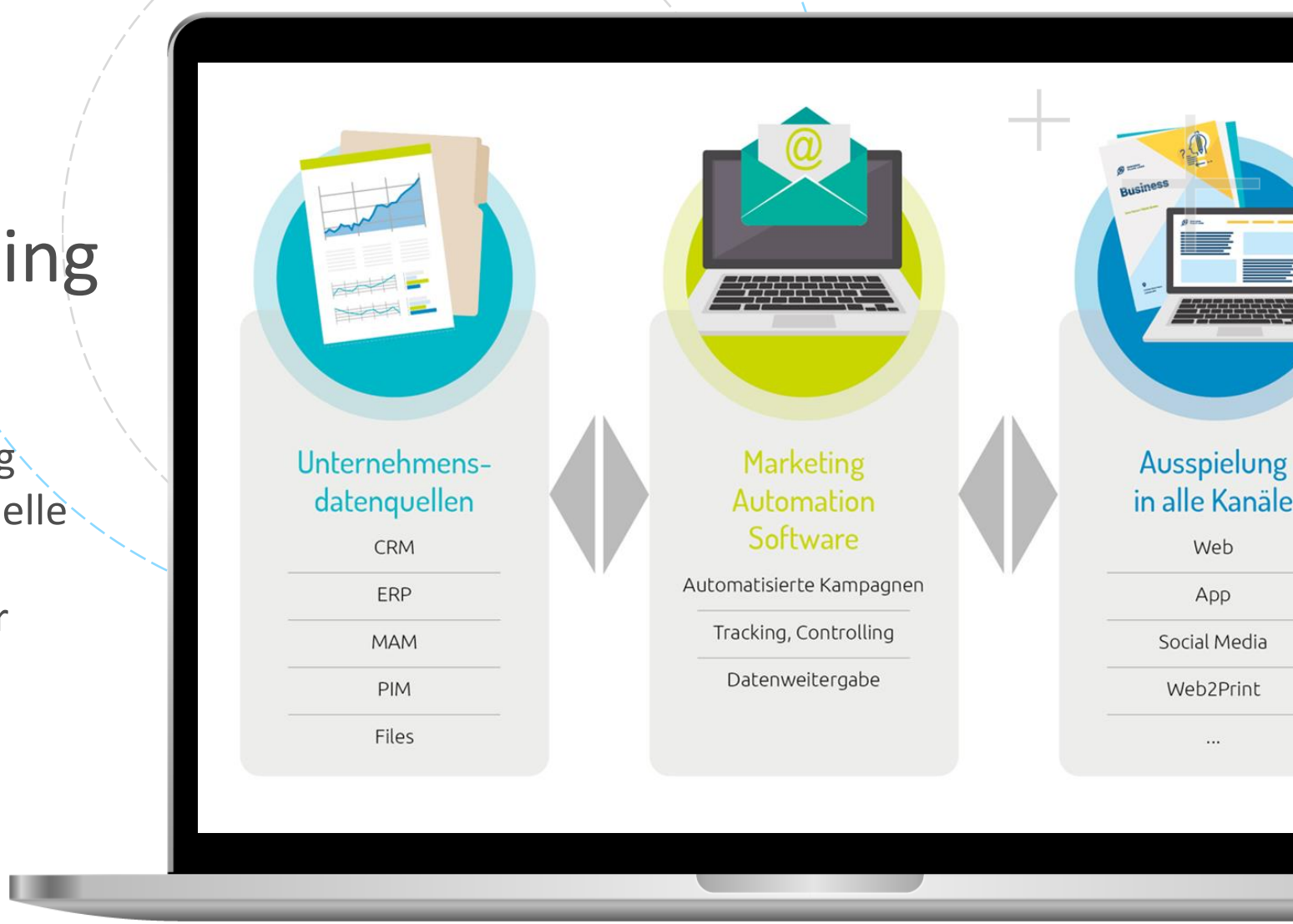
Für Unternehmen ist es unbezahlbar, wenn zufriedene Kunden ihre Erfahrungen nach außen
tragen – am besten möglichst einfach machen.

© Zühlke 2022

"Hilfe, ich brauche neue Touchpoints"
Brandstetter, Kristina

Unverzichtbar: Marketing Automation

Marketing Automation im B2B Marketing sorgt für eine zielgerichtete und individuelle Kommunikation mit den Buyer Personas unserer potenziellen Kunden entlang der Customer Journey.



© Zühlke 2022

"Hilfe, ich brauche neue Touchpoints"
Brandstetter, Kristina

Public

Unverzichtbar: Marketing Automation

Marketing Automation im B2B Marketing sorgt für eine zielgerichtete und individuelle Kommunikation mit den Buyer Personas unserer potenziellen Kunden entlang der Customer Journey.

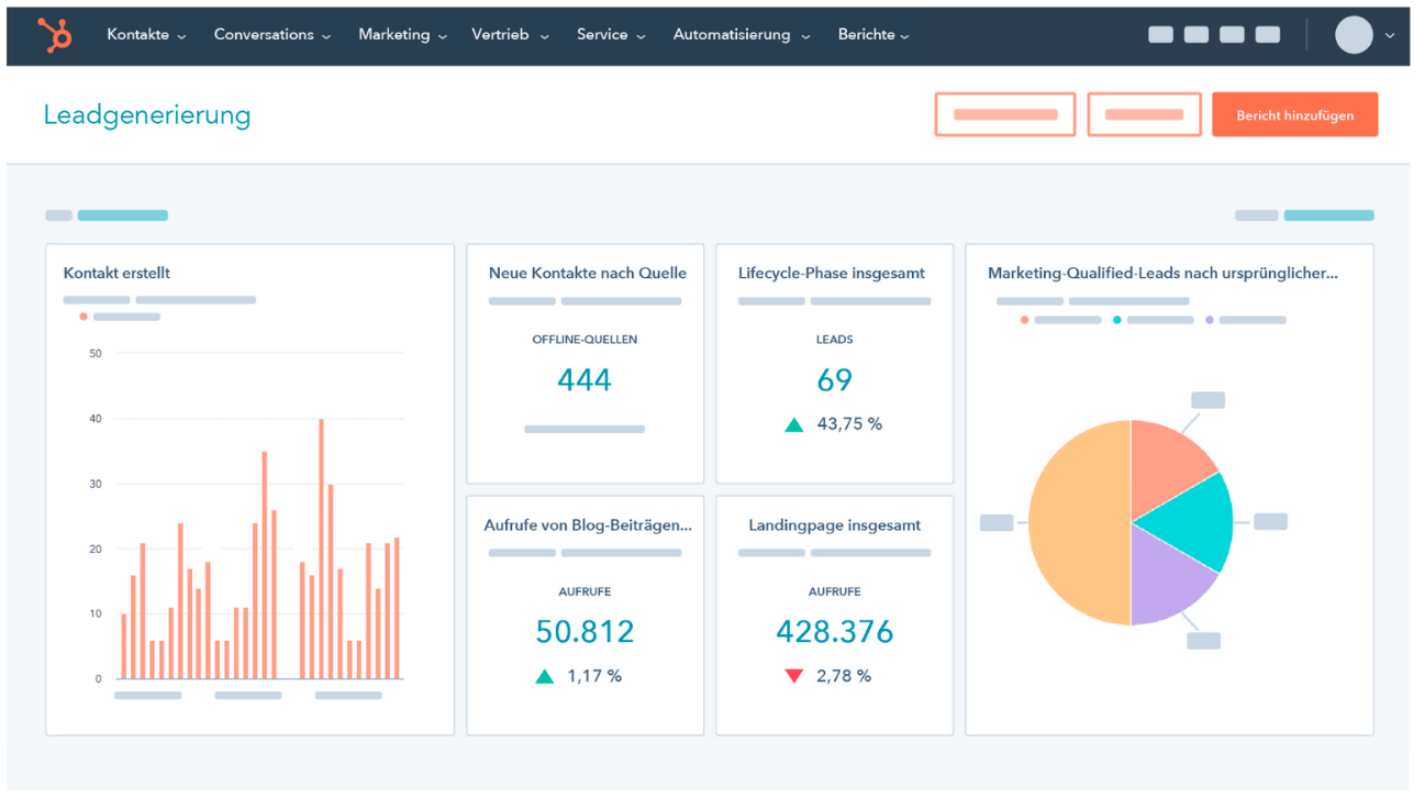
© Zühlke 2022

"Hilfe, ich brauche neue Touchpoints"
Brandstetter, Kristina

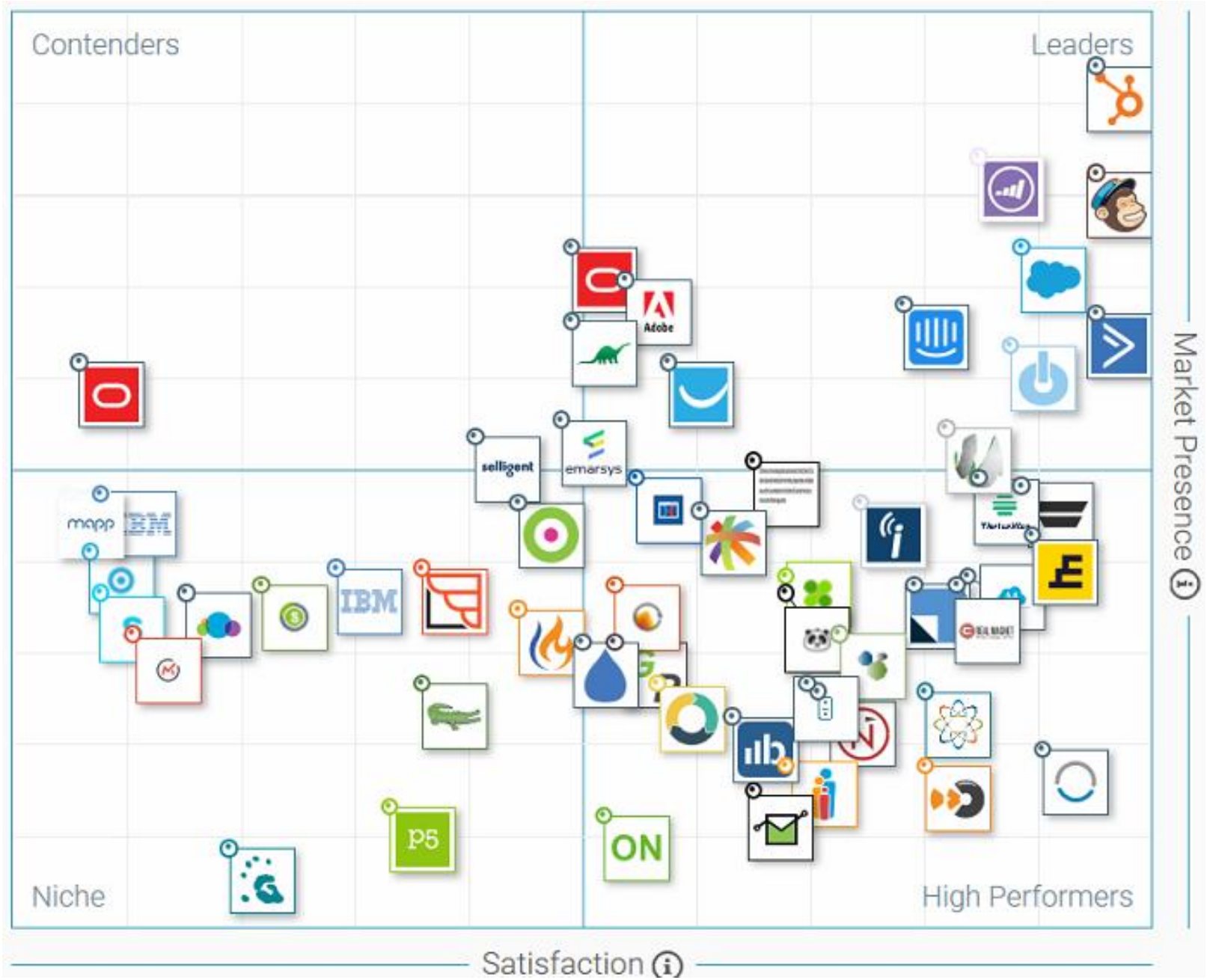
COPA-DATA

Praxisnahe Einblicke am Beispiel von COPA-DATA

HubSpot als Tool für Marketing Automation



COPADATA



Bildquelle: https://marketinginsidergroup.com/content-marketing/35-marketing-automation-tools-personalize-customers-journey/

COPADATA

Zahlen, Daten & Fakten zu COPA-DATA

Stand vom 31. März 2023

360+
MITARBEITER:
INNEN

19
STANDORTE

16
DISTRIBUTOREN

COPADATA

Wo stehen wir nach zwei Jahren Marketing Automation?

Zahlen, Daten & Fakten aus der Praxis

Stand vom 31. März 2023

558
WORKFLOWS

987
LISTEN

1.067
OFFENE DEALS

COPADATA

Zahlen, Daten & Fakten aus der Praxis

Stand vom 31. März 2023

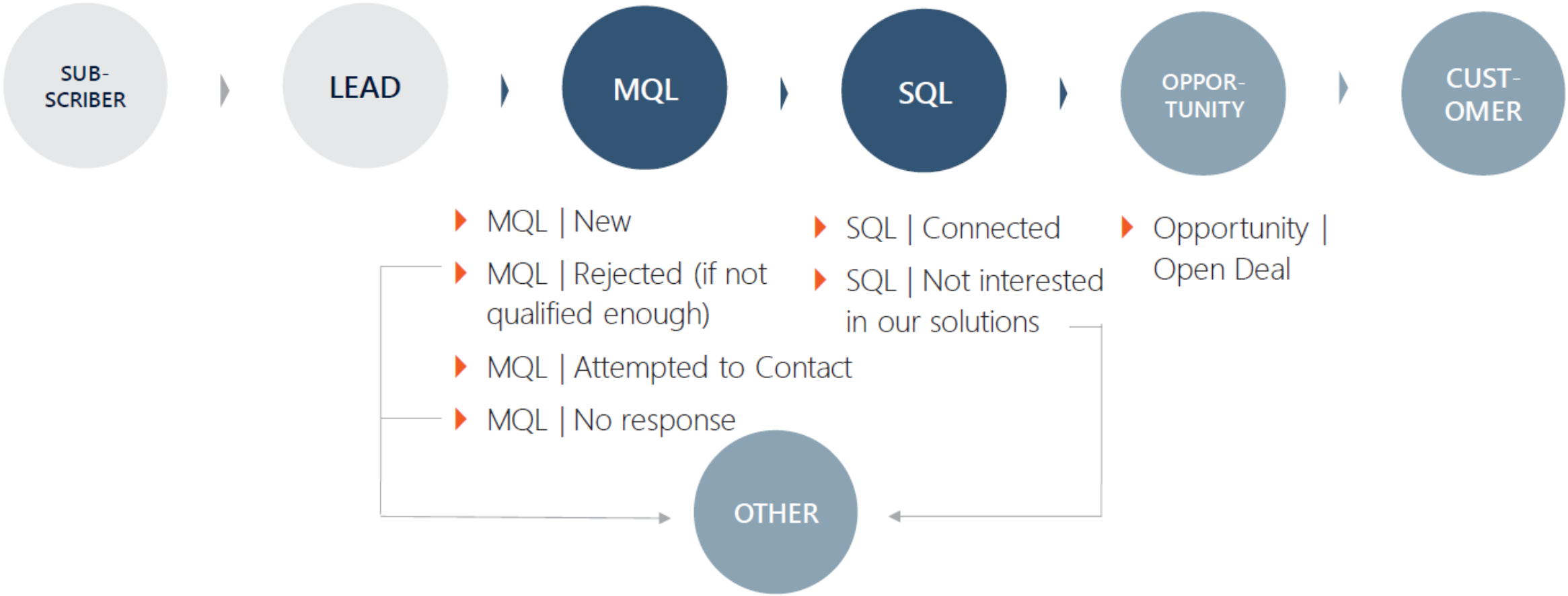
76.029
KONTAKTE

8.969
MQLS

7.256
SQLS

COPADATA

Leadqualifizierung bei COPA-DATA



COPADATA

Vertriebsprozess: Lead to Closed Won

Life Cycle Stage: MQL
Lead Status: MQL | New

Based on **qualification workflow** criteria, local sales rep gets a notification, when a lead turns into an **MQL**.

1

2

If decided, that this **MQL** is sales-ready, the sales rep tries to contact the MQL.

Life Cycle Stage: MQL
Lead Status:
MQL | Attempted to Contact

3

Life Cycle Stage: SQL
Lead Status: SQL | Connected

The sales rep **gets connected** via mail or phone.

4

Sales rep identifies an **opportunity**.

Life Cycle Stage: Opportunity
Lead Status:
Opportunity | Open Deal
Deal Stage: Qualification

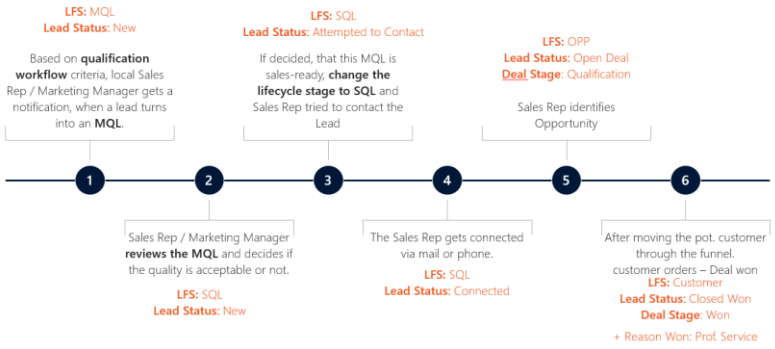
5

Life Cycle Stage: Customer
Deal Stage: Closed Won

Customer orders – deal won.

COPADATA

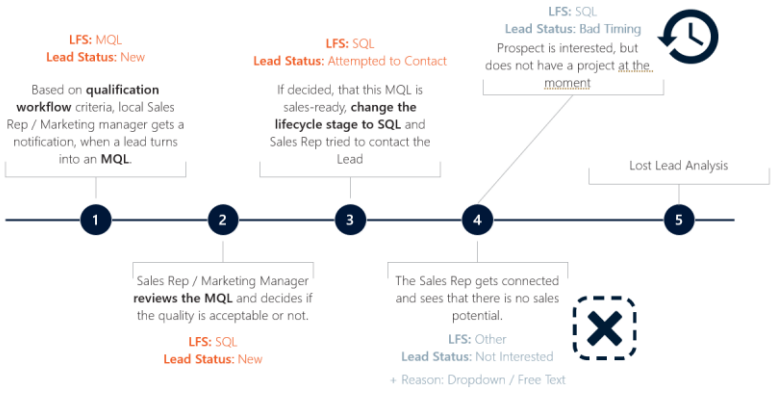
Lead to Closed Won



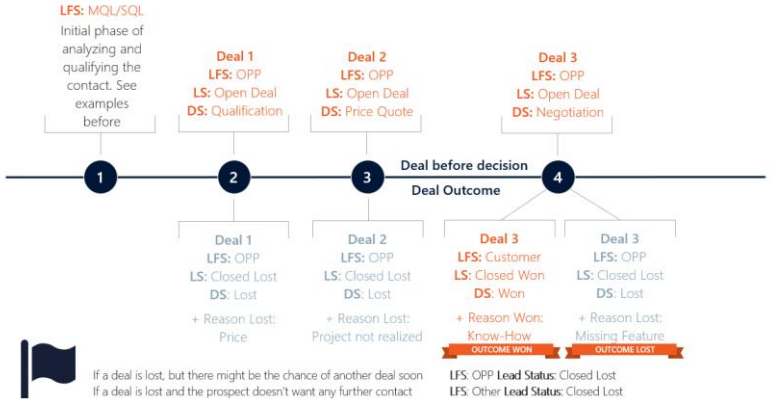
Lead to Closed Lost

Lead to Rejected

Lead to Unqualified Lead



One contact with multiple deals



und viele weitere...

ENERGY
STORAGE
Li-ion
Energy storage
CAUTION

Kampagne zum Thema BESS

BESS = Batterieenergiespeichersystem

Static Website Content **Longform**

Blog Article **IU Article** **SUS**

Solution Leaflet Solution Video **Infographic(s)**

Promo Video **Prof. Article**

White Paper

Webinar **Webinar on-demand**

Application Set Download

Organic Social Fairs

Conferences **Organic Search**

Paid Search Print Ads Banner

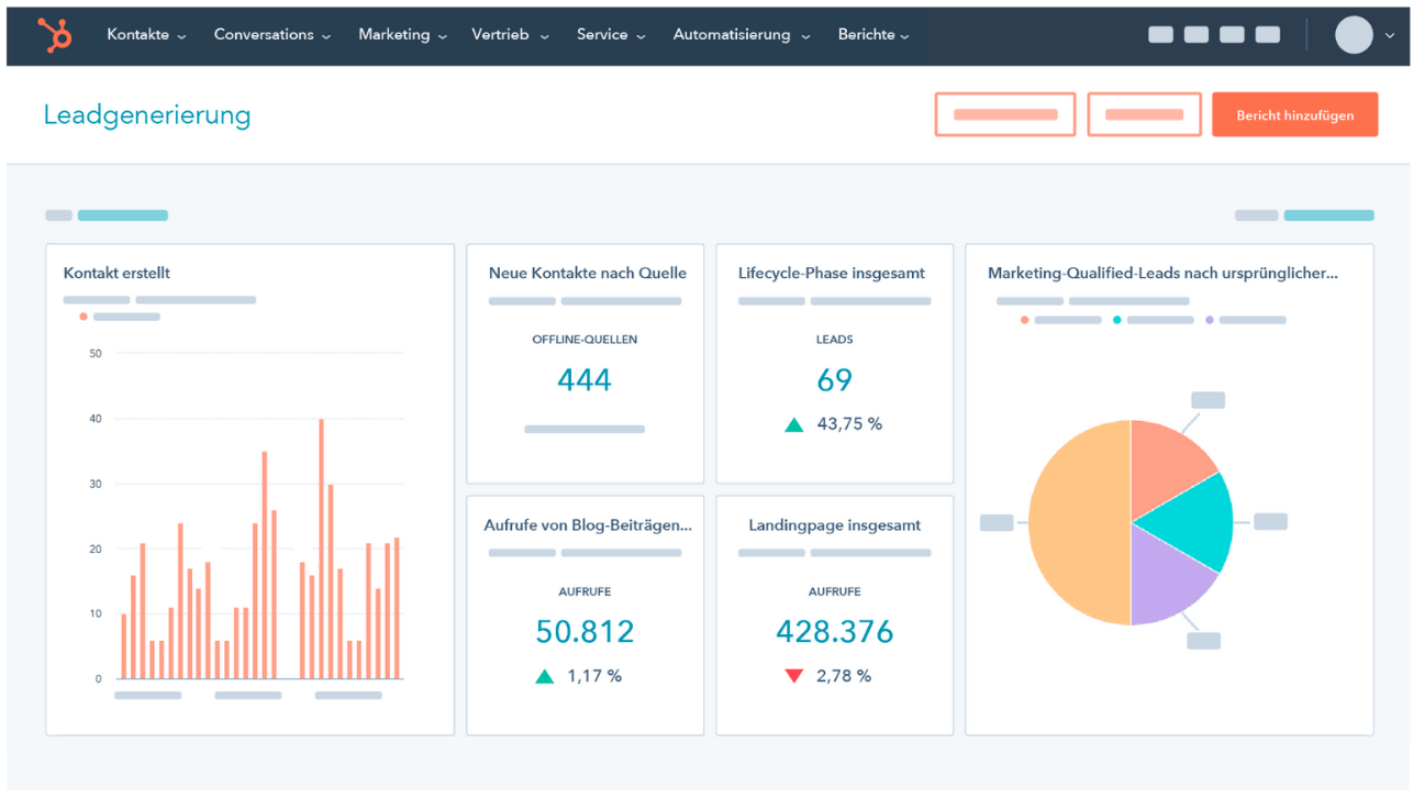
CTAs Website **Special Mailings**

Lead Nurturing E-Mails

Sequences for follow up

COPADATA

Genug Slides, ab in die Praxis!



COPADATA

COPA-DATA

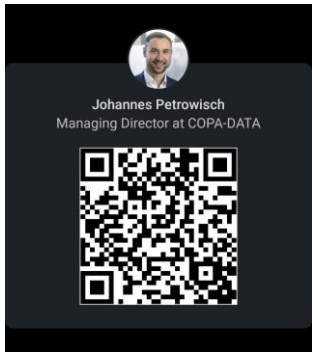
Workshop

Let’s connect!

Wir freuen uns über den weiteren Austausch.

Kristina Maria Brandstetter

Vorstand **#thenewITgirls,** bis April Head of Marketing & Communications **Zühlke Österreich,** ab Mai Transformation & Partner Management **AustriaTech**



Johannes Petrowisch

Geschäftsführer

COPA-DATA GmbH

COPADATA