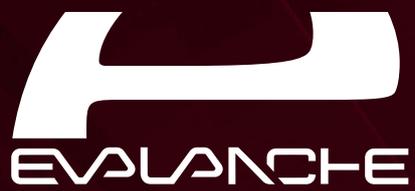


EVALANCHE LEAD MANAGEMENT



EVALANCHE

DIE LEAD MANAGEMENT LÖSUNG

„Evalanche wendet sich jetzt auch an Unternehmen, die nicht nur von einer leistungsfähigen E-Mail-Marketing Lösung profitieren, sondern Marketing und Vertrieb mit einer professionellen Lead Management Lösung unterstützen wollen.“

Tobias Kuen

SC-Networks GmbH, Geschäftsführer



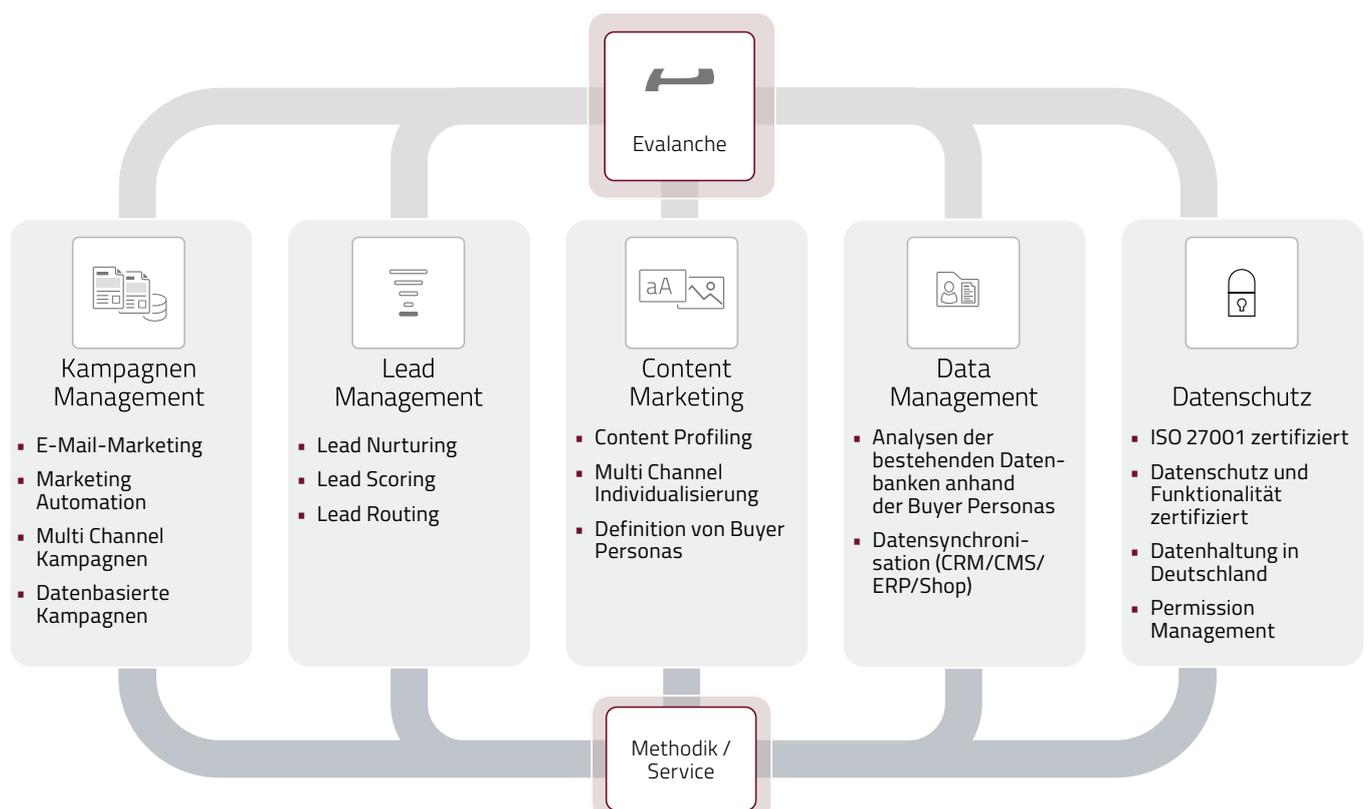
Die leistungsfähige E-Mail-Marketing Plattform Evalanche wurde um eine professionelle Lead Management Lösung erweitert - in Form von Lead Scoring und Lead Nurturing sowie Content Marketing mit einer persona-gestützten Content-Entwicklung und -Analyse.

In einem Kombinationspaket aus Beratung, Implementierung und Produktfunktionalität wird hierzu folgendes angeboten:

- Lead Management durch Lead Scoring und Lead Nurturing
- Kampagnen Management inkl. E-Mail-Marketing, Landing Pages und Social Media über automatisierte Workflows
- Marketing Automation Methoden
- Content Marketing durch Definition von Buyer Personas
- Einbindung des Vertriebs durch CRM Integration, E-Mail Alerts und automatisierte Lead-Zuordnung
- Datenmanagement

Dabei werden weiterhin alle bekannten und bewährten Funktionalitäten von Evalanche zur Verfügung stehen.

Es entsteht eine leistungsfähige Marketing Automation Plattform, die zudem sukzessive weiterentwickelt wird.



LEAD NURTURING

Lead Nurturing umfasst alle Maßnahmen, die ein Unternehmen ergreift, um einen Interessenten zum richtigen Zeitpunkt mit relevanten Informationen anzusprechen, passend zur jeweiligen Phase der Kaufentscheidung, in der sich der Interessent gerade befindet. In Evalanche werden aktivitäts- und profilbasierte Flows entwickelt, um Ihre Leads mit relevantem Content regelmäßig automatisiert zu versorgen.

Weitere Funktionalitäten:

- Definition von Zielgruppen und „Buyer Personas“ anhand von aktivitäts- oder profilbasiertem Verhalten
- Content Mapping anhand der verschiedenen Verkaufsstufen
- Definition von Workflows und „Triggered E-Mails“
- Dynamische Qualifizierung des Leads durch Analyse des Nurturing-Verhaltens

LEAD SCORING

Das Lead Scoring ist ein Verfahren zur Bewertung der Leads, und zwar in zweierlei Hinsicht: zum einen nach der Vollständigkeit des Profils (explizit) und zum anderen nach der Reaktion des Leads auf die Kommunikation (implizit). Definieren Sie den Qualifizierungsgrad Ihrer Leads anhand von expliziten und impliziten Bewertungskriterien (z.B. von Prio A-D). Wenn ein Lead eine bestimmte Bewertung erreicht, wird er an den Vertrieb weitergeleitet.

Weitere Funktionalitäten:

- Bewertung der verschiedenen Online-Aktivitäten (z.B. Formular, Veranstaltungsbesuch, etc.)
- Inkrementelle Erhöhung des impliziten Scores nach Aktivität
- Auf Persona und Segmente basiertes explizites Scoring
- Multivariantes Scoring

LEAD ROUTING

Lead Routing bezeichnet die Übergabe eines Leads vom Marketing an den Vertrieb und zwar gleich an den Mitarbeiter, der für ihn zuständig sein wird. Übergeben Sie Ihrem Vertrieb über einen automatisierten Prozess nur die qualifizierten Leads. Der Vertrieb wird durch E-Mails informiert, wenn ihm neue Leads zugewiesen werden. Die Leads werden dem richtigen Ansprechpartner zugeordnet und können so unmittelbar kontaktiert werden.

Weitere Funktionalitäten:

- Alert Management
- Automatische Zuordnung des richtigen Vertriebsmitarbeiters
- Automatisierte Datensynchronisation mit CRM oder E-Mail Push Service

DAS SERVICEANGEBOT UMFASST DABEI FOLGENDE SCHRITTE

1. Überprüfung Ihres heutigen Nachfragetrichter-Modells: Analyse Ihres derzeitigen Vorgehens zur Nachfragerhöhung und Eini-gung auf eine gemeinsame Betrachtungsweise Ihrer Vertriebs- und Marketing-Prozesse.
2. Etablierung Ihrer Stufen im Verkaufsprozess: Unterstützung, die verschiedenen Phasen zu definieren, und schrittweise Erarbeitung der entsprechenden Konversionskriterien.
3. Definition Ihres Idealkundenprofils: Unterstützung bei Ihrem Idealkundenprofil und der Beschreibung der Buyer Personas.
4. Enge Zusammenarbeit zwischen Marketing und Vertrieb: Optimierung des Übergabeprozesses vom Marketing zum Vertrieb und bei der Festsetzung des nachfolgenden Zeitrahmens unter Berücksichtigung des Qualifizierungslevels des jeweiligen Leads.
5. Überprüfen der bestehenden Übergabekriterien und Diskussion des Zusammenhanges von Lead Scoring-Qualifizierungskriterien und verhaltensbezogenen Interessen.
6. Nach Abschluss eines Workshops steht Ihnen ein mehrstufiges Konzept zur Verfügung, das die nächsten Schritte erläutert.

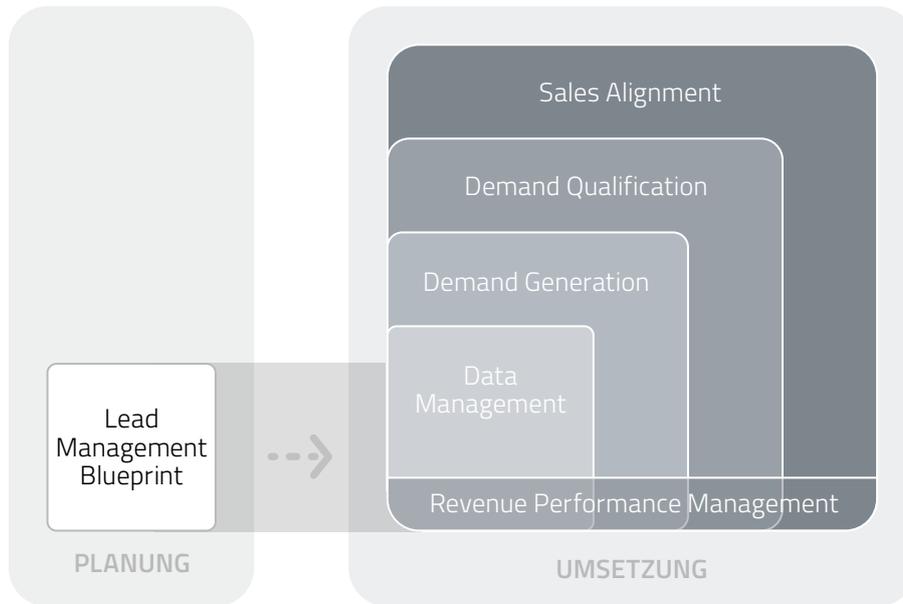


DIE VORTEILE EINES INTEGRIERTEN LEAD MANAGEMENT-PROZESSES

- **Ein gemeinsamer Nachfragetrichter:** Ihre Vertriebs- und Marketing-Teams besitzen einen gemeinsamen Nachfragetrichter, der auf planbares Wachstum ausgerichtet ist.
- **Ein punktgenauer Konvertierungsfokus:** Ihre Vertriebs- und Marketing-Teams verfügen über exakt definierte Verkaufsphasen, die dazu beitragen, Ihre Prozesse laufend zu optimieren und so höhere Konvertierungsraten zu erzielen.
- **Eine Definition des Idealkundenprofils:** Ihre Vertriebs- und Marketing-Teams verfügen über eine gemeinsam verabschiedete Käuferdefinition.
- **Eine nahtlose Übergabe:** Ihre Vertriebs- und Marketing-Teams besitzen eine reibungslose Übergabe-Schnittstelle, um die Käufer während ihrer gesamten Reise zu begleiten.

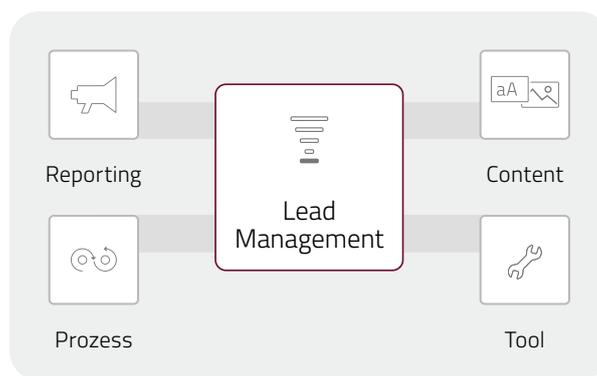
DIE WEITERE VORGEHENSWEISE

Implementierung eines integrierten Lead Managements anhand der im Workshop definierten Anforderungen:



DIE LEAD MANAGEMENT-METHODE

Wir bieten eine Lead Management-Methode, die Ihre Vertriebs- und Marketing-Prozesse schnell anpasst, um Ihre Vertriebspipeline effektiver zu steuern, Vertriebszyklen verkürzt und die durchschnittliche Anzahl der Geschäftsabschlüsse signifikant steigert.



„Als globaler Anbieter von Consulting und Services unterstützt ec4u Unternehmen in den Bereichen Marketing Automation, Lead Management und Inbound Marketing. Und das jetzt noch effizienter in Kooperation mit Evalanche.“

Reinhard Janning
CDO, Chief Digital Officer, ec4u expert consulting ag



ZERTIFIZIERTE QUALITÄT

Die ISO-Zertifizierung nach ISO/IEC 27001 sowie das Zertifikat des TÜV SÜD für Datensicherheit und Funktionalität bestätigen die Qualität von Evalanche durch unabhängige Instanzen. Kundennahe Kernkompetenz für die Softwarepflege und Weiterentwicklung direkt vor Ort in Deutschland sind die Gewähr für einen erstklassigen und schnellen Service. Evalanche wird in TÜV-zertifizierten Rechenzentren gehostet und steht für modernstes E-Mail-Marketing und Lead Management für den internationalen Markt.

