

Energiegeladene Marketingstrategien

Wie Sie mit intelligenter Technologie Zeit und Ressourcen
sparen und Ihre Marketingziele erreichen



Felix Johannsen

Leiter Vertriebsmarketing

meistro

10.10.2024

Wien

Eine kleine Zeitreise

E-Mailmarketing der Vergangenheit
(hoffentlich) 😊

1



2



3



Zurück in die Zukunft

Vom Lead zum treuen Kunden - fast automatisch

- 1 Leadgenerierung**
Mit KI im Performance Marketing zur skalierbaren Leadmaschine
- 2 Lead Nudging**
Mit automatisierten E-Mail Kampagnen zum Sales Qualified Lead

- 3 Kundengewinnung**
Mit teilautoamtsierten Angebots- und Vertragsprozess zum Neukunden
- 4 Kundenbindung**
Mit personalisierten Content den Kunden begeistern



Leadmagnet per Knopfdruck

Die Grundlage jeder Marketing Automation sind Kontakte, die mit Content bespielt werden können. Aber auch die Gewinnung dieser Kontakte geht fast automatisch.

730 Follower:innen
meistro Anzeige

Sind Ihre Betriebskosten außer Kontrolle? Viele Geschäftsführer, gerade in produzierenden Unternehmen, kämpfen mit steigenden Kosten, die das Unternehmensergebnis belasten:

- 👉 Hohe Stromkosten durch veraltete Verträge
- 👉 Überhöhte Kosten für Rohmaterialien durch fehlende Lieferantenvergleiche
- 👉 Hohe Logistikkosten durch ineffiziente Routenplanung

Laden Sie sich jetzt kostenlos das PDF: "10 unnötige Betriebskostentreiber für produzierende Unternehmen und wie sie sie vermeiden" herunter und steigern Sie Ihre Gewinnmargen!



Kostenlos: 10 unnötige Betriebskostentreiber für produzierende Unternehmen und wie Sie sie vermeiden

meistro.de

Herunterladen

meistro Gefällt mir Kommentar Teilen

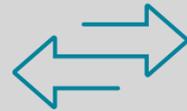
Kommentieren als meistro GmbH ...



LEAD-GENERIERUNG



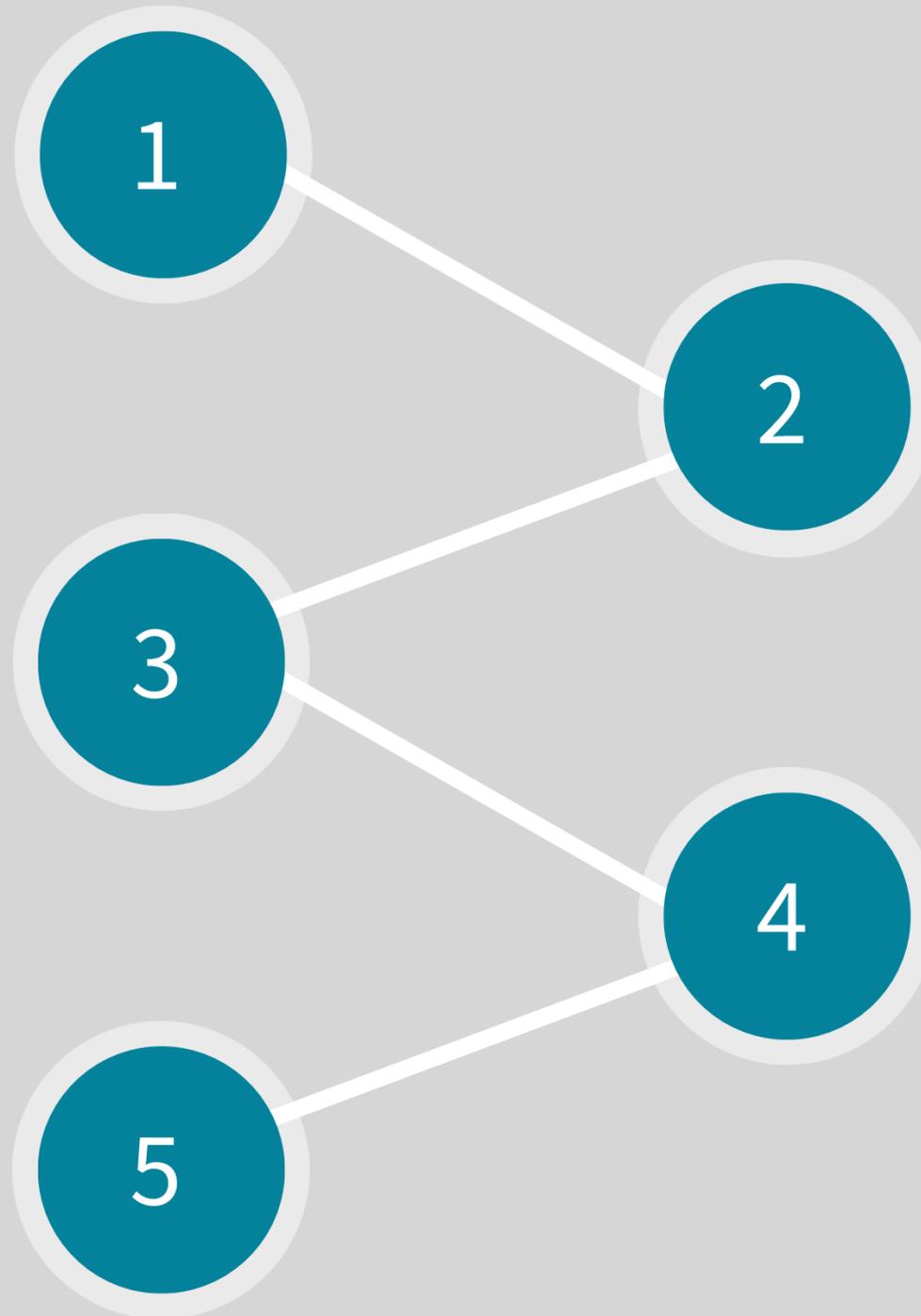
Paid Ad's



Leadüberführung in
Evalanche durch Social
Selling Cloud



Download PDF
(Lead bereit für weiteres
Nuding)



Leadeingang über
LinkedIn/Meta Formular

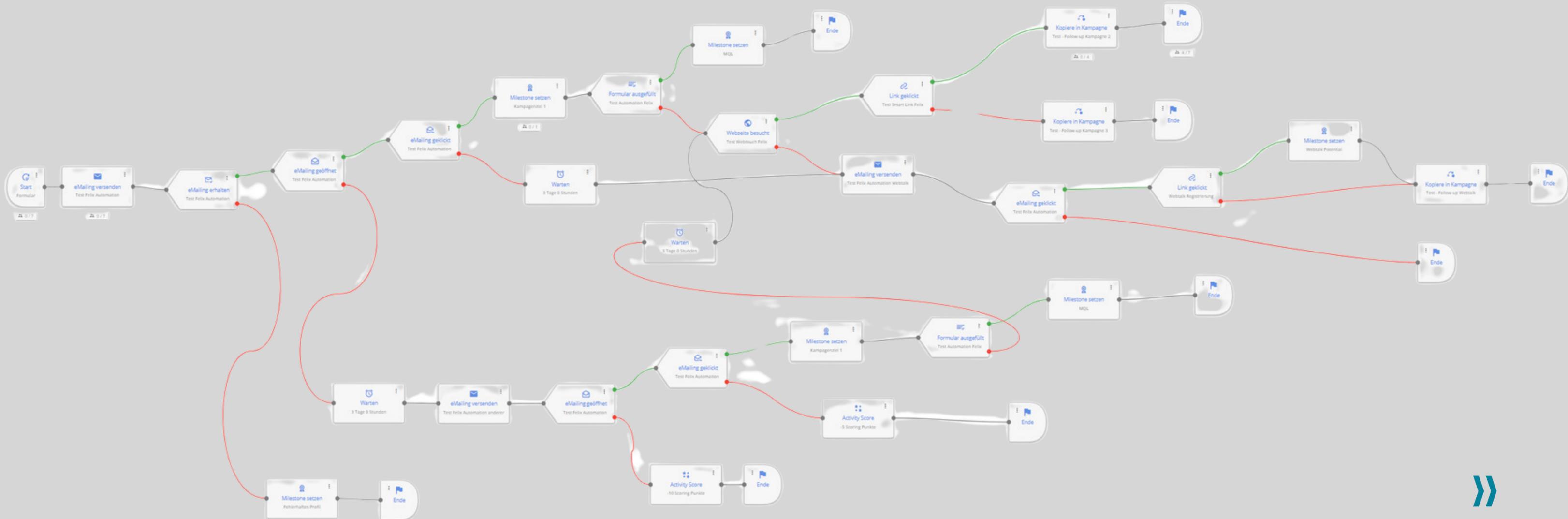


automatische
DOI Mail



Lead Nudging

Vom Lead zum SQL



KUNDEN- GEWINNUNG



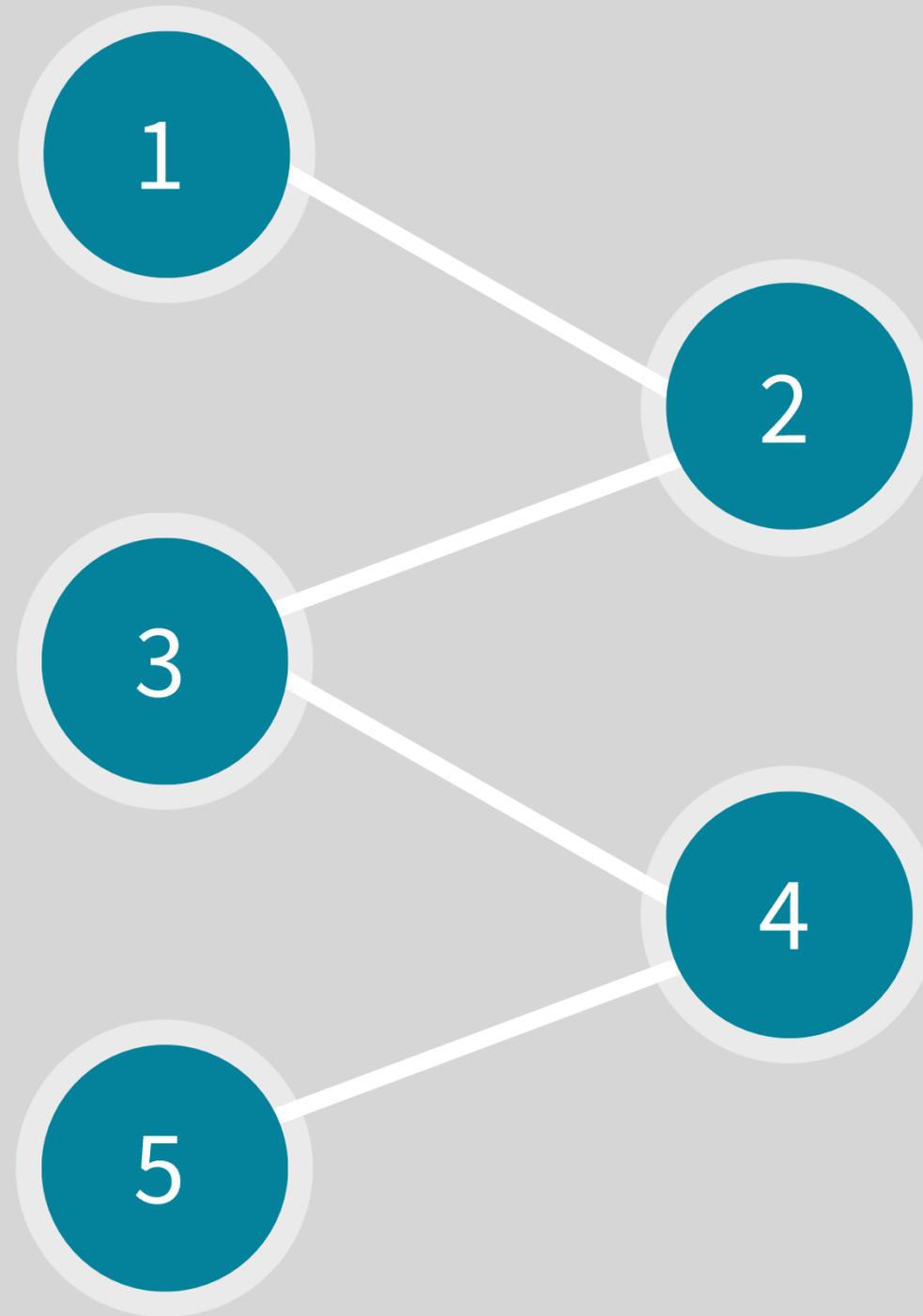
Leadeingang über
Landingpage mit
Evalanche Formular



Kontaktaufnahme inkl.
Angebotserstellung



Digitale
Vertragsüberführung



Automatische
Salesaktivität in EVI

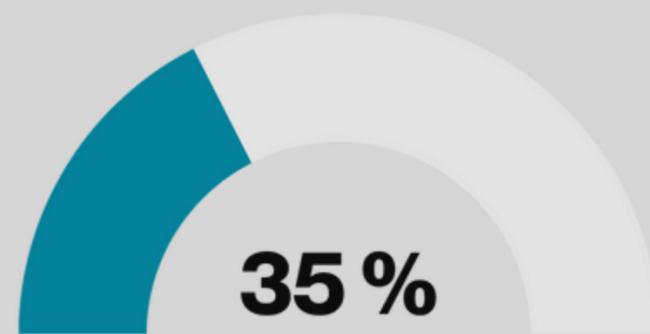


Automatische
Angebotsreminder



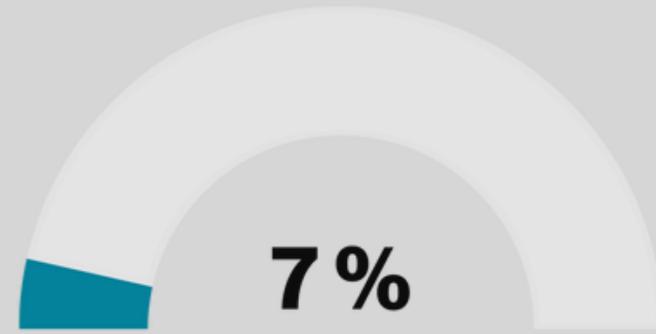
Kundenbindung

Kundennewsletter identifiziert Zielgruppe “Interessenten Fördermittel”:
Exklusives Mailing an diese Zielgruppe mit Link zum Whitepaper
“Wissenswertes zur Fördermittelberatung”



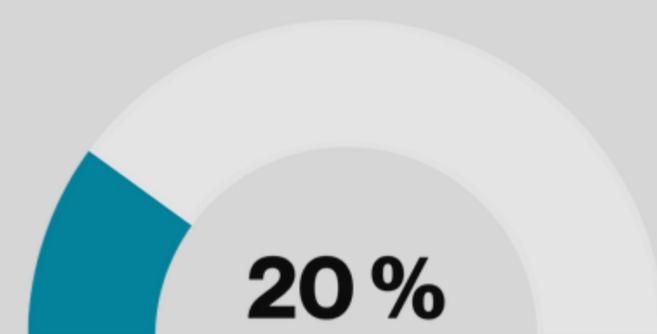
Öffnungsrate

11 %-Punkte über
Vergleichsbenchmark von
Inxmail 2023



Klickrate

3,5 %-Punkte über
Vergleichsbenchmark von
Inxmail 2023

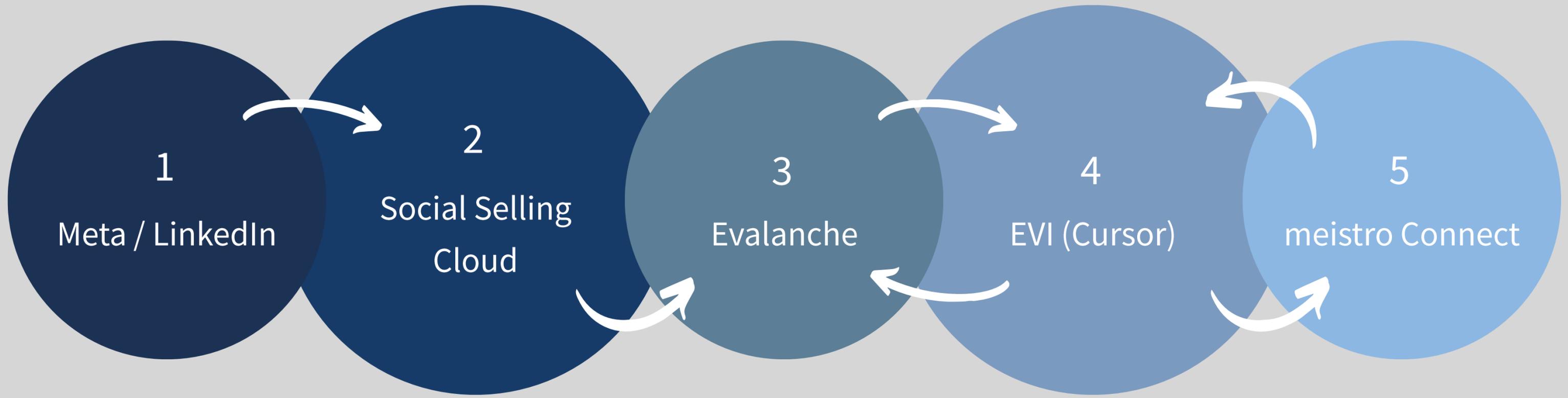


eff. Klickrate

4 %-Punkte über
Vergleichsbenchmark von
Inxmail 2023



EIN ORCHESTER DER IT SYSTEME



Jetzt mal Klartext

Denkanstoß

Beginn mit dem Problem, nicht mit der Lösung

- Nicht immer ist Automatisierung die richtige Lösung für Dein Problem
- Nur weil es gerade Trend ist (ähnlich wie KI), tritt auf die Bremse und reflektiere deine Kernprobleme und schau dann, was die beste Lösung dafür ist



- Followup-Content + Automatisierungen machen keinen Sinn, wenn Du keine und nur wenige Leads generierst
- Sobald die Leadgenerierung läuft, gehst Du den nächsten Schritt (z.B. Optimierung Whitepaper)
- Wenn die Downloadrate stimmt, gehst Du an den Follo -up Content
- Wenn dieser convertet, starte mit der Automatisierung.

Mein erster Leadfunnel hat 1 Lead generiert! Der Aufwand betrug aber 2 Tage. Die Automation war nicht die Lösung für mein Kernproblem “keine Performance mit den Ad’s”



Vielen Dank



Felix Johannsen

Head of Sales Marketing

www.meistro.de

felix.johannsen@meistro.de

LinkedIn: [linkedin.com/in/felix-johannsen-de/](https://www.linkedin.com/in/felix-johannsen-de/)