

# Mehr Effizienz in Sales und Marketing durch Oracle CRM On Demand Marketing

**Frank Vogt**  
**Leitender Systemberater CRM Marketing Solutions**  
**ORACLE Deutschland B.V. & Co. KG**  
**Geschäftsstelle Frankfurt**

## **Schlüsselworte:**

Oracle CRM On Demand Marketing, Marketing Automation, Lead Nurturing, SaaS, Email Marketing, Landing Pages, Web Forms, Oracle CRM On Demand

## **Einleitung**

Marketingabteilungen befinden sich heute mitten im komplexen Spannungsfeld zwischen Vertrieb, extrem anspruchsvollen Kunden und immer knapperen Ressourcen.

Der Vortrag soll Möglichkeiten aufzeigen, wie „Oracle CRM On Demand Marketing“ unterstützen kann, erfolgreich in diesem Spannungsfeld zu agieren. Zudem geht es darum, mit der Lösung die Kampagneneffektivität zu erhöhen und gleichzeitig das Lead Management zu optimieren.

## **Heutige Herausforderungen in Marketing und Vertrieb**

Bedarfs- und Leadgenerierung ist eine der zentralen Bereiche im B2B Marketing! Für heutige Marketingabteilungen ist dies jedoch nur noch ein kleiner Teil des umfassenden Aufgabenkataloges.

Häufig wird von Marketingabteilungen bemängelt, dass aufwändig generierte potentielle Interessenten (Leads) nicht oder nur unzureichend vom Vertrieb nachverfolgt werden - bspw. nach Messen. Der Vertrieb beantwortet dies zumeist mit unzureichender Qualifizierung der Leads durch die Marketingabteilung und einer zu hohen Arbeitslast.

Besonders im B2B Geschäft geht es daher verstärkt darum, Leads bestmöglich zu qualifizieren und nur die aussichtsreichsten Interessenten weiterzuleiten. Wie dies geschehen soll, ist meist ein intensiver Streitpunkt zwischen Marketing und Vertrieb.

Die große Herausforderung der Marketingabteilungen ist zudem, immer weitreichendere Anforderungen mit immer geringeren Budgets umzusetzen. Die Nutzung elektronischer Medien wie email, Newsletter, Webregistrierungen etc., werden dabei zwar immer wichtiger - dessen Betrieb setzt jedoch so die Annahme IT-Investitionen und IT-Fachwissen voraus.

Wie können Marketingabteilungen zukünftig erfolgreich in diesem Spannungsfeld agieren?

## Stärkere Verzahnung von Marketing und Vertrieb

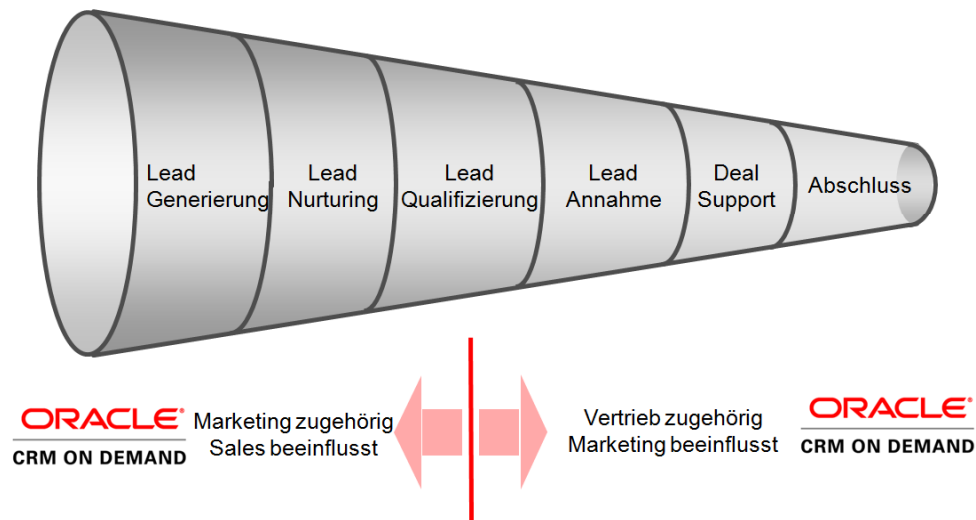
Eine erfolgreiche Umsetzung der oben beschriebenen Anforderungen beginnt mit einer stärkeren Verzahnung von Marketing- und Vertriebsaktivitäten. Aber auch die Änderung der Struktur des Lead-Prozesses hat hier einen starken Einfluss. Der klassische „Marketing-Sales Funnel“ wird dabei speziell im Bereich Marketing etwas erweitert und dies wird umfassend durch Software unterstützt.

Oracle unterstützt hier die Marketing Abteilungen mit der SaaS Lösung „Oracle CRM On Demand Marketing“. Dieses direkt nutzbare Werkzeug setzt auf neuen Marketing Paradigmen auf.

Neben den klassischen Funktionen wie komplexen mehrstufigen Kampagnen, Emails, Landing Pages etc. nutzt die Lösung verstärkt sogenanntes „Lead Nurturing“ (Lead Pflege). Das bedeutet, dass ein Lead über eine gewisse Zeit aufgebaut und weiterentwickelt wird und nur die qualitativ hochwertigen Anfragen an den Vertrieb weitergeleitet werden.

## Integration von Marketing und Vertrieb

Maximierung des Umsatz- „Funnel“



ORACLE

© 2011 Oracle Corporation – Proprietary and Confidential

Abb. 1: Der erweiterte Marketing und Vertrieb „Funnel“

## Stufenweises „Profiling“ als wichtiger Baustein

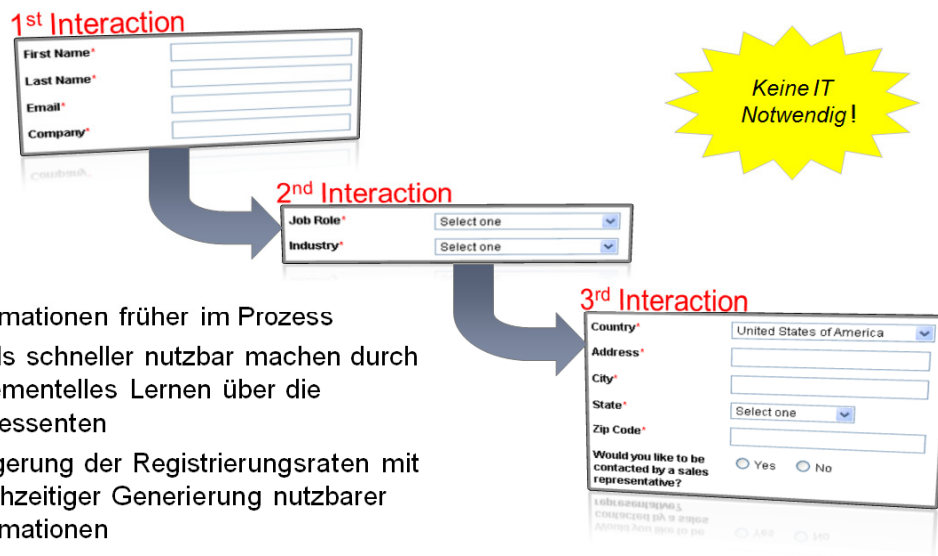
Zur besseren Qualifizierung von Leads stellt das System umfangreiche Möglichkeiten für den stufenweisen Dialog mit potentiellen Interessenten bereit. Hier geht es um die Definition automatisiert ablaufender Interaktionen.

Mit einer graphischen Oberfläche lassen sich leicht per drag & drop einfache oder auch komplexe mehrstufige Kampagnen definieren und durchführen. HTML Emails, Landing pages, Registrierungsformulare bis hin zu Microsites lassen sich mit dem Werkzeug einfach erstellen und für die Interaktion mit dem Kunden nutzen.

Ein automatisierter Lead-Funnel mit umfassend konfigurierbaren Regeln und entsprechendem Lead-Scoring runden die Funktionen ab.

Über die verschiedenen Interaktionen wird stückweise Vertrauen und verstärktes Interesse aufgebaut. Dies geschieht so lange, bis der Interessent einen entsprechenden Score erreicht und als Lead zum Vertrieb geleitet wird. Diese Webformulare und Interaktionen etc. lassen sich einfach ohne IT Unterstützung erstellen und verwenden.

## Dynamische Web Forms und stufenweises “Profiling”



- Informationen früher im Prozess
- Leads schneller nutzbar machen durch inkrementelles Lernen über die Interessenten
- Steigerung der Registrierungsraten mit gleichzeitiger Generierung nutzbarer Informationen
- Zurückweisung schlechter Daten / Validierung und Standardisierung
- Nutzung im Web und im Contact Center

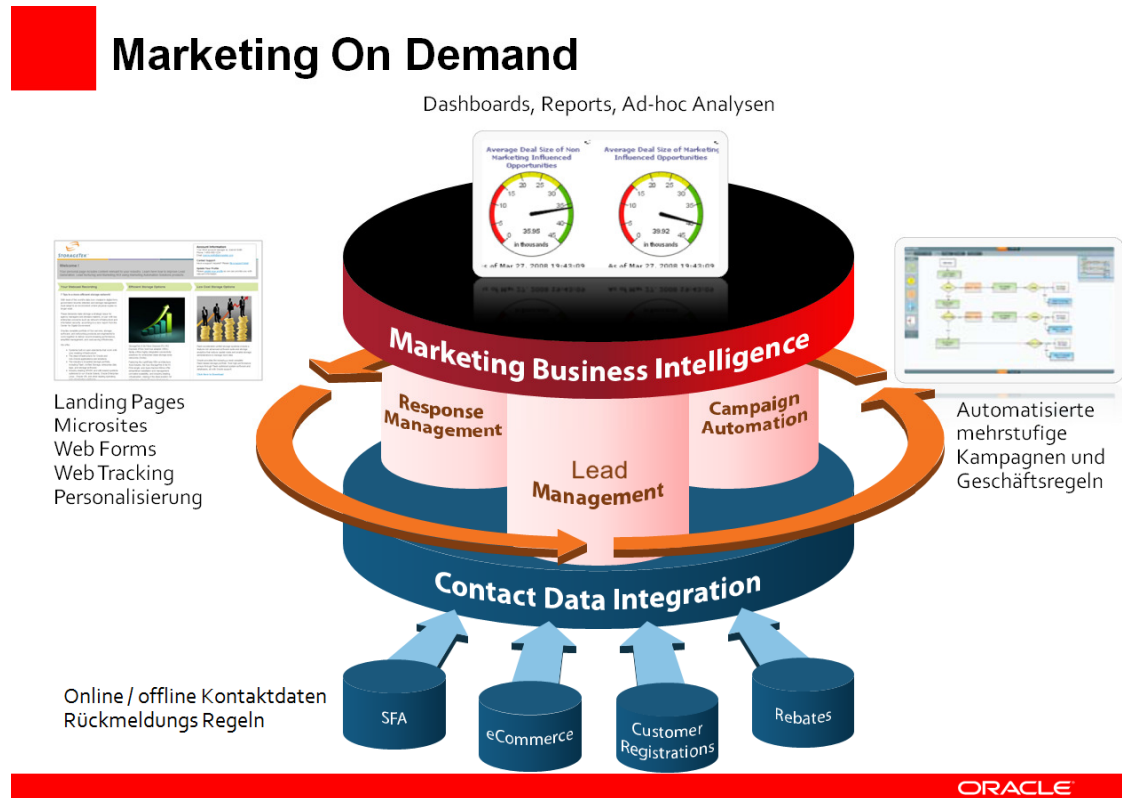
ORACLE

© 2011 Oracle Corporation – Proprietary and Confidential

Abb. 2: Stufenweises Profiling mit CRM On Demand Marketing

## Was steckt hinter "Oracle CRM On Demand Marketing"

Die Lösung stellt umfassende Marketing Funktionen als „Software as a Service“ bereit. Sie bietet dabei besonders B2B Kunden, sowie Unternehmen mit „High Value Customers“ erhebliche Vorteile. Oracle CRM On Demand ist komplett vorintegriert. Diese Daten stehen daher automatisch in der Marketing Lösung zur Segmentierung bereit. Leads, Interaktionen, Registrierungen etc. werden zudem automatisiert in die CRM On Demand Lösung übertragen und stehen dort dem Vertrieb zur Verfügung. Das System bietet zudem umfassende Reporting Möglichkeiten zur Auswertung des Kampagnenerfolges. Oracle CRM On Demand Marketing ist auch als Stand Alone Lösung verfügbar.



© 2011 Oracle Corporation – Proprietary and Confidential

Abb. 3: Oracle CRM On Demand Marketing Überblick

### Kontaktadresse:

**Frank Vogt**  
ORACLE Deutschland B.V. & Co. KG  
Robert-Bosch-Str. 5  
63303 Dreieich

Telefon: +49 (0)6103397472  
E-Mail: frank.vogt@oracle.com  
Internet: www.oracle.com