



all for one
Group

MITTELSTANDSFORUM 2020

Die Transformation zur Digitalen Marketing- und Vertriebsstrategie im B2B

Torsten Goldbecker, Business Expert Marketing | b4b Solutions GmbH

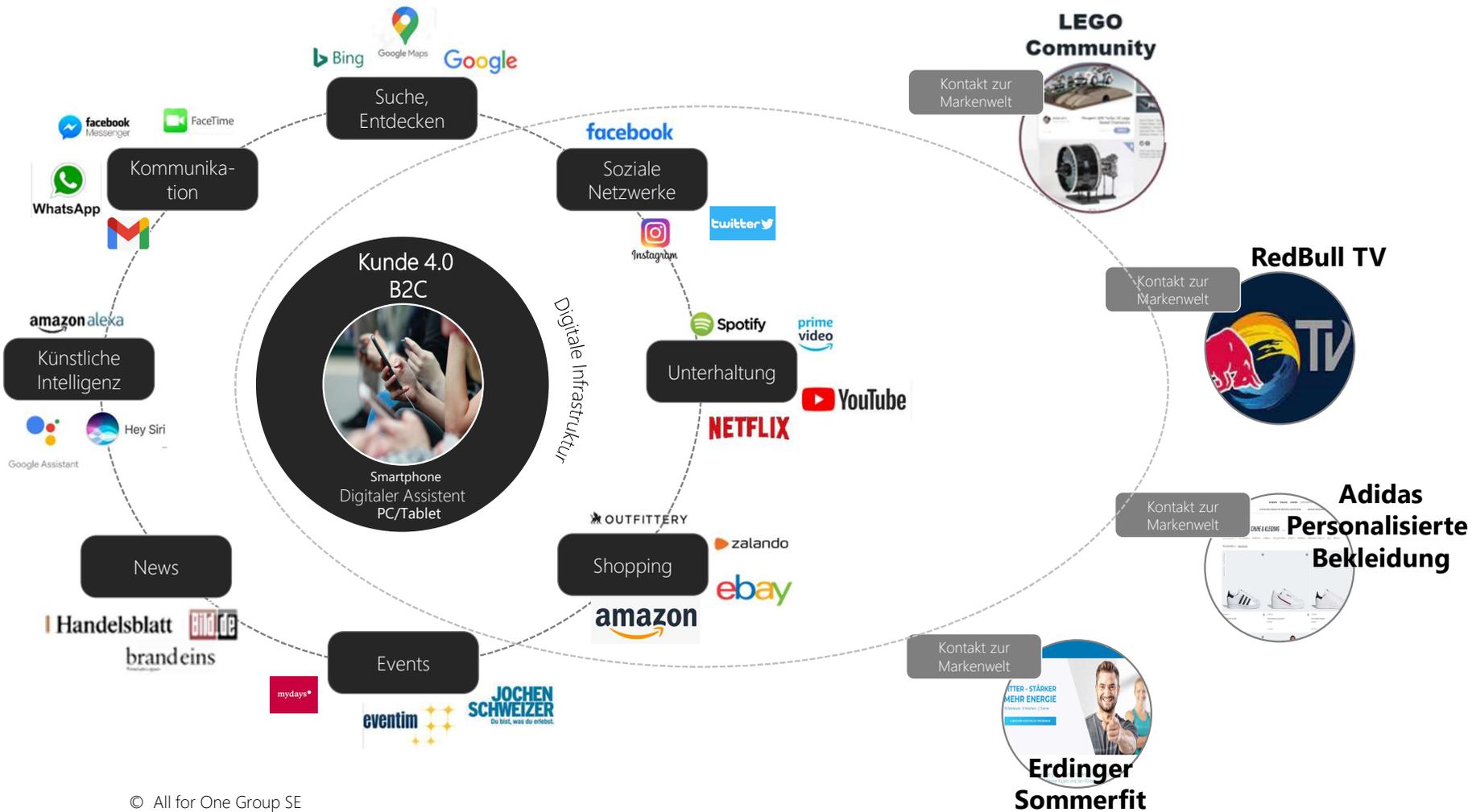


Status Quo - Kundenverhalten

01

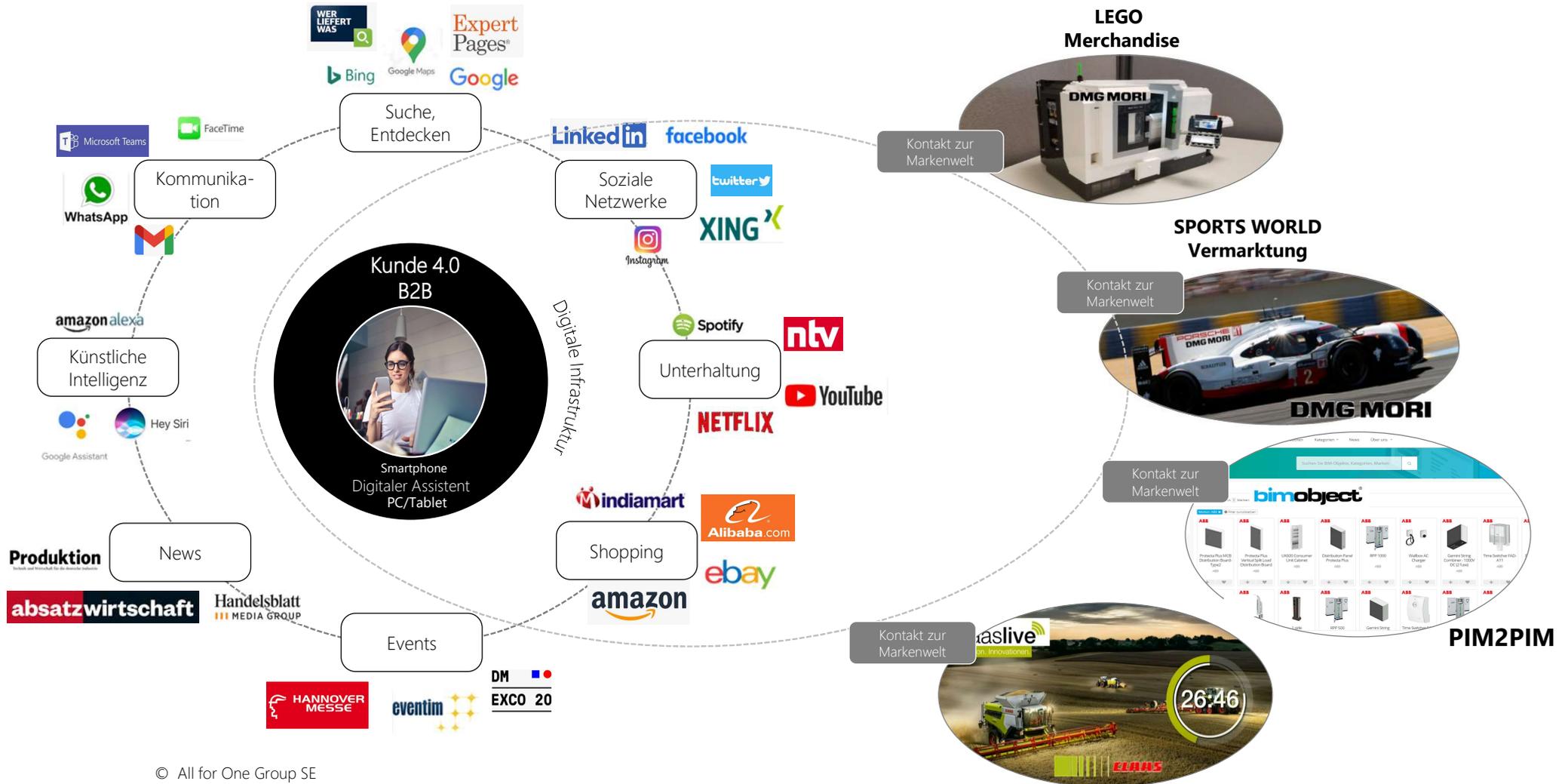


Was ist die heutige Erwartungshaltung im B2C?





Was ist die heutige Erwartungshaltung im B2B?





Wie passen Sie sich an dieses Umfeld an?

Für die erfolgreiche Transformation zur Digitalen Marketing- und Vertriebsstrategie gibt es keine allgemeingültige Blaupause.

Aber drei Zutaten, die unverzichtbar sind:

- I. Den richtigen Startpunkt finden und die richtigen Leute an Board nehmen.
- II. Die notwendigen Fähigkeiten und die Organisation aufbauen.
- III. Die Daten abgreifen; nutzen, interpretieren und gemeinsam lernen.

Lernen, anpassen. Lernen, anpassen. Lernen, anpassen...



02

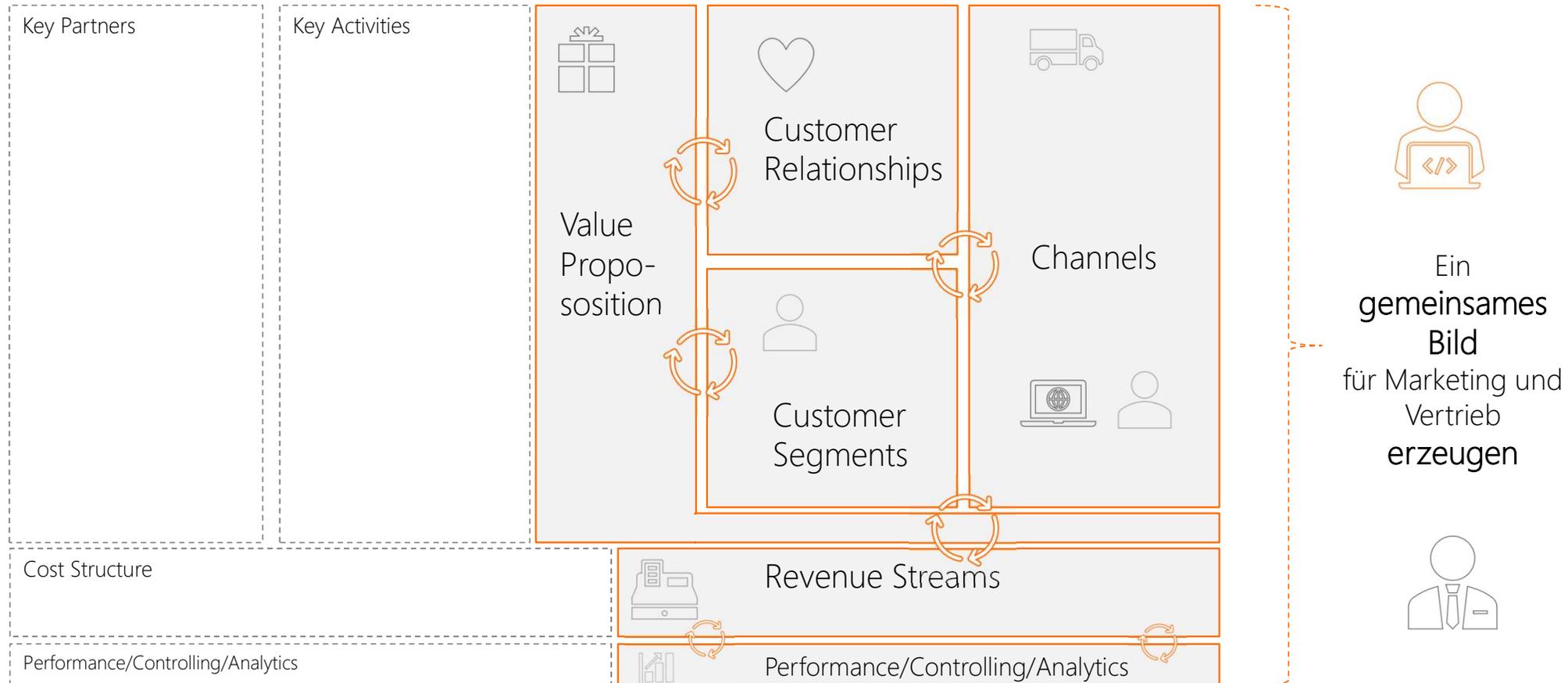
Definition des eigenen Eco-Systems

Das gemeinsame Bild erzeugen für eine messbare digitale und analoge Marketing- & Vertriebsstrategie



Start Punkt | Das gemeinsame Bild des Eco Systems als Absprung

Haben Marketing und Vertrieb die gleiche Sicht auf:





Digitale Vertriebsstrategie | Diese Schritte sind zu gehen



7 Schritte zum Erfolg





Welche Steuerungsmechanismen benötigen Sie für dieses Eco System?

Auszugsweise Betrachtung

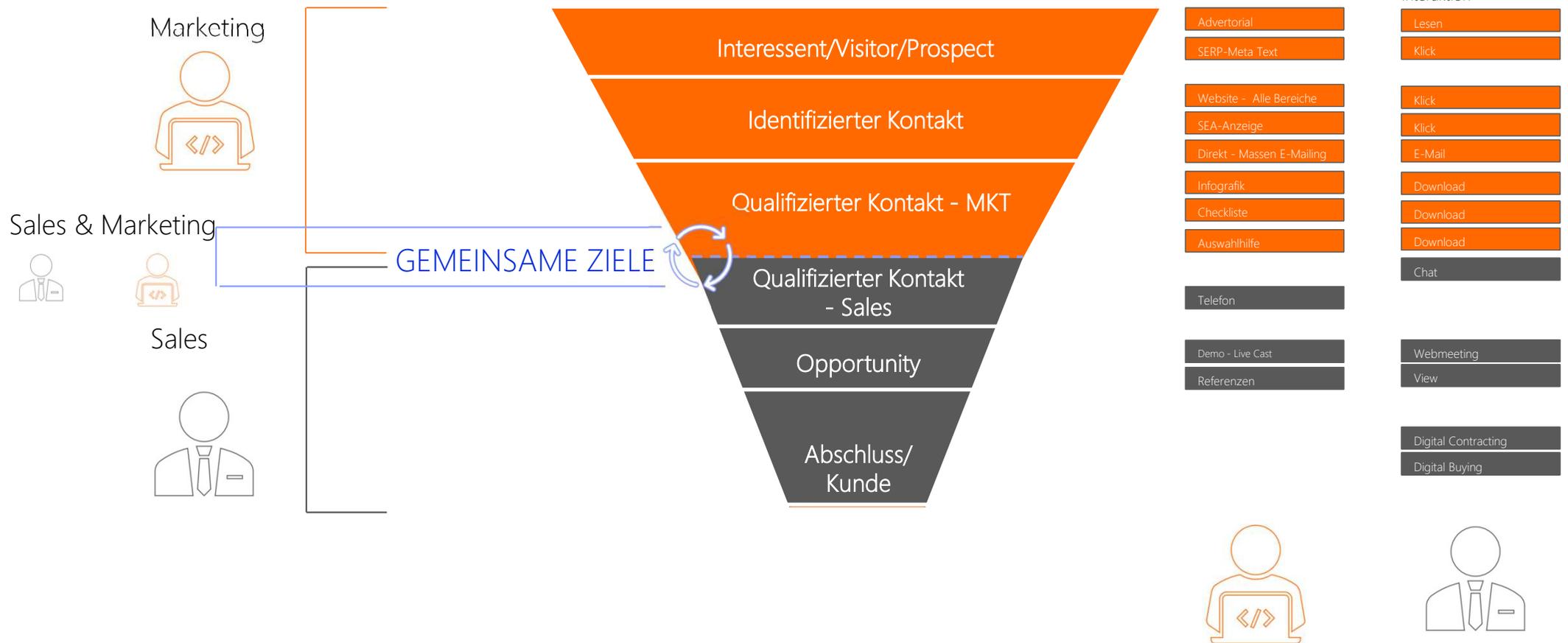
03



Gemeinsamer Funnel | Gemeinsame Bearbeitung

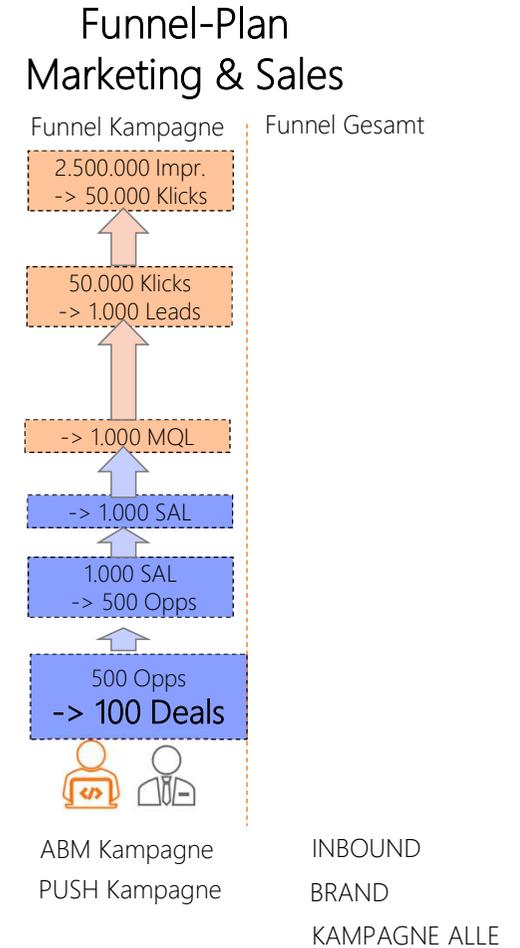
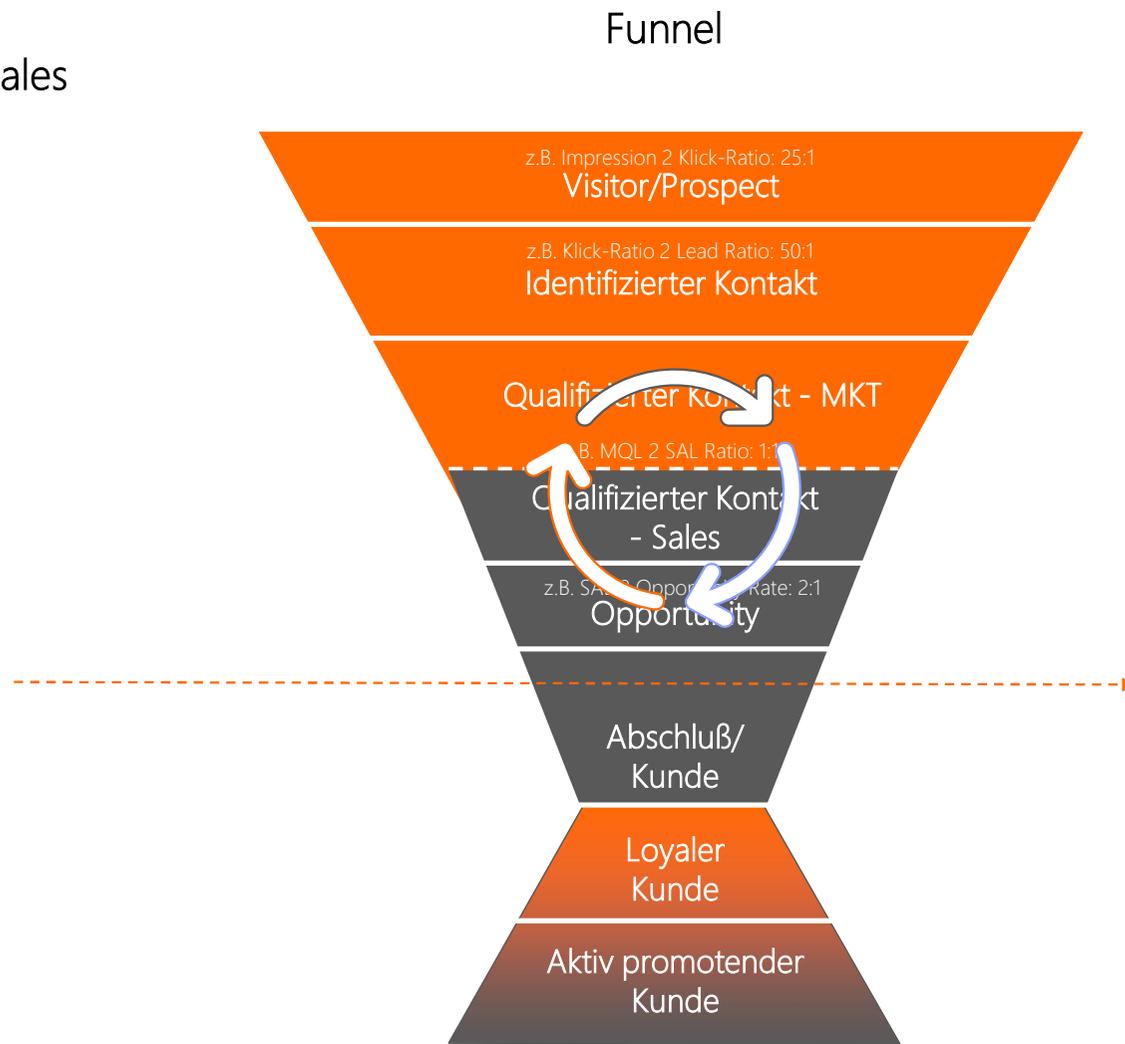
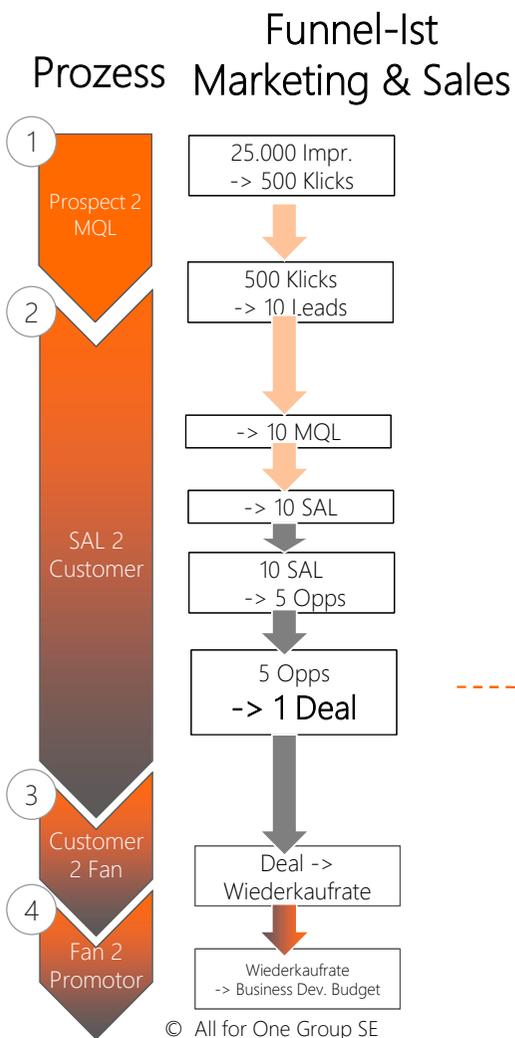
Funnel

Hybrid Marketing & Vertrieb





Gemeinsamer Funnel | Gemeinsame Sicht auf die Reverse-Planung



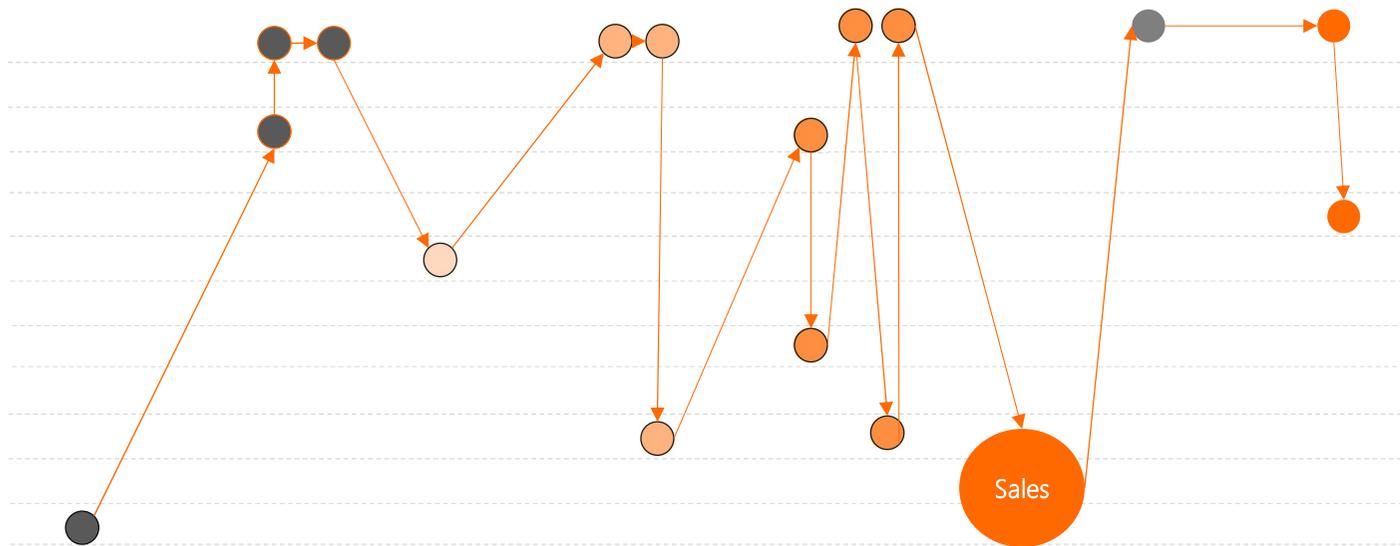


Customer Journey | Ein gemeinsames Verständnis hier: Multi-/Omnichannel Kampagne



CUSTOMER JOURNEY
CHANNEL OPPORTUNITIES
- ORGANIC / ADVERTISING -

- Website/e-Shop/Mobile
- Search SEO /SEA /DISPLAY
- 3rd Party Plattform Listing
- Affiliate Marketing
- Social Media (incl. Infl.)
- Video (incl. Infl.)
- PR/Fachpresse/Advertising
- Events
- Direct- / e-Mailing/ Newsletter
- Sales - Oubound- Inbound Call
- Sales Appointment
- NEED - Unspecified





Organisation | Zielausrichtung der Organisation übereinanderlegen und ordnen



STEERING



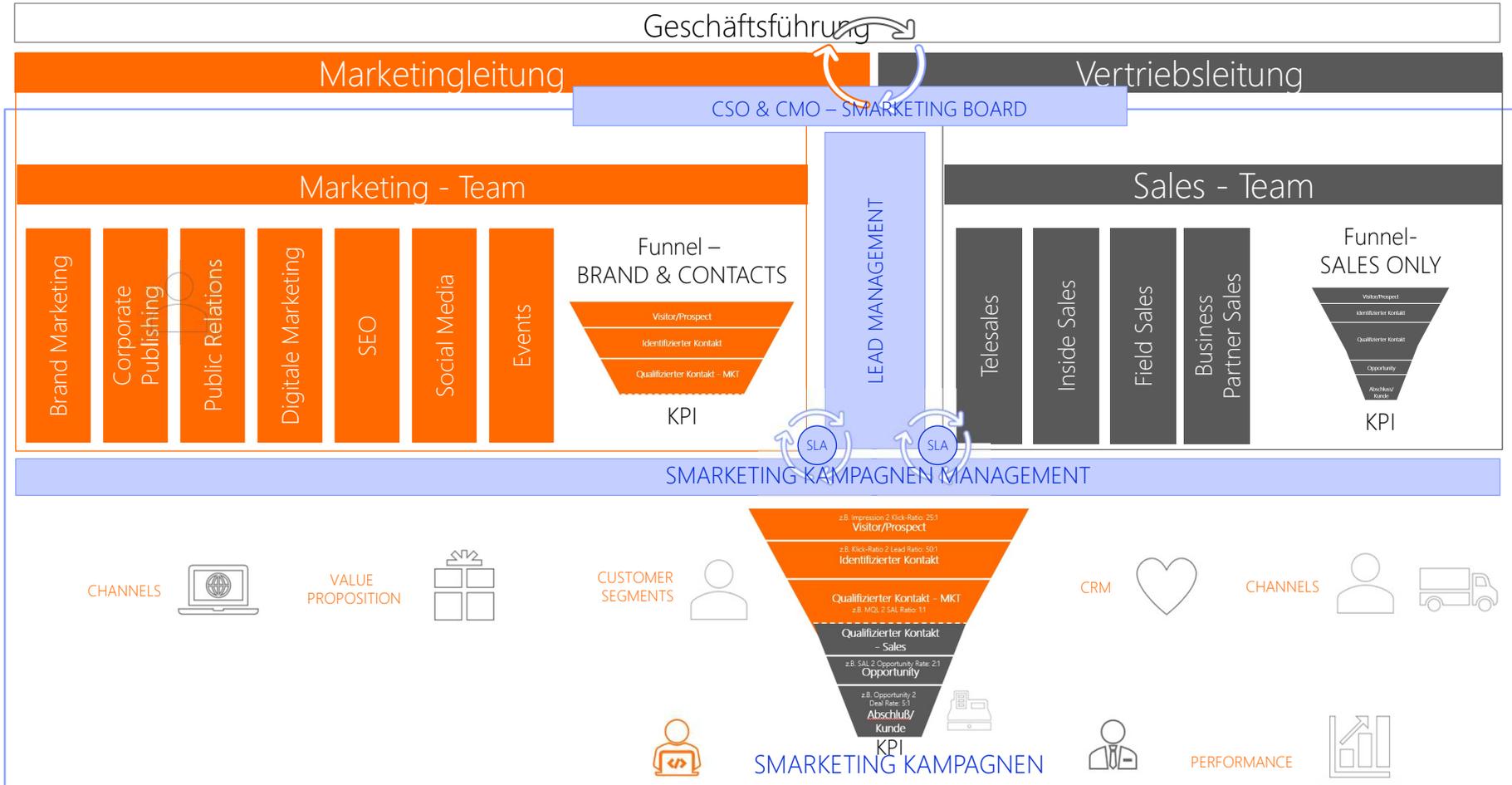
ALIGNMENT



STATUS



LEARNING





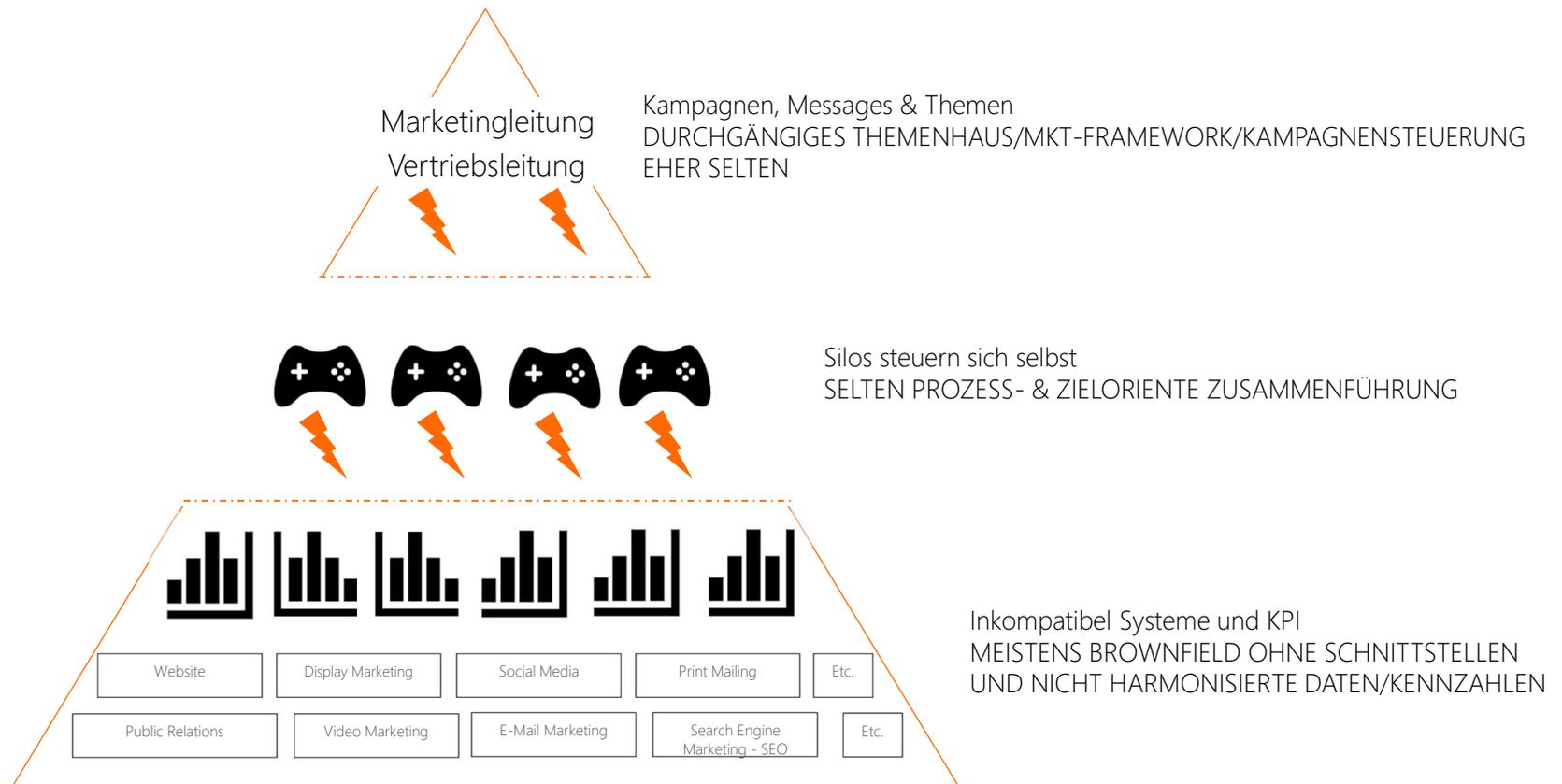
Aufbau eines 360° Performance, Analytics & Controlling Frameworks

„Don't Sprint the Marathon“

4



Die Realität in vielen mittelständischen Unternehmen





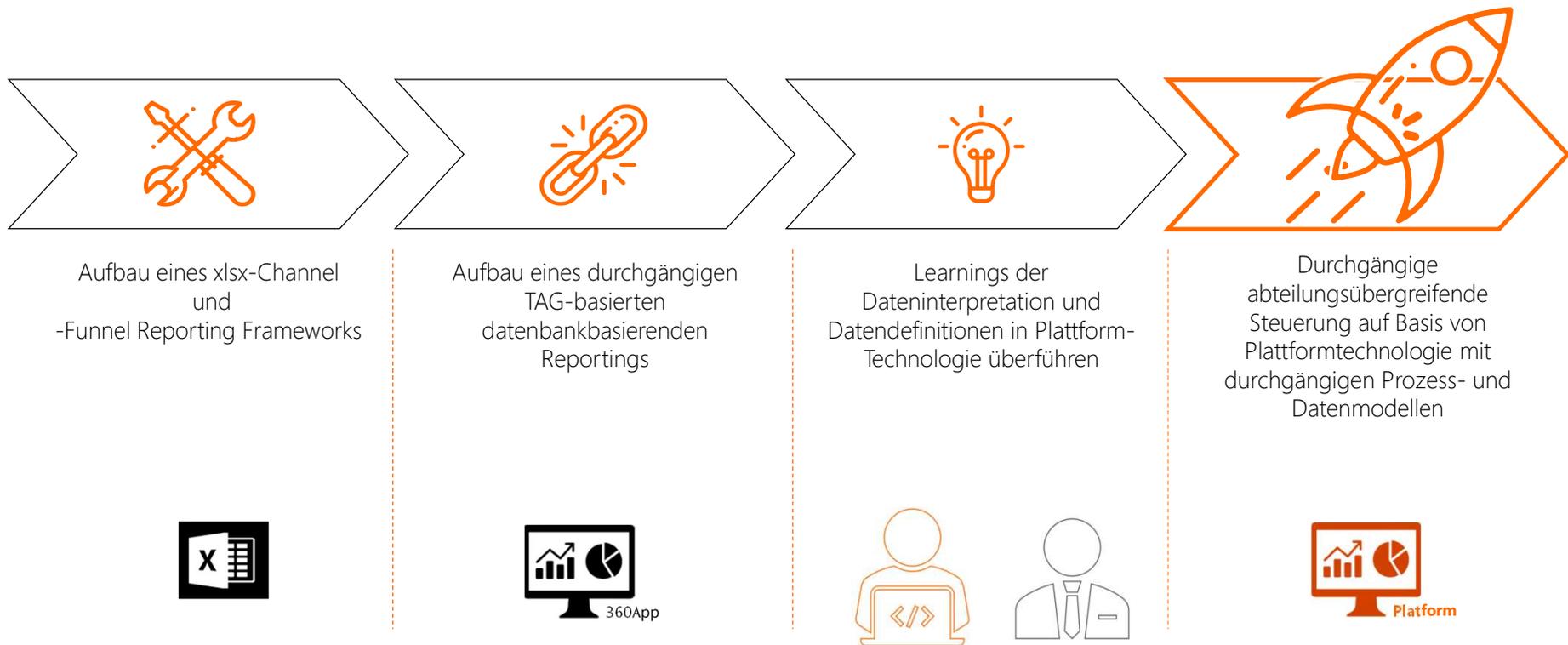
Schritt für Schritt | Definitionen erarbeiten und Prozesse vereinbaren





Think Big. Start Small.

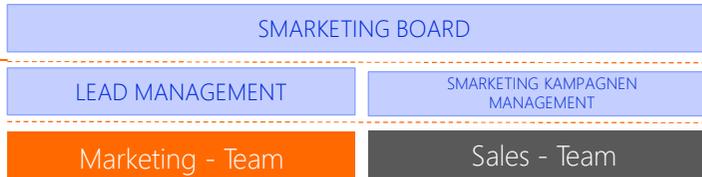
EIN SCHRITT FÜR SCHRITT VORGEHEN IN DER GEMEINSAME SICHT UM ALLE IM PROZESS ZU HALTEN





Kampagnensteuerung | Sales & Marketing

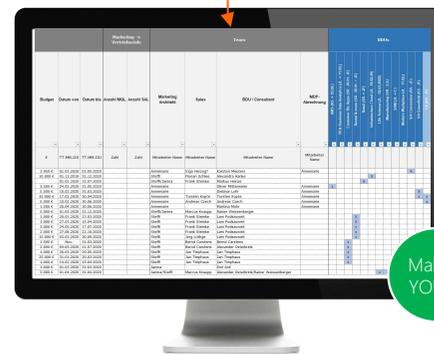
b4b solutions
Customer Experience



b4b solutions
Customer Experience



Make it YOURS



FUNNEL BOARD

Marketing Auslastung

Kampagnen-Übersicht

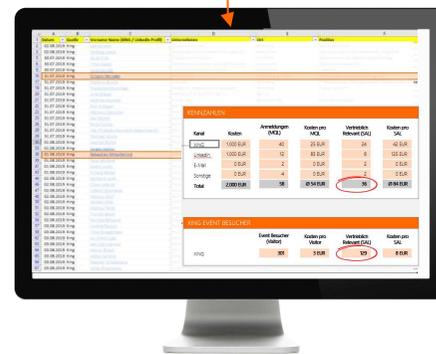
Kampagnen Maßnahmen-Übersicht



Kampagnensteuerung | Sales & Marketing



Make it YOURS



Kampagnen Projektübersicht Business

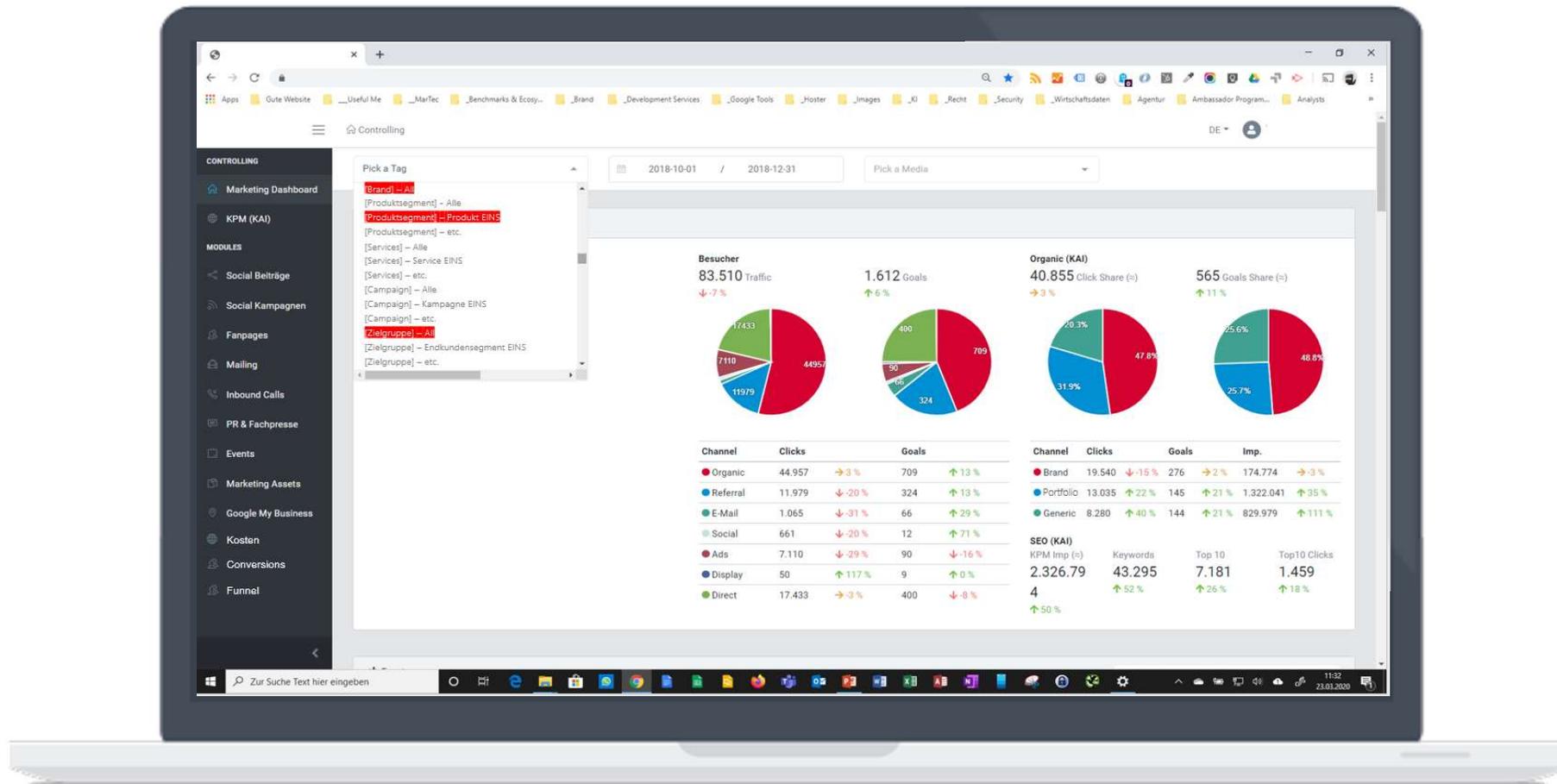
Kampagnen Status

Kampagnen Performance Einzelmaßnahmen

Marketing Channel Performance



360App | TAG-basiertes Multidimensionales Multichannel App Reporting





Platform-Technologie | Durchgängige Prozess- und Datenmodellierung

CONTACT PROFILE Fred Fox
+441632394045
mr.fred.fox.194@hotmail.com

Activity Score: 196
Latest Activity: Recent
Age: 52
Marital Status: Married
Loyalty Member Points: 0
Sentiment Score: Strong Positive
Consumer Buying Pro...: 0

Personal Data Interactions Scores Account Team Commerce Leads

Reset Filters

Landscape photography
Photography
SonyCanon
Christmas
High Quality Tripod
Bodybuilding

	All	Inbound	Days	Months	Qu.	<	>	...
Loyalty	0	1	10	+	0			
Activity	0	17	8	+	1			
Phone	3	26	1	+	0			
Complaints	0	16	0	+	0			
Sales Order	1							
Lead	10							
Opportunity	0							
Web	17							
Email	8							
Event	1							
Commerce	26							
Social Media	1							
Survey	0							
Campaign	16							
Letter	0							
Facebook	0							

Timeline (2017):

- December: Multiple interactions (calls, emails, messages) with counts ranging from 2 to 13.
- November: Interactions with counts of 2 and 3.
- October: Interactions with counts of 2 and 3.

HELP PERSONALIZATION

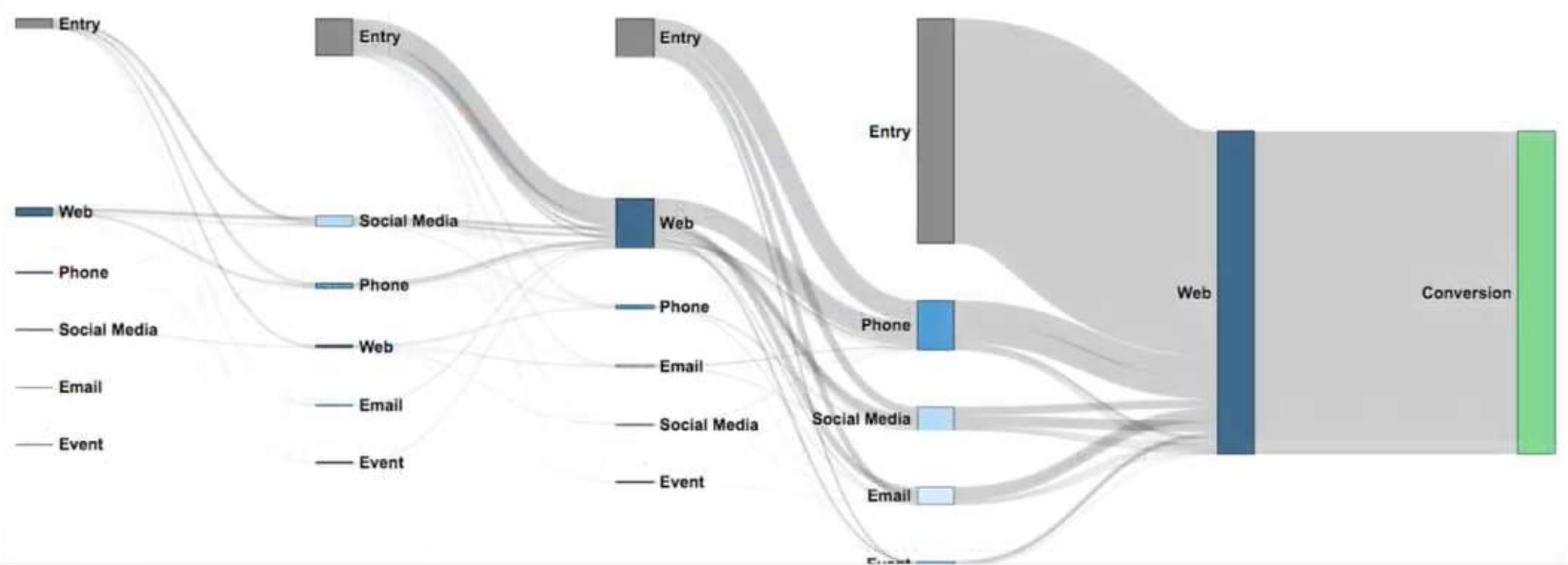


Standard

Hide Filter Bar Filters Go

Date Range: 2015/01/05 - 2017/01/12
Touchpoints: 5
Top Journeys(%): 20
Event: Conversion
Interaction Types: Website Visit 15 More
Target Group:
Granularity: Channel

Customer Journeys (58)

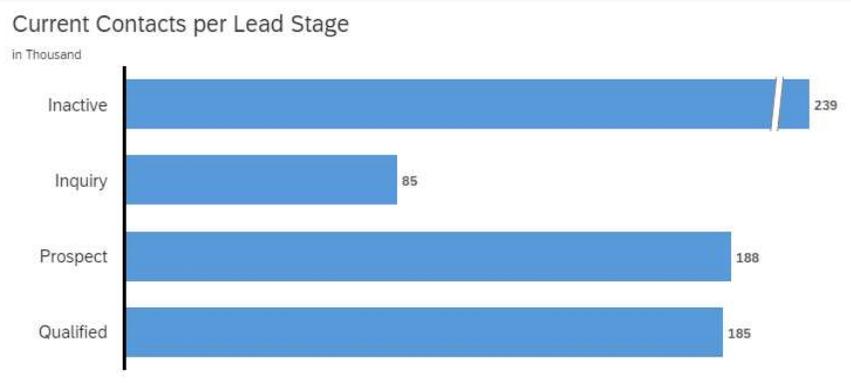


Demand Funnel Conversion Success

Based on Marketing Lead Qualification

Marketing-Driven Leads
125 k

Sales-Created Leads
5



Marketing-Driven versus Sales-Created Leads



Number. of Opportunities, Lead Conversion Rate per Country



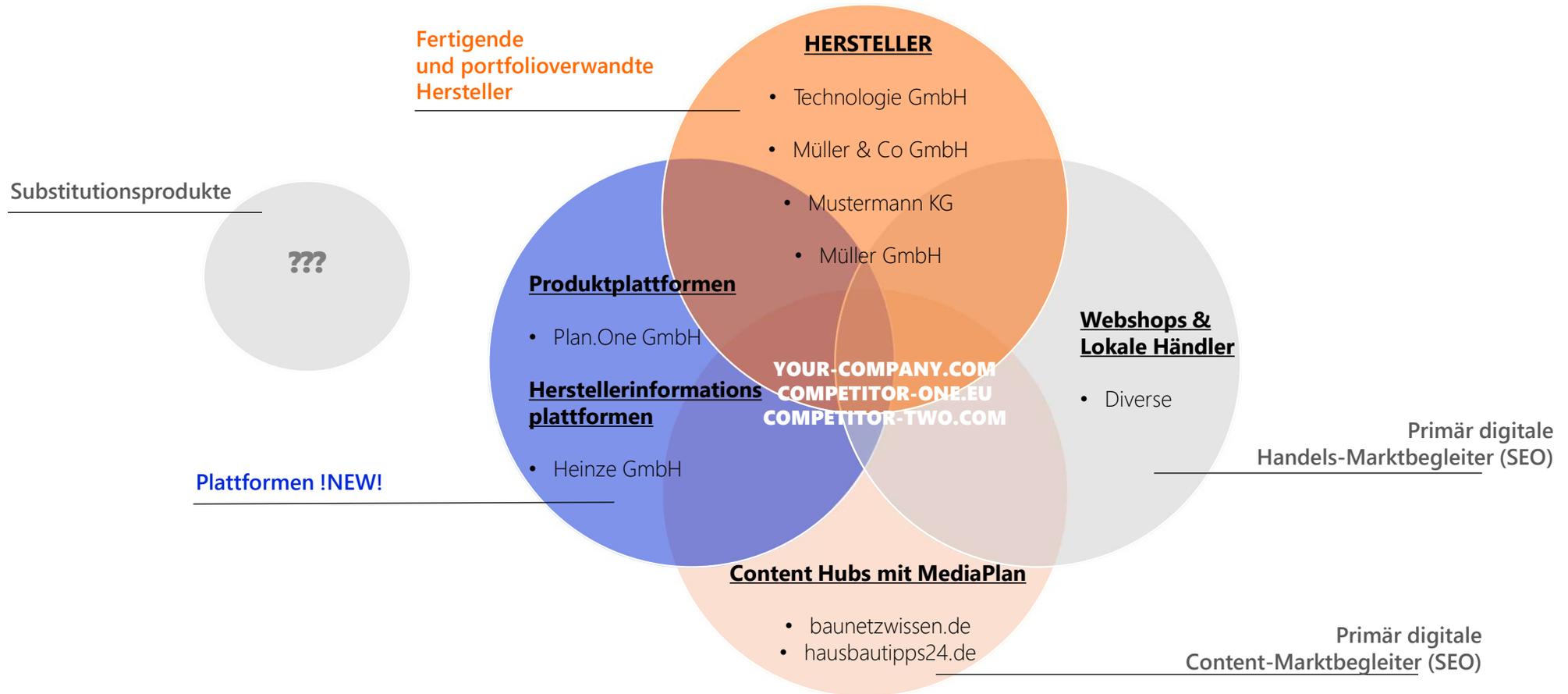


Wissen wo man steht und wo
man Potenziale ausschöpfen
kann...

05



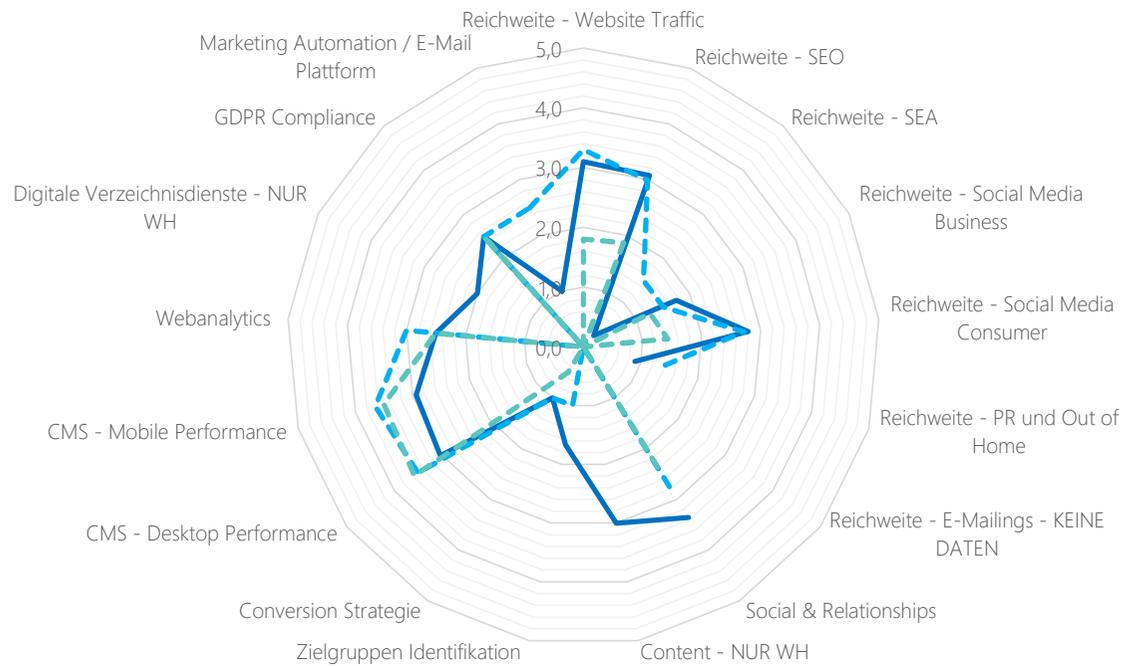
Physikalische und digitale Marktbegleiter im Auge behalten und Wissensvorteile ausspielen





Physikalische und digitale Marktbegleiter im Vergleich

Vergleich "YOUR COMPANY" zu Marktbegleitern
01.09.2020

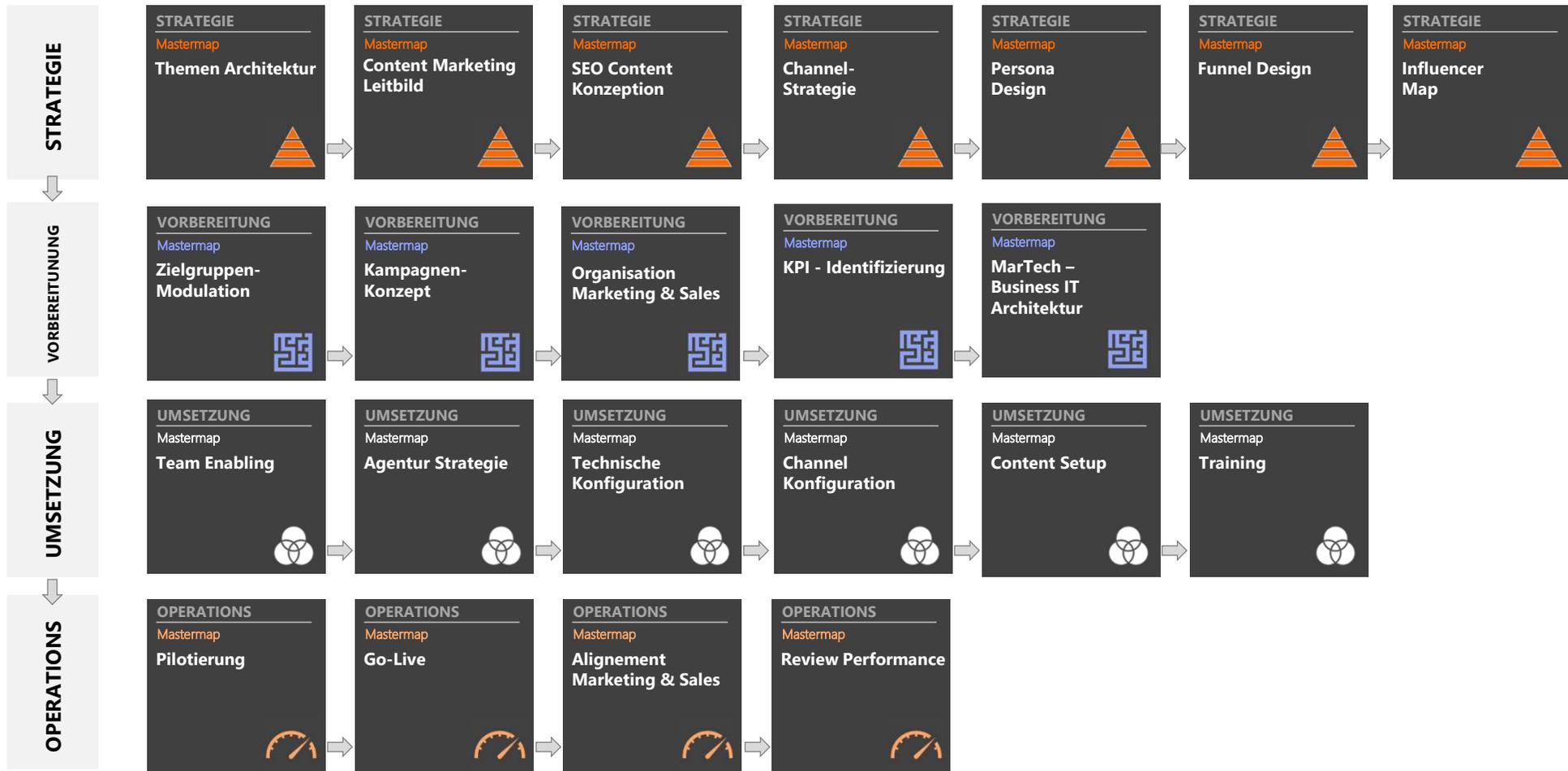


Tactic	Score „YOUR COMPANY“	Score "Begleiter 1"	Score "Begleiter 2"
Reichweite - Website Traffic	3,1	3,3	1,8
Reichweite – SEO	3,1	3,0	1,9
Reichweite – SEA	0,3	1,5	0,0
Reichweite - Social Media Business	1,8	1,5	1,3
Reichweite - Social Media Consumer	2,8	2,7	1,4
Reichweite - PR und Out of Home	0,9	1,3	0,0
Reichweite - E-Mailings	n.v.	n.v.	n.v.
Social & Relationships	3,4	2,8	2,4
Content	3,0	n.v.	n.v.
Zielgruppen Identifikation	1,7	1,0	0,0
Conversion Strategie	1,0	1,0	0,5
CMS - Desktop Performance	3,0	3,5	3,6
CMS - Mobile Performance	2,9	3,7	3,5
Webanalytics	2,5	3,0	2,5
Digitale Verzeichnisdienste	2,0	n.v.	n.v.
GDPR Compliance	2,5	2,5	2,5
Marketing Automation / E-Mail Plattform	1,0	2,5	0,0



Wir begleiten. Ganzheitlich.

Kompetenz- und Prozesssilos zwischen Marketing, Vertrieb und Service harmonisieren



Steigen Sie ein: „Standortbestimmung im digitalen Wettbewerb“



Performance Check & Recommendations

Benchmarken Sie mit uns den aktuellen Status Ihrer digitalen Marketing- und Vertriebsstrategie zu Ihren Marktbegleitern.

Mehr erfahren und Kontakt aufnehmen:

www.all-for-one.com/marketing-consulting-services



Torsten Goldbecker

Business Expert Marketing



b4b Solutions GmbH
Sunderweg 2
33649 Bielefeld
<https://www.b4b-solutions.com>

T: +492301944753
M: +491715605986
E: torsten.goldbecker@b4b-solutions.com

**HERZLICHEN
DANK** für Ihre
Aufmerksamkeit.