



Effektive Teilnehmerverwaltung und Echtzeit-ROI in einem zentralen System

Die Erfolgsstory des Verlags Werben und Verkaufen

Ausgangssituation

- Kurze Beschreibung der verwendeten Systeme bisher
- Daten Management bisher
- Problemstellung und Herausforderungen

Der Verlag Werben & Verkaufen GmbH hatte eine erfolgreiche Event-Marketing-Strategie implementiert und generierte regelmäßig Leads aus eigenen Corporate Events. Zunächst haben die Event-Verantwortlichen diese Leads manuell in das firmeneigene CRM-System Salesforce eingegeben und nachverfolgt. Es gab keinen automatisierten Abgleich, ob die Leads bereits im System hinterlegt waren oder ob diese neu angelegt wurden.

Dieser Prozess war zeitaufwändig und fehleranfällig. Es bestand die Gefahr Daten doppelt anzulegen und die wertvolle Zeit der Event-Verantwortlichen wurde für die Dateneingabe verschwendet, da der Prozess unflexibel war. Infolgedessen konnte das Unternehmen nicht die Qualität der Leads nachverfolgen und auch keinen ROI ihrer Events messen.

1. Was war das primäre Ziel der Integration?

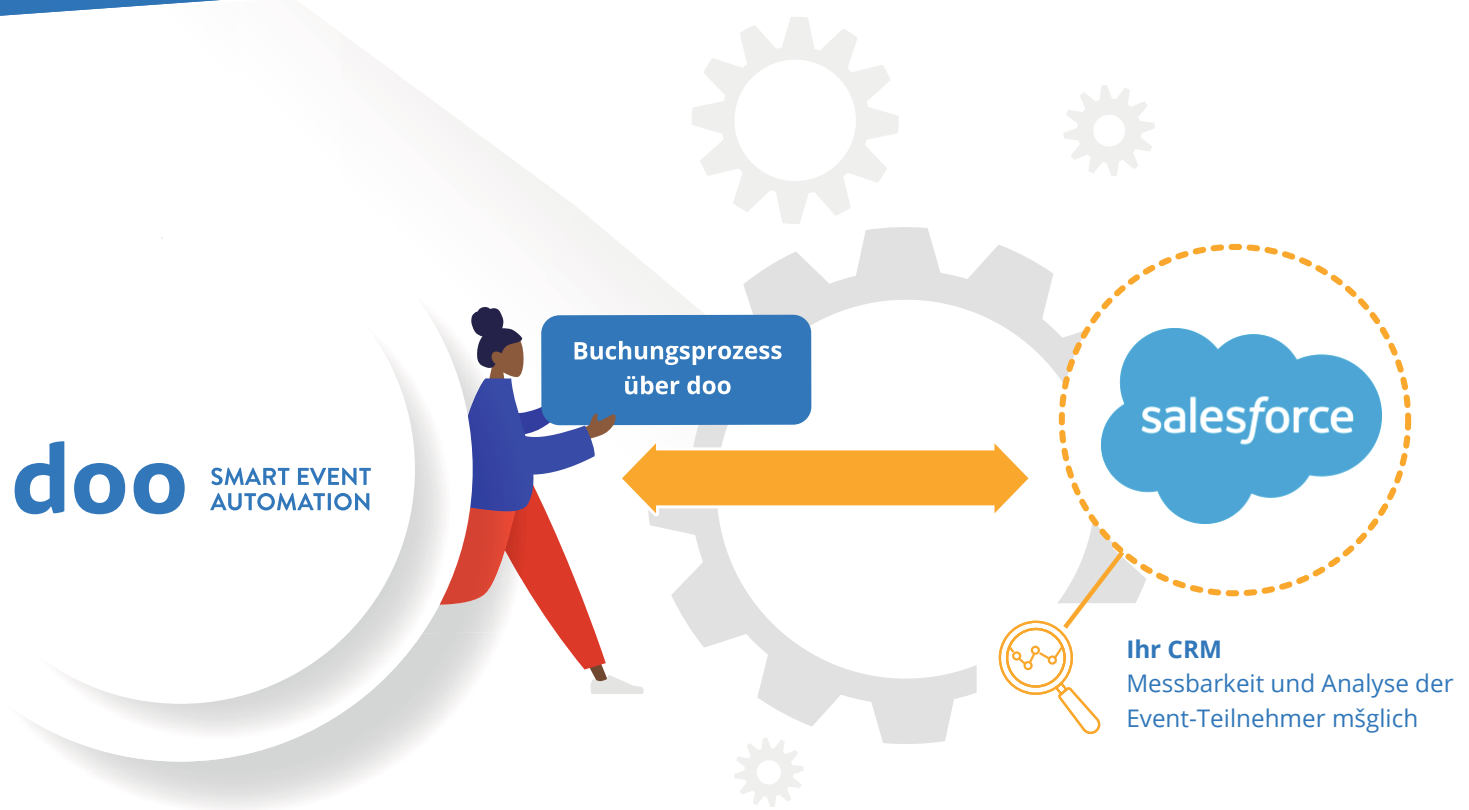
- Nahtlose Lead-Datenübertragung von Registrierung zu CRM
- Messung des ROIs in Echtzeit

2. Was wollte man am Ende erreichen?

Wie sollte das Ergebnis aussehen?

- Automatisierter effizienter Prozess für das Anlegen der Leads im CRM aus dem Registrierungssystem
- Synchronisation von Daten über doo und Salesforce hinweg

Die Lösung mit doo



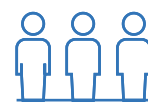
Analyse des Status Quo
und Planung mit doo



Wie wurden die
Probleme gelöst?



Welche Voraussetzungen
mussten erfüllt sein?



Welche Mitarbeiter oder
Partner waren beteiligt?

Analyse des Status Quo und Planung mit doo

- Kick-off Meeting und Identifizierung der Problemstellung
- Voraussetzungen festlegen
- Setup
- Wartung (laufender Support auf technischer Ebene)
- Customer Support

Welche Voraussetzungen mussten erfüllt sein?

- Automatisches Anlegen einer Neuanmeldung im CRM in Echtzeit
- Automatischer Abgleich, ob der Lead bereits in der Datenbank vorhanden ist
- Matchen der Daten auf Basis von E-Mail-Adresse, Firmenname und Nachname als unique identifier

Wie wurden die Probleme gelöst?

- doo implementierte eine Schnittstelle von doo zu Salesforce
- Beim Anlegen neuer Datensätze (Leads/ Kontakte, Konten, Opportunities) werden sie mit allen bereits vorhandenen Datensätzen im CRM-System verknüpft, wodurch sichergestellt wird, dass keine Duplikate erstellt werden. Als Datensatz-Update bleiben sie über beide Systeme hinweg ausgerichtet.

Für den Verlag Werben & Verkaufen GmbH hat doo ein ganzheitliches Datenintegrationskonzept erstellt. Dieses hat die Teilnehmerdaten aus dem Registrierungssystem übernommen und automatisch in das CRM-System gespei-

chert. Unsere Entwickler haben die Datensätze, die im doo Teilnehmermanagementsystem registriert wurden erstellt und aktualisiert und diese über eine Schnittstelle in das CRM von Werben und Verkaufen übertragen.

Das Ergebnis

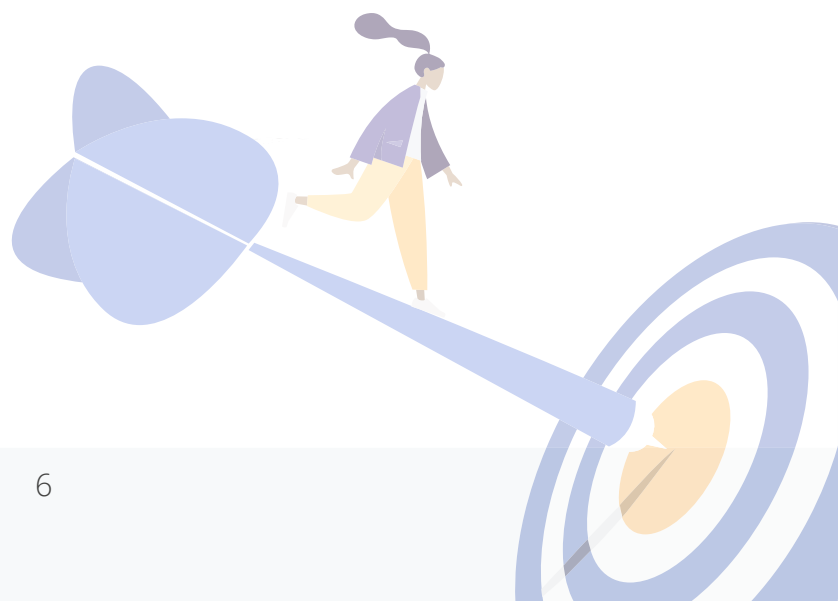
- Welche Vorteile gibt es gegenüber dem bisherigen Vorgehen?
- Welche Veränderungen haben sich insgesamt im Prozess ergeben?
- Blick in die Zukunft: Sind weitere Projekte der gleichen Art geplant?

doo sammelt wichtige Informationen über die Event-Teilnehmer über ein Registrierungswidget, einschließlich der Herkunft des Kontakts (Lead Source). Alle Kontaktfelder werden in Salesforce entsprechend zugeordnet, damit die Event- und Vertriebsmitarbeiter Zugriff auf die Teilnehmerdaten haben und diese weiterverarbeiten können. Nach der erfolgreichen Implementierung hat der Kunde Werben und Verkaufen größere Mengen an Leads

verarbeitet und viele weitere Events erfolgreich organisiert und nachverfolgt. Alle Details der künftigen Event-Kampagnen von Werben und Verkaufen werden zur Analyse sicher im CRM-System gesichert.

Ergebnis in Zahlen:

350 neue Leads und 180 Updates, also gut 66% Neuanlagen.





*Stephan Sparakowski, Teamleiter Event
Verlag Werben & Verkaufen GmbH*

“Mit der CRM-Integration von doo können wir beim Verlag Werben & Verkaufen wichtige Kontaktinformationen in Echtzeit in unser CRM-System übertragen. So haben wir die Möglichkeit unsere Kundenkommunikation für die nächsten Events zu personalisieren, relevante Inhalte anzubieten und schnell auf Anfragen zu reagieren. Darüber hinaus können wir mit Hilfe der integrierten Daten nachweislich ermitteln, ob das vergangene Event ein Erfolg war.”



Sprechen Sie mit
einem Experten!

doo GmbH

Hultschiner Straße 8, 81677 München

+49 89 24 88 15 35 5

business@doo.net

doo.net