



Jetzt neu:

Marketing Hub Starter



Möchten Sie Ihr Marketing ausbauen?
Gute Neuigkeiten!
Dafür stehen Ihnen jede
Menge Tools zur Verfügung.

Doch während heute zwar viele verschiedene Tools auf dem Markt verfügbar sind, macht das den Einstieg ins Marketing nicht unbedingt einfacher.

Schon gar nicht, wenn Sie den Einstieg *richtig* machen wollen.

Bisher gestaltete sich der gängige
Ansatz dazu in etwa so:

Sie wissen, dass E-Mail-Newsletter als effizientes Marketing-Mittel gelten,

Sie stellen fest, dass viele Unternehmen Werbeanzeigen schalten,

Sie möchten mit Ihrer Website Leads generieren,

Live-Chats erfreuen sich immer größerer Beliebtheit,

Sie möchten auch auf Facebook mit Ihren Kunden interagieren,

Ihnen fehlt die Möglichkeit, Ihre Leads zu tracken,

also registrieren Sie sich für ein E-Mail-Marketing-Tool.

also registrieren Sie sich für eine entsprechende Software.

also registrieren Sie sich für ein Plugin für Formulare und ein Pop-up-Tool.

also registrieren Sie sich für eine Live-Chat-Software.

also beginnen Sie, Chatbots einzusetzen.

also registrieren Sie sich für ein CRM oder legen eine Datei an, die Sie manuell verwalten.

Das Problem mit diesem Ansatz:
Je mehr Tools Sie nutzen, desto größer
ist Ihr Arbeitsaufwand und desto mehr
wertvolle Zeit geht Ihnen verloren.

Und so führt eine
vermeintlich
simple Frage ...

Wie kann ich mit meiner Website mehr Leads generieren?

... im Nu zu einer nahezu endlosen To- do-Liste:

- Für ein E-Mail-Tool registrieren
- Für ein Formular-Plugin registrieren
- Für ein Facebook-Ads-Tool registrieren
- Eine Kalender-App auswählen und einrichten
- Für ein Synchronisierungstool registrieren
- Formularcode exportieren und in Website einbinden
- Recherchieren, wie man Formulare optimieren kann; in CSS einarbeiten
- Passwörter für alle neuen Tools erstellen (und nicht vergessen)
- Sichergehen, dass keine Rechnung übersehen wird
- Synchronisierung zwischen Formular-Plugin und CRM einrichten
- Synchronisierung zwischen Facebook Ads und CRM einrichten
- Synchronisierung zwischen Kalender und CRM einrichten
- Synchronisierung zwischen E-Mail-Programm und CRM einrichten
- Synchronisierung zwischen CRM und E-Mail-Programm einrichten
- Feldzuordnungen und bidirektionale Synchronisierungen einrichten
(Puffer für Probleme einplanen!)
- Eine Liste aller Kontakte aus dem CRM exportieren
- Kontakte ins E-Mail-Tool importieren
- Team in alle Tools einarbeiten
- E-Mail einrichten
- E-Mails senden
- Daten aus E-Mail-Tool exportieren
- Exportierte Daten ins CRM importieren

Je mehr Tools Sie nutzen, desto größer ist Ihr
Arbeitsaufwand und desto weniger Zeit bleibt
Ihnen für das eigentliche Marketing.

Ihre Kunden erhalten E-Mails
möglicherweise doppelt.

Sie bieten Ihren Kunden
versehentlich Produkte an,
über die sie bereits verfügen.

Ihre Mitarbeiter wissen unter
Umständen nicht, was Ihre Kunden
bereits mit Kollegen aus anderen
Abteilungen besprochen haben.

Doch Ihr persönlicher Mehraufwand ist nicht der einzige
Nachteil dieses Ansatzes. Wenn Sie verschiedene, separate
Tools verwenden, sind Ihre Daten nicht immer auf dem
neuesten Stand und das kann sich negativ auf das
Kundenerlebnis auswirken.

Sie senden aus Versehen
Marketing-E-Mails an Kunden,
die längst mit Ihrem
Vertriebsteam in Kontakt sind.

Sie senden E-Mails unter
Umständen an veraltete Adressen.

Ihre Kunden erhalten
möglicherweise E-Mails,
die gar nicht zu ihren
Interessen passen.

Schlimmer noch ...

wächst Ihr Unternehmen weiter,
können die Tools irgendwann nicht mehr
mithalten und müssen ersetzt werden.

Womit Sie wieder am Anfang stehen.

Für ein E-Mail-Tool registrieren

Für ein Formular-Plugin registrieren

Für ein Facebook-Ads-Tool registrieren

Eine Kalender-App auswählen und einrichten

Für ein Synchronisierungstool registrieren

Formularcode exportieren und in Website einbinden

Recherchieren, wie man Formulare optimieren kann; in CSS einarbeiten

Verschwenden Sie also nicht länger wertvolle Zeit und Energie und riskieren Sie nicht, Ihre Kunden zu frustrieren.

Passwörter für alle neuen Tools erstellen (und nicht vergessen)

Synchronisierung zwischen E-Mail-Tool und CRM einrichten

Synchronisierung zwischen Formular-Plugin und CRM einrichten

Synchronisierung zwischen Facebook Ads und CRM einrichten

Synchronisierung zwischen Kalender und CRM einrichten

Synchronisierung zwischen E-Mail-Programm und CRM einrichten

Synchronisierung zwischen Facebook E-Mail-Kampagne und CRM einrichten

Feldzuordnungen und bidirektionale Synchronisierungen einrichten

(Puffer für Probleme einplanen!)

Eine Liste aller Kontakte aus dem CRM exportieren

Kontakte ins E-Mail-Tool importieren

Team in alle Tools einarbeiten

E-Mail einrichten

E-Mails senden

Daten aus E-Mail-Tool exportieren

Exportierte Daten ins CRM importieren

Für ein E-Mail-Tool registrieren

Für ein Formular-Plugin registrieren

Für ein Facebook-Ads-Tool registrieren

Eine Kalender-App auswählen und einrichten

Für ein Synchronisierungstool registrieren

Formularcode exportieren und in Website einbinden

Recherchieren, wie man Formulare optimieren kann; in CSS einarbeiten

Passwörter für alle neuen Tools erstellen (und nicht vergessen)

Sich selbst als Rechner übergeben

Synchronisierung zwischen Formular-Plugin und CRM einrichten

Synchronisierung zwischen Facebook Ads und CRM einrichten

Synchronisierung zwischen Kalender und CRM einrichten

Synchronisierung zwischen E-Mail-Programm und CRM einrichten

Synchronisierung zwischen CRM und Google Analytics einrichten

Feldzuordnungen und bidirektionale Synchronisierungen einrichten

(Puffer für Probleme einplanen!)

Eine Liste aller Kontakte aus dem CRM exportieren

Kontakte ins E-Mail-Tool importieren

Team in alle Tools einarbeiten

E-Mail einrichten

E-Mails senden

Daten aus E-Mail-Tool exportieren

Exportierte Daten ins CRM importieren

**Machen Sie Schluss mit dem Wirrwarr
unzähliger Tools und finden Sie den
richtigen Einstieg ins Marketing.**

Doch was genau benötigt man für den „richtigen Einstieg“?

Eine umfassende Software-Suite,

die komplex und kostspielig ist?

Nicht unbedingt!

Marketing Hub Starter bietet Ihnen alle Tools, die Sie für den Einstieg ins Marketing benötigen – ohne dabei Ihr Budget zu sprengen.

Mit HubSpot gestaltet sich die Skalierung Ihres Marketings in etwa so:

Registrieren Sie sich bei HubSpot.

Nutzen Sie die Tools von HubSpot, um E-Mails zu schreiben, Werbeanzeigen und Formulare zu erstellen, einen Live-Chat einzurichten und vieles mehr.

Synchronisieren Sie Ihre Kontaktdaten in einem preisgekrönten CRM-System und tracken Sie alle Interaktionen mit Kunden in einem zentralen System.

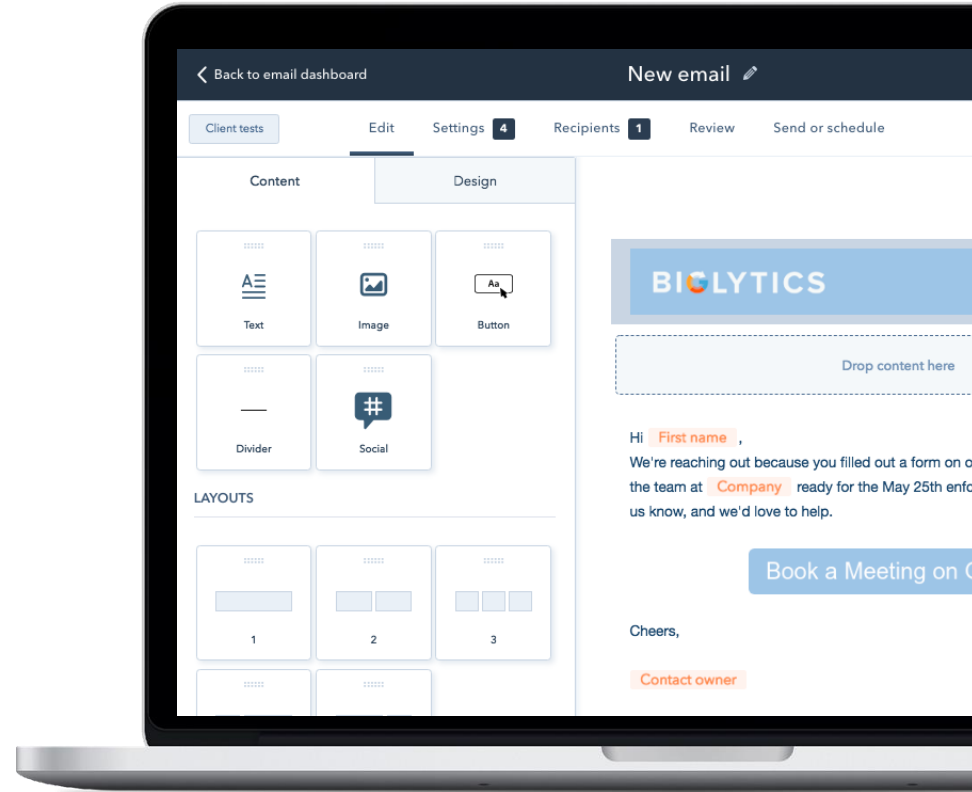
Geben Sie Ihrem Marketing ganz einfach einen persönlichen Touch.

Sehen Sie zu, wie Ihr Unternehmen wächst und gedeiht.

So profitieren Sie sogar doppelt:
Sie sparen viel Zeit und
Sie begeistern Ihre Kunden.

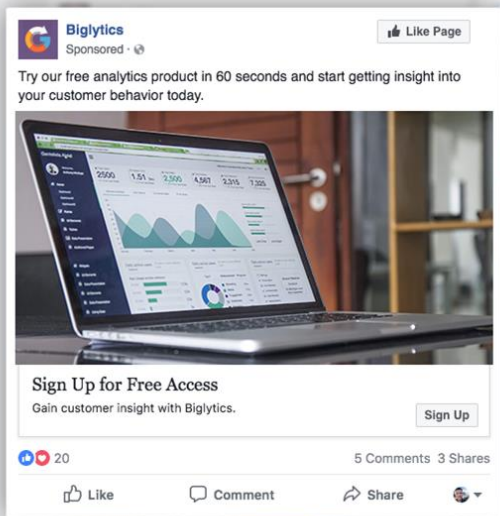
Mit Marketing Hub Starter ...

verfügen Sie über alle Tools, die Sie für erfolgreiches Marketing benötigen. Nutzen Sie Werbeanzeigen, Live-Chats, E-Mails, Formulare den Facebook Messenger und mehr, um mit Ihrer Zielgruppe zu interagieren und Leads zu konvertieren. Organisieren Sie Ihre Kontaktdaten in einem preisgekrönten CRM-System für kleine und mittelständische Unternehmen. Und das alles für nur 46 €/Monat.



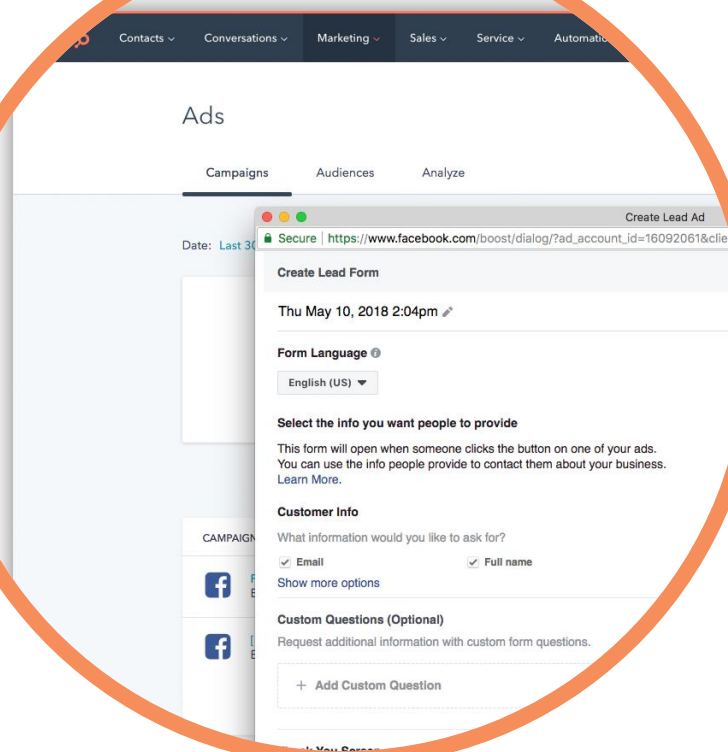
Und so funktioniert
Marketing Hub Starter:

Werbeanzeigen auf Facebook und Instagram



A Facebook advertisement for Biglytics. The ad features a laptop displaying a dashboard with various charts and graphs. The text of the ad reads: "Try our free analytics product in 60 seconds and start getting insight into your customer behavior today." Below the image, it says "Sign Up for Free Access" and "Gain customer insight with Biglytics." There is a "Sign Up" button. The ad also shows engagement metrics: 20 likes, 5 comments, and 3 shares.

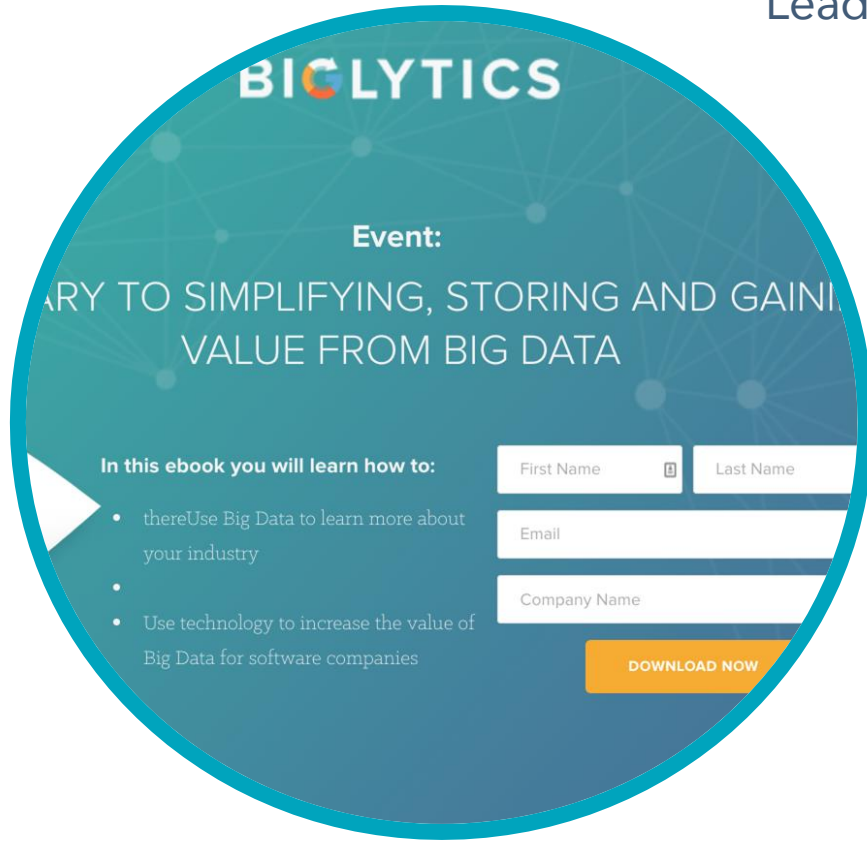
Potenzielle Kunden finden Sie über relevante Werbeanzeigen auf Facebook,



A screenshot of the HubSpot interface showing the "Ads" section. The "Create Lead Ad" dialog is open, displaying the "Create Lead Form" configuration. The form is titled "Create Lead Form" and is set to "English (US)". It includes a "Form Language" dropdown menu. Below this, there is a section for "Select the info you want people to provide" with a description: "This form will open when someone clicks the button on one of your ads. You can use the info people provide to contact them about your business. Learn More." Under "Customer Info", there are checkboxes for "Email" and "Full name", both of which are checked. There is also a section for "Custom Questions (Optional)" with a button to "Add Custom Question".

die Sie dank der Integration für Facebook-Anzeigen von HubSpot in nur wenigen Minuten erstellt und für Ihre Zielgruppe anpassen können.

Lead-Erfassung



BICLYTICS

Event:

ARY TO SIMPLIFYING, STORING AND GAINING
VALUE FROM BIG DATA

In this ebook you will learn how to:

- thereUse Big Data to learn more about your industry
- Use technology to increase the value of Big Data for software companies

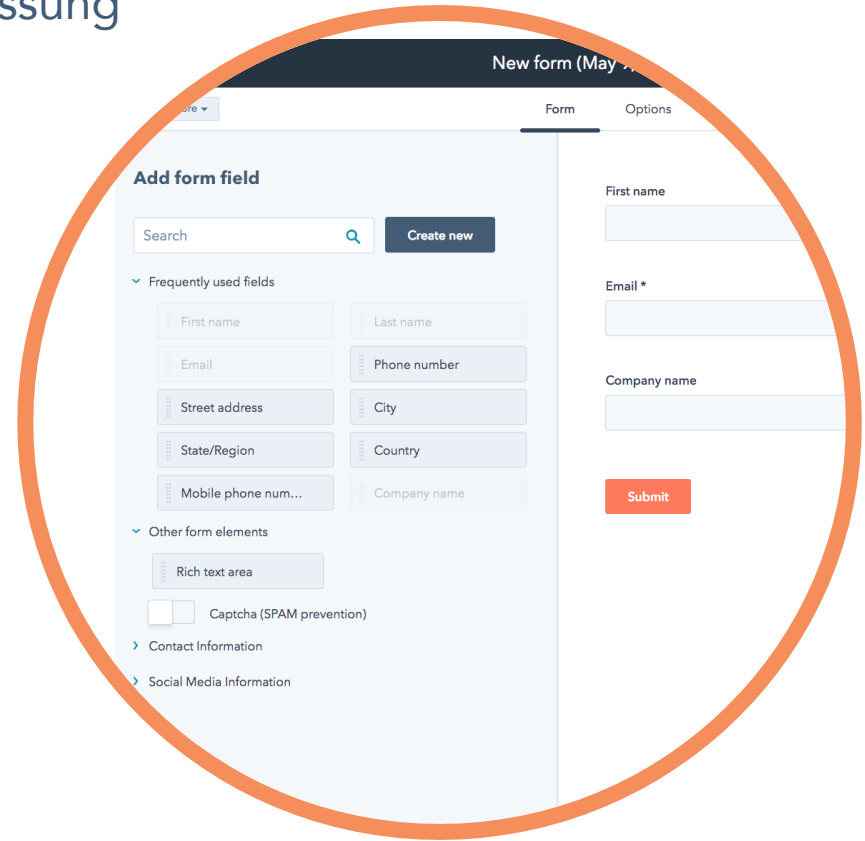
First Name Last Name

Email

Company Name

[DOWNLOAD NOW](#)

Auf Ihrer Website können Besucher sich dann interessante Inhalte herunterladen, indem sie ein Formular ausfüllen,



New form (May 7, 2017)

Form Options

Add form field

Search [Create new](#)

▼ Frequently used fields

| | |
|--|-----------------------------------|
| <input type="text"/> First name | <input type="text"/> Last name |
| <input type="text"/> Email | <input type="text"/> Phone number |
| <input type="text"/> Street address | <input type="text"/> City |
| <input type="text"/> State/Region | <input type="text"/> Country |
| <input type="text"/> Mobile phone num... | <input type="text"/> Company name |

▼ Other form elements

Rich text area

Captcha (SPAM prevention)

▶ Contact Information

▶ Social Media Information

First name

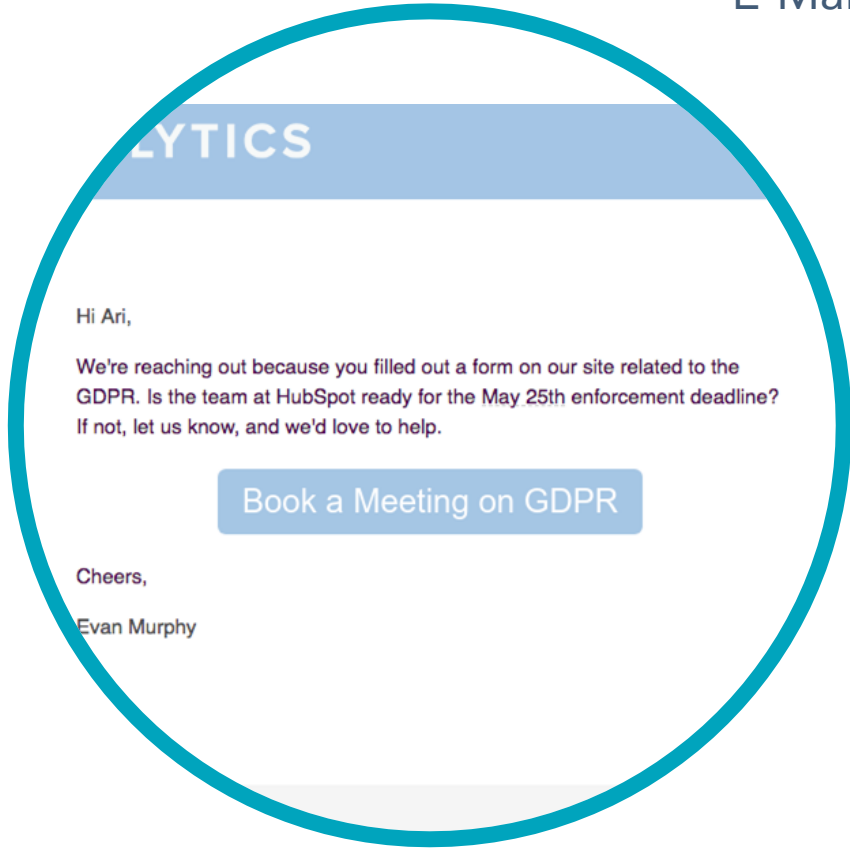
Email *

Company name

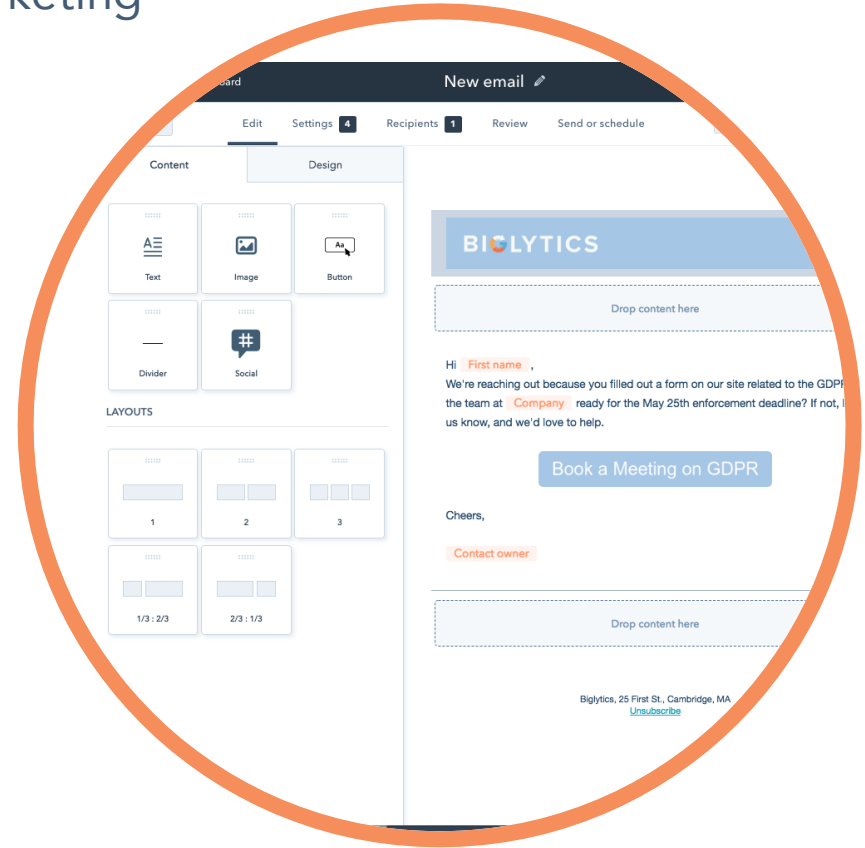
[Submit](#)

das Sie mit HubSpot in drei einfachen Schritten erstellt haben. (Die Daten werden automatisch im CRM gespeichert.)

E-Mail-Marketing



Daraufhin erhalten Ihre Leads relevante
Follow-up-E-Mails,



die Sie ganz einfach mit dem E-Mail-Marketing-Tool von
HubSpot erstellt (und mithilfe von Daten aus dem CRM
personalisiert) haben.

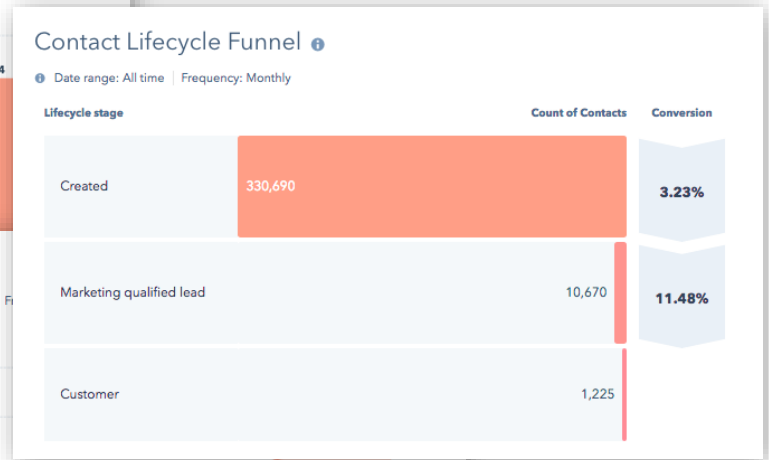
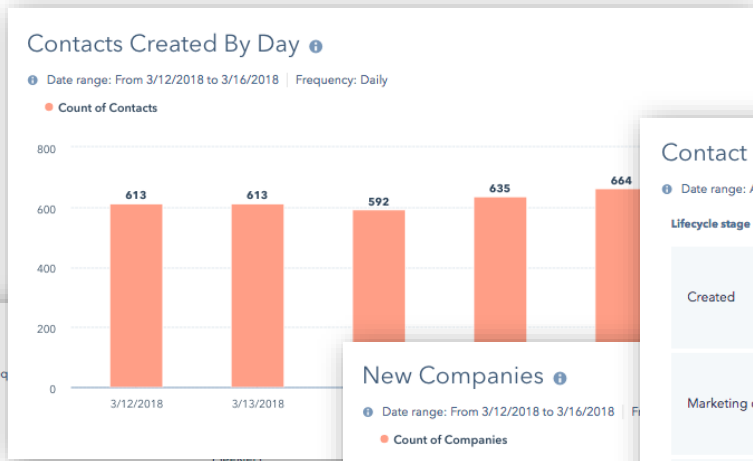
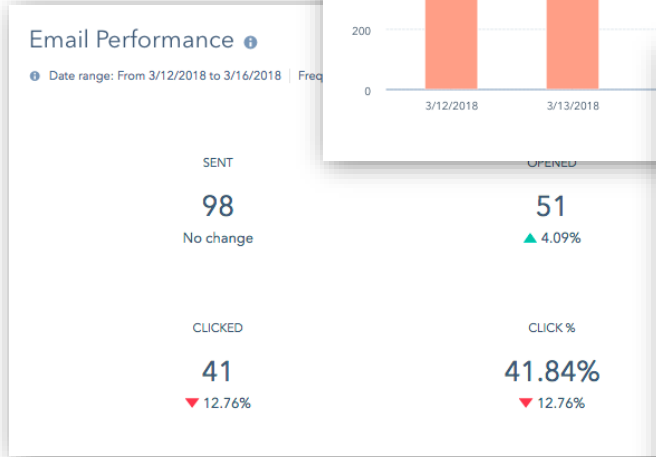
CRM



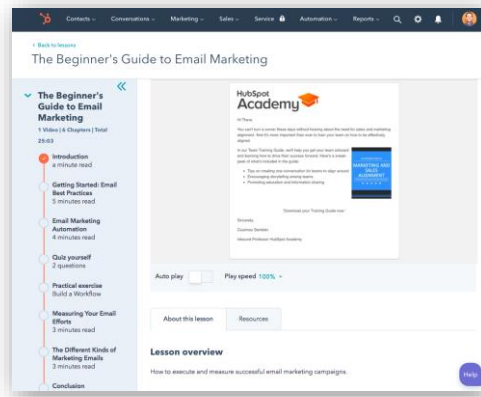
Nach Übernahme der Leads vom Marketingteam können Ihre Vertriebsmitarbeiter dann die Kommunikation mit Kunden nahtlos weiterführen,

A composite screenshot of the HubSpot CRM interface. At the top, a navigation bar includes 'Contacts', 'Conversations', 'Marketing', 'Sales', 'Service', 'Automation', and 'Reports'. Below this, there are three main panels: 1. 'Deals' panel showing a list of deals with columns for 'DEALS', 'CREATED', 'HUB', 'DISCOVERY', and 'ESTIMATED VALUE'. 2. 'Tasks' panel with a table of tasks including columns for 'TASK', 'ASSIGNED TO', and 'DUE DATE'. 3. 'Edit Template' panel for an email template with fields for 'Name', 'Subject', and 'Content'. The content area contains a message from 'Lena Letterman' and a body with several placeholder tags like '[CONTACT FIRST NAME]', '[TOPIC OF CONTENT PIECE]', and '[COMPANY]'. At the bottom, a snippet of an email body is visible, discussing 'Big Data consulting' and 'one-time service' options.

da sie über die Chroniken in HubSpot vollständigen Zugriff auf sämtliche Interaktionen haben. (HubSpot bietet übrigens auch Sales-Tools an.)



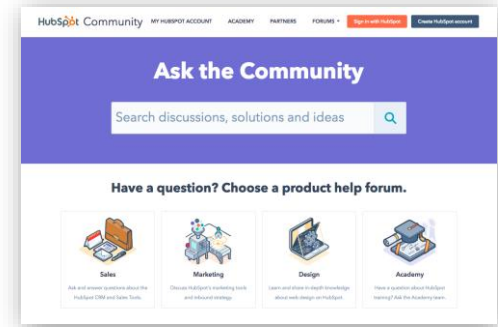
Mit leistungstarken Funktionen zur Berichterstattung können Sie dann die Performance Ihrer Inhalte analysieren.



Kostenlose Schulungen der HubSpot Academy



Individueller Telefonsupport



Eine aktive und hilfsbereite Community



Persönlicher Kontakt mit anderen HubSpot-Nutzern in Nutzergruppen

Und das ist noch nicht alles! Die Software ist erst der Anfang.
Mit Marketing Hub Starter haben Sie Zugang zu einer Vielzahl nützlicher Ressourcen.

Verschiedene, separate Tools

Verschwendung wertvoller Zeit

Mehrere Datenbanken; Sie müssen manuell importieren, exportieren und synchronisieren

Eine Kontaktliste;
grundlegende Segmentierung

Daten sind meist veraltet

Vertriebsmitarbeiter nutzen separate Software,
ihnen fehlt Kontext

Separate Verwaltung der einzelnen
Kommunikationskanäle

Ihren Geschäftsanforderungen ab einer gewissen
Unternehmensgröße nicht mehr gewachsen

Marketing Hub Starter

Deutlich geringerer Zeitaufwand

Eine einzige Datenbank

Kontextbasierte Segmentierung und
Personalisierung auf Basis von CRM-Daten
und professionellen Web-Analytics

Daten sind stets auf dem neuesten Stand

Alle Mitarbeiter nutzen dasselbe System,
jeder hat Zugriff auf alle Daten

Zentraler Zugriff auf alle Kommunikationen,
einschließlich E-Mails, Anrufe, Live-Chats,
Facebook Messenger sowie Werbeanzeigen und mehr

Hält auch mit wachsenden
Anforderungen problemlos Schritt

Zusammenfassung

Warum besteht Handlungsbedarf?

Heute sind zwar viele verschiedene Tools auf dem Markt verfügbar, doch das macht den Einstieg ins Marketing nicht unbedingt einfacher – schon gar nicht, wenn Sie den Einstieg *richtig* machen wollen.

Was raten wir Unternehmen?

Verschwenden Sie nicht länger wertvolle Zeit und Energie mit der umständlichen Verwaltung unzähliger separater Tools und riskieren Sie nicht, Ihre Kunden zu frustrieren.

Was hält Unternehmen von einer Umstellung ab?

Integrierte Plattformen gelten als komplex und kostspielig.

Wie kann HubSpot Ihnen helfen?

HubSpot bietet Ihnen alle Tools, die Sie für erfolgreiches Marketing benötigen, einschließlich eines leistungsstarken CRM-Systems – alles in einer einzigen integrierten Plattform.
Und das für nur 46 €/Monat.

Fazit

Machen Sie Schluss mit dem Wirrwarr unzähliger Tools und finden Sie den richtigen Einstieg ins Marketing.