

**HAT AUTOMATISIERUNG
EINEN WERT?**



**DISCLAIMER.
ES GIBT HEUTE KEINE
FORMELN.**



**WAS IST DAS,
DIESE AUTOMATISIERUNG?**



Information Technology

Gartner Glossary

[Gartner Glossary](#) > [Information Technology Glossary](#) > [M](#) > [Marketing Automation System](#)

Marketing Automation System

A **marketing automation system** is a system that helps marketers execute multichannel marketing campaigns by providing a scripting environment for authoring business rules and interfaces to a variety of third-party applications.

91 Percent of Marketing Automation Software Buyers Are Shopping for the First Time, Finds [2014 Study](#)

ODER AUCH
KI, AI, Deep Learning,
Machine Learning,
you name it.



**UND DAHINTER?
SO BUNT WIE DAS LEBEN.
VERSTEHEN* UND LERNEN.**



**UND NUN
ZU DEN WERTEN.**





Benjamin Minack

Founder & CEO ressourcenmangel, Angel Investor, Autor
2d •



Welchen Wert hat Automatisierung?

[#change2gyle](#) [#advertising](#) [#marketingautomation](#) [#data](#)

8 Comments



Like



Comment



Share



Send





Lars Schmiedgen • 2nd

2d ...

Director Of Communications & Media interested in Growth, Innovation, a...

Reduktion der Customer Acquisition Cost und Erhöhung von Retention oder Ermöglichung von After Sales wären noch ein Thema.. Der Wert hängt ab vom Business Model.

[See translation](#)



Most Relevant ▼



Jost Köllner • 1st
Director Marketing

1d ...

me in zwei Dimensionen denkbar:

Effizienz = hier reden wir häufig über cost saving bzw Reduktion von customer acquisition

Costs. Ist shortterm „Wert“ weil Loyalty in diesem Ansatz eher vernachlässigt wird.

Effektivität: hier wirds spannend-> Optimierung der user/customer experience, in dem wir Journeys besser mit content bespielen. Hier steigt der „Wert“ exponentiell = Customer retention/Loyalty = Invest in die Zukunft.

[See translation](#)



Most Relevant ▼



Jost Köllner • 1st
Director Marketing

1d ...

mE in zwei Dimensionen denkbar:

Effizienz = hier reden wir häufig über cost saving bzw Reduktion von customer acquisition

Costs. Ist shortterm „Wert“ weil Loyalty in diesem Ansatz eher vernachlässigt wird.

Effektivität: hier wirds spannend-> Optimierung der user/customer experience, in dem wir Journeys besser mit content bespielen. Hier steigt der „Wert“ exponentiell = Customer retention/Loyalty = Invest in die Zukunft.

[See translation](#)



**WARUM REDEN WIR
DARÜBER?
AUS MARKETING
WIRD TECH.**



**WENN SICH
DINGE SO FUNDAMENTAL
VERÄNDERN,
MUSS SICH MEIST MEHR
VERÄNDERN ALS EIN TOOL.**



EINS.

**DER HOHE WERT
STECKT IN EINER
HOLISTISCHEN
UNTERNEHMENSFÜHRUNG.**



EINS KONRKET.

**PRODUKT,
MARKETING & SALES
VERSCHMELZEN.**



ZWEI.

**DIE GESAMTE
ORGANISATION BRAUCHT
EINE NEUE BASIS FÜR DIE
ARBEIT.**



ZWEI KONKRET.

**FÜHRUNG MUSS
EXPERIMENTIERFREUDE &
INNOVATIONSOFFENHEIT
ETABLIEREN.**



ZWEI KONKRET.

**EINE PROGRESSIVE
FEHLERKULTUR UND EINE
HOHE RISIKOTOLERANZ SIND
VORAUSSETZUNG.**



DREI.

**DAS VERHÄLTNIS ZU
„DATEN“ MUSS SICH
ÄNDERN.**



DREI KONRET.

**EIN ROBUSTES
DATENÖKOSYSTEM,
EINE FUNDIERTE
DATENSTRATEGIE.***

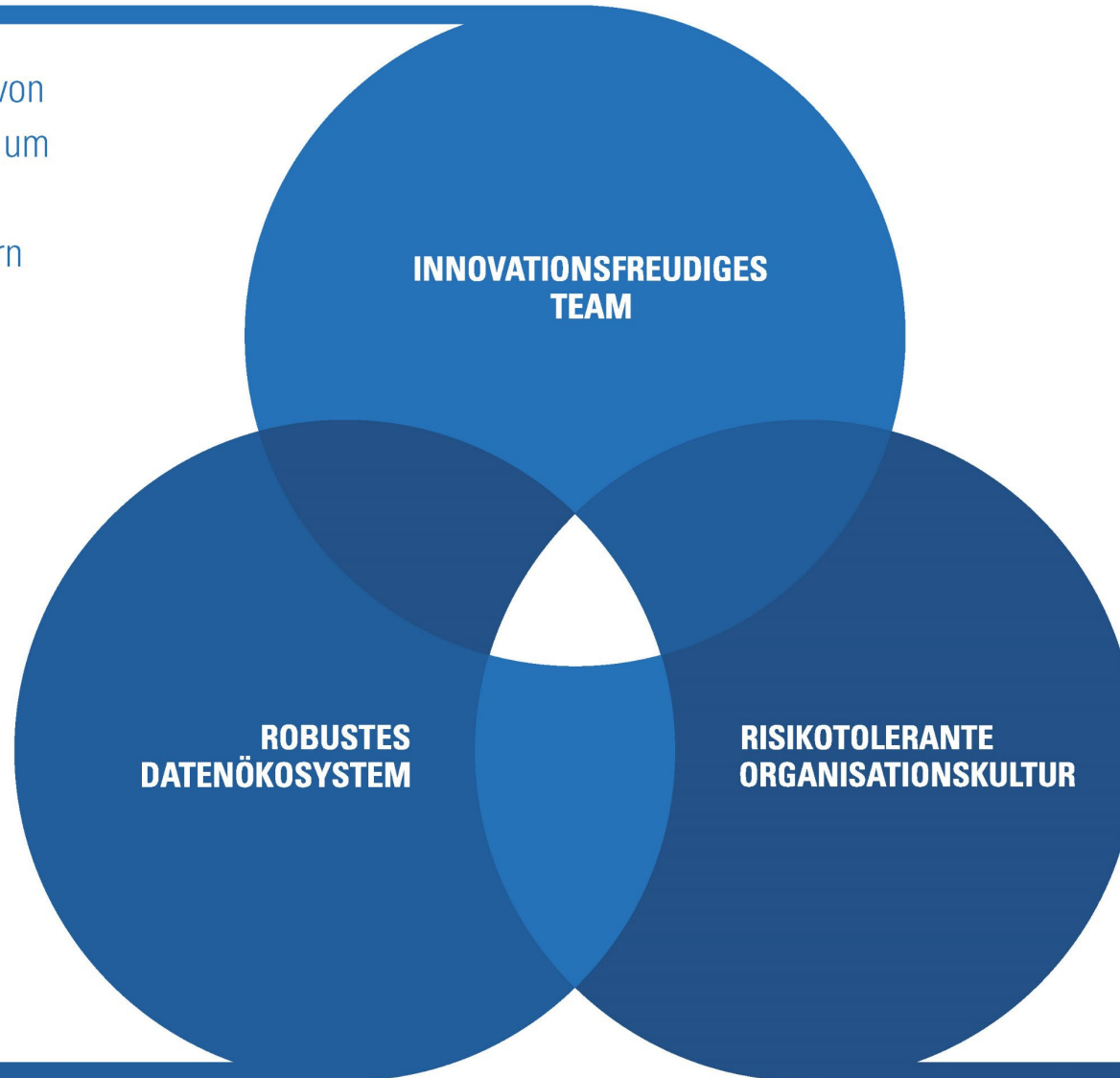


DREI KONRET.

*** SCHON GANZ AM
ANFANG. (HOLISMUS)**



Förderung der Digitalkompetenzen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, um Akzeptanz & Vertrauen in neue Technologien maßgeblich zu steigern



Aufbau & Pflege einer hochwertigen Datenbasis als technologische Grundlage für den Einsatz von KI-Anwendungen

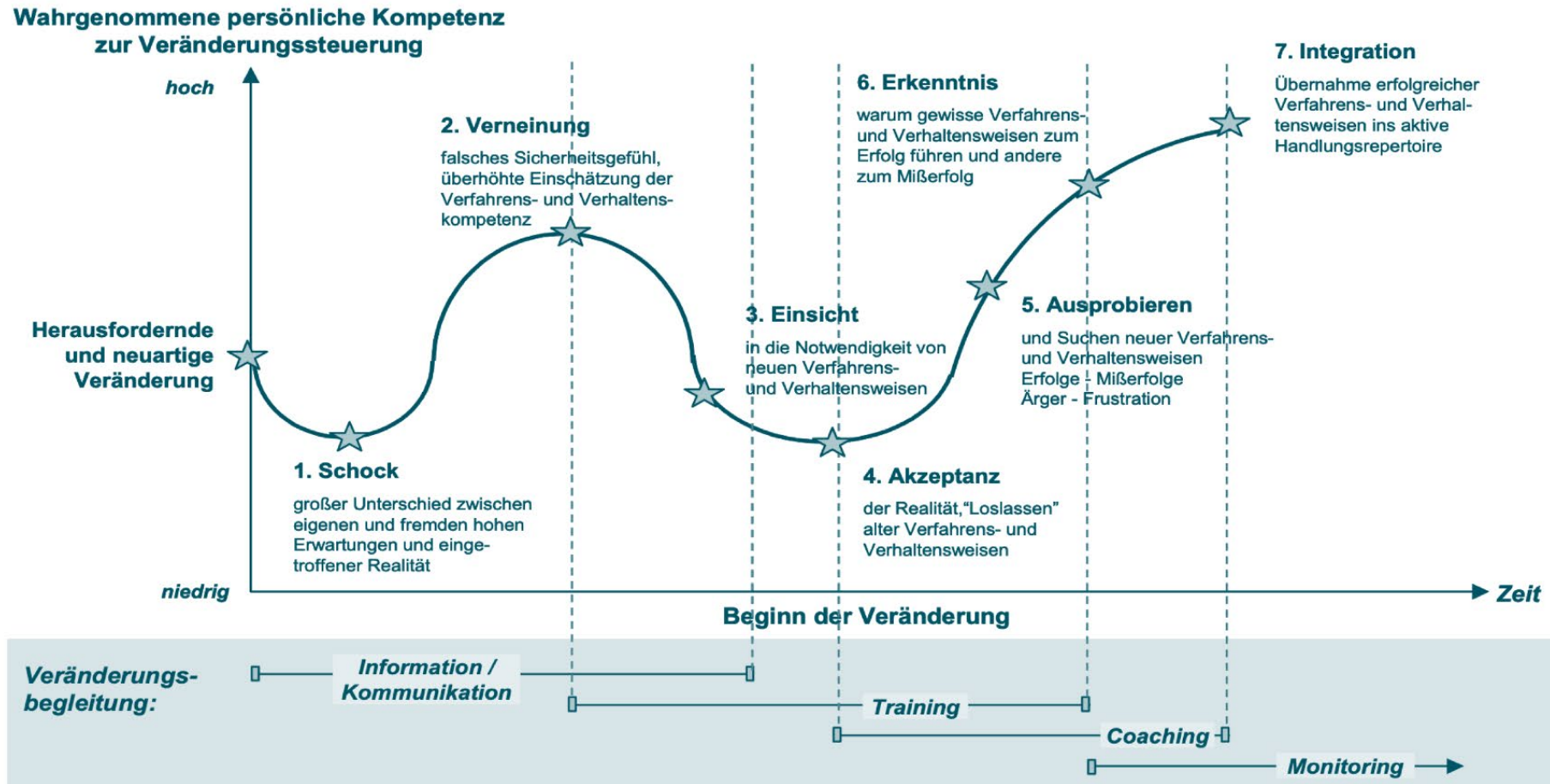
Eine positive Fehlerkultur und ein hohes Maß an Risikotoleranz bilden die organisationskulturellen Grundlagen für den erfolgreichen Einsatz von disruptiven Technologien

**UND DAS ALLES GUT
BEGLEITET.
KEIN WANDEL
ECHTE PROBLEME AUF
ALLEN EBENEN.**





Der Change Prozess ist entsprechend zu begleiten, ...



**SIE ERINNERN SICH AN DIE
ZWEI WERTEKATEGORIEN?**

**EFFIZIENZ.
EFFEKTIVITÄT**



**DIE DRITTE MACHT DEN
UNTERSCHIED.
WANDLUNGSFÄHIGKEIT &
RESILIENZ**



**UND WIE IMMER GILT:
EINFACH MAL ANFANGEN.
GEHT AUCH IN KLEIN.**



**DANKE FÜRS
VORDENKEN.
RETRESCO.
MARKETING TECH MONITOR.
DELOITTE.**

