



Die Grundlagen des erfolgreichen Online Vertriebs

Ein Handbuch für Führungskräfte zu den sieben unabdingbaren Elementen der erfolgreichen Neukundengewinnung und des Online Vertriebs sowie Marketing Controlling



MINDPAPER

Einführung

Geschäftlicher Erfolg hängt unmittelbar mit der Gewinnung von Neukunden und deren dauerhafter Bindung an ein Unternehmen und dessen Produkte zusammen. Die sich ständig ändernden und steigenden Anforderungen von Kunden, mit denen sich Unternehmen heute konfrontiert sehen, erschweren die Erreichung der festgelegten Vertriebsziele. Gleichzeitig dürfen die Kosten nicht aus dem Auge verloren gehen und ein striktes Controlling der Marketingausgaben ist unabdingbar notwendig geworden.

Die größte Herausforderung des Vertriebs - und damit auch eines jeden Unternehmers – ist die Gewinnung von qualifizierten „Leads“, also Interessenten aus denen später einmal Kunden werden. Die Implementierung von effektiven Maßnahmen, die zur Optimierung Ihrer Kommunikation mit Interessenten, Kunden und Partnern führen, ist eine der wichtigsten Aufgaben für einen erfolgreichen Vertrieb.

Um Erfolg zu haben muss man sich mit den heutigen Gegebenheiten beschäftigen. Es ist eine Tatsache, dass mittlerweile mehr als 90% aller professionellen Einkäufer, Interessenten aber auch Geschäftsführer das Internet zur Suche neuer Lieferanten oder Geschäftspartner verwenden! Im Vorfeld werden damit sehr kosteneffektiv und schnell bereits potentielle Unternehmen und ihre Produkte hinsichtlich Ihrer Eigenschaften und Tauglichkeiten bewertet. Neben den Informationen zu einem Unternehmen und seiner Produkte, spielt hierbei oftmals auch die Seriosität und Professionalität des Internetauftritts eine sehr entscheidende Rolle. Dies gilt im übrigen für nahezu alle Branchen gleichermaßen.

Es steht also fest: Der Kampf um Kunden und Märkte wird zunehmend im Internet ausgetragen, weil immer mehr Menschen dort immer mehr Zeit verbringen. Ganz egal, ob diese Kunden lieber online oder offline einkaufen, sie informieren sich vorher im Netz. Man muss kein Prophet sein, um vorauszusagen, dass die Effizienz des Internets über andere Formen obsiegen wird. Unternehmen müssen verstärkt über neue Vertriebsstrategien nachdenken, alternative Szenarien entwerfen und nach Möglichkeiten suchen, Umsatz zu generieren. Auf der Suche nach neuen Aufträgen bietet das Internet eine ideale Möglichkeit, neue Kundengruppen anzusprechen.

Wenn Sie also nach den richtigen Maßnahmen zur Erfolgssteigerung Ihres Vertriebs suchen, hilft Ihnen das Verständnis der grundlegenden Faktoren eines erfolgreichen und ganzheitlichen Online Marketing- und Vertriebsansatzes. Viele Unternehmen nutzen noch nicht die hervorragenden Möglichkeiten des Marketing Controllings im Internet, sowie die technischen Möglichkeiten einer überaus erfolgreichen und qualifizierten Lead-Generierung über die eigene Firmenwebsite.

Beides sind die Schlüsselfaktoren eines erfolgreichen Online Vertriebs und Online Marketings. Dieses Handbuch zu den bewährten Grundlagen filtert aus den Aussagen der über 4.500 Kunden von WiredMinds sowie Experten der Branche, die aus Unternehmen der unterschiedlichsten Größen, aus verschiedenen Regionen und Märkten kommen, bewährte Vorgehensweisen, gesammelte Erfahrungen und Einblicke heraus.

Die sieben Grundlagen des erfolgreichen Online Vertriebs

1. Neukundengewinnung
2. Segmentierung und Scoring
3. Echtzeittransparenz
4. Aktualität der Daten
5. Vermeidung von Streuverlusten und Kosten
6. Hohe Anpassungsfähigkeit
7. Kunden binden und den Erfolg steigern

„Unabhängig davon, ob Sie ein großes, börsennotiertes Unternehmen leiten oder Ihre Geschäfte alleine führen: Wenn Ihr Ziel die Gewinnung von zufriedenen Kunden ist, stellen die oben genannten Elemente die Grundlage und eine wertvolle Richtlinie für Ihre eigenen Bemühungen beim Aufbau eines erfolgreichen Online Vertriebs dar.“

Sascha Buhr, CEO WiredMinds



Grundlage Nr.1: Neukundengewinnung

Viele Kaufentscheidungen werden immer schneller getroffen. Die Recherche nach dem geeigneten Lieferanten findet heute nahezu immer im Internet seinen Anfang. Eine riesige Chance und Risiko zugleich! Nirgendwo sonst können Kunden so schnell gewonnen – aber auch verloren werden wie hier. Ein professioneller Auftritt, aktuelle und verständliche Inhalte sowie eine leichte Auffindbarkeit aller relevanten Informationen spielt dabei nach Umfragen aus Kundensicht die wichtigste Rolle bei der Entscheidung für ein bestimmtes Unternehmen oder Produkt. Zu den wichtigen Faktoren bei der Neukundengewinnung gehören neben dem eigenen Ranking in Suchmaschinen, Online Werbung und dem eigenen Web-Auftritt des Unternehmens vor allem die Erkennung, Identifikation und Klassifikation der Webseiten Besucher.

Aber was passiert dann?

Stellen Sie sich vor, dass ein interessierter Neukunde sich die Mühe gemacht hat im Internet nach Ihrem Produkt oder ihrer Dienstleistung zu recherchieren. Nachdem er Ihr Unternehmen gefunden hat, verbringt er einige Zeit auf Ihrer Website. Er versucht möglichst viel relevante Information in möglichst kurzer Zeit über Sie, das Unternehmen und Ihr Produkt zu erhalten. Dieser Interessent hat bereits einen beträchtlichen Teil seiner Zeit investiert um etwas über ihr Unternehmen und ihre Produkte zu erfahren. Die Wahrscheinlichkeit, dass aus diesem Interessenten ein Kunde wird, ist ungleich höher im Vergleich zu anderen Anspracheformen! Aber was, wenn er danach verschwindet – vermutlich um den nächsten Suchtreffer oder das nächste Angebot im Internet zu besuchen?

Die verpasste Chance

Eines ist ganz sicher: Wenn Sie jetzt nicht zeitnah reagieren hängt es allein vom Interessenten ab, ob Sie diesen als Kunden gewinnen oder nicht. Angenommen Sie haben genau das Produkt, das er sucht, dann müssen Sie jetzt alles erforderlich tun um mit diesem Interessenten Kontakt aufzunehmen um ihn von ihrem Produkt zu überzeugen. Ansonsten können Sie nur darauf hoffen, dass er sich bei Ihnen meldet. Was aber, wenn er nach einer bestimmten Spezifikation oder Produkteigenschaft gesucht hat, die Sie leider nicht näher auf Ihrer Website erläutert haben? Vermutlich wird er beim Wettbewerb landen der genau diese Spezifikation aufweist – ohne telefonisch auch bei Ihnen danach zu fragen! Wie können Sie das vermeiden und diesen Kunden doch noch für sich gewinnen? Das wichtigste ist jetzt zu erkennen, von welchem Unternehmen dieser Besucher kam.

Dazu ist die Erkennung und Erhebung folgender Informationen notwendig:

- Identifikation des Besuchers: Woher kam er und wie heißt das Unternehmen? Wie viele Mitarbeiter und welche Umsatzgröße hat es? Welcher Branche gehört es an?
- Welche Inhalte hat er besucht und welche Produkte meines Angebots waren für ihn interessant?
- Wie lange und wie intensiv hat er sich mit den Inhalten und Angeboten beschäftigt?
- Wie oft war er schon da? Handelte es sich um einen „wiederkehrenden Besucher“ mit hohem Interesse?
- Welche Suchbegriffe/Produktnamen hat er benutzt um etwas zu finden? Hat er es auch gefunden?
- Hat er sich Informationen heruntergeladen und wenn ja, welche?

Das gezielte „Follow-Up“

An Hand dieser Informationen kann der Vertrieb sehr gezielt in eine erfolgreiche Akquise starten. Die WiredMinds Enterprise Edition mit dem VertriebsAssistenten (powered by SCHOBBER) kann Ihnen genau diese Fragen beantworten und identifiziert automatisch und in Echtzeit die Besucher aus Unternehmen auf Ihrer Website. Durch die einzigartige Kombination von Analysedaten zum Kundenverhalten mit umfangreichen Informationen zum Unternehmen aus Europas führender Datenbank der SCHOBBER Information Group, lassen sich aussagekräftige Besucherprofile erstellen. Diese „Leads“ können automatisch an ein angeschlossenes CRM System zur Bearbeitung durch den Vertrieb weitergeleitet werden. Analysen über die Branchenzugehörigkeit Ihrer Besucher sowie der Unternehmensgrößen lassen darüber hinaus wertvolle Rückschlüsse auf Ihre potentiellen Kundengruppen zu.



Grundlage Nr.2: Segmentierung und Scoring

Kein Medium bietet vergleichbare Möglichkeiten bei Kundensegmentierung und Bewertung wie das Internet. Beinahe alle Schritte eines Kunden, von der Suche über den Erstkontakt bis zum Kaufabschluss können mit einem modernen Web-Controlling Systemen erfasst und anschließend analysiert werden. Nutzen Sie diese Möglichkeit! Lernen Sie die Bedürfnisse und Entscheidungswege Ihrer Kunden ganz genau kennen und optimieren Sie an Hand echter Daten ihre Vertriebsprozesse kontinuierlich. Vermeiden Sie auf Ihrer Website umfangreiche Formulare, lange Textpassagen und unnötig komplizierte Wege bis zur gewünschten Information. Ermöglichen Sie Ihren potenziellen Kunden stattdessen das leichte Auffinden von Inhalten und die Interaktion mit Ihnen.

Segmentieren Sie Ihre Besucher in unterschiedliche Gruppen und Kundenklassen

Mittels einfacher Filterregeln können Sie die Besucher auf Ihrer Webseite nach Ihren eigenen Kriterien segmentieren und auswerten. Beispielsweise indem Sie zwischen Privatpersonen und Firmenbesuchern differenzieren und letztgenannte als Interessenten einer bestimmten Produktgruppe erkennen. Die Besucher dieses Segmentes können dann gezielt zu einem bestimmten Produkt angesprochen werden. Dies kann beispielsweise durch die Weitergabe der Leads an eine spezielle Gruppe innerhalb Ihres Vertriebs erfolgen. Darüber hinaus sollte die Software auch eine automatische Segmentierung nach Regionen oder Ländern durchführen. Somit erhält immer der genau richtige Vertriebsmitarbeiter alle Informationen über einen Lead. Mittels einer API (Application Programming Interface) lassen sich diese Daten über eine offene Schnittstelle automatisch an ein CRM System wie beispielsweise salesforce.com übertragen und von dort weiterverarbeiten. Ihr Vertrieb muß sich also nicht umstellen und kann in seiner gewohnten Umgebung sofort loslegen.

Umsatzpotentiale erkennen und entsprechend reagieren

Aber auch die Unterscheidung nach Umsatzpotenzial stellt eine wichtige Kenngröße dar. Vielleicht möchten Sie den Kunden, die sich für ein Produkt in der höchsten Preisklasse interessiert haben, einen bevorzugten Kanal für die Kontaktaufnahme mit Ihnen zur Verfügung stellen? Nutzen Sie die Möglichkeiten, die Ihnen das Internet schon heute bietet:

- Klassifikation von Besuchern
- Aufteilung in verschiedene Besuchersegmente
- Erstellung von Kundenprofilen
- Ermittlung von Scorewerten
- Aufteilung nach Geographischen Kriterien und Verteilung von Leads an verschiedene Vertriebsstandorte
- Ermittlung des Erfolgs unterschiedlicher Online- und Offline Kampagnen oder sonstiger Marketing Aktionen
- Unterscheidung der Besucher an Hand der Aktivitäten auf Ihrer Website

Best-Practice Hinweis: Es gibt bereits Unternehmen, die den „Wert“ Ihrer Website an Hand der Scorewerte aller Besucher und Ihrer Aktivitäten auf einer Website, in Relation zu den Vormonaten setzen, um somit die Performance Ihrer Marketingaktionen und Ihrer Website zu messen und kontinuierlich an Hand eigener Kennzahlen zu verbessern. Auch die Erkennung von wiederkehrenden Besuchern kann zu einem erhöhten Scoring führen, da Sie sich anscheinend intensiver mit ihrem Produkt beschäftigen. Die Score Werte können ganz nach den individuellen Wünschen eingestellt werden.

Konzentration der Ressourcen auf umsatzrelevante Besucher

Auf jeden Fall sollten Sie versuchen über die Website in Kontakt mit denjenigen Besuchern zu treten, die ein höheres Interesse an Ihren Produkten bekundet haben. Auf diese besonders wertvollen Leads sollte auch ihr Vertrieb sein Hauptaugenmerk legen.



Grundlage Nr.3: Echtzeittransparenz

Um wettbewerbsfähig zu bleiben, dürfen Unternehmen Ihre Metriken und KPI's (Key Performance Indicators) nicht aus den Augen verlieren. Die beständige Überwachung des Zustands des Unternehmens und insbesondere seiner Online-Kanäle, die Bestimmung effektiver Praktiken und das Vornehmen notwendiger Anpassungen zur Verbesserung von Inhalten und des laufenden Betriebs, sowie zur Steigerung des Umsatzes, sind die Grundlage, um auf modernen, hart umkämpften Märkten bestehen zu können. Dies klingt einfach und plausibel, aber wie jede Führungskraft bestätigen kann, ist es schwierig bis unmöglich, die erforderlichen Analysen rechtzeitig zu bekommen, um ein Unternehmen und den Vertrieb effektiv zu steuern.

Echtzeit Reporting

Bei herkömmlicher Unternehmenssoftware benötigt man für bedarfsgerechte Berichte für gewöhnlich die Mitarbeit der IT-Abteilung, um nach Tagen oder Wochen die Ergebnisse in Händen zu halten. Bei der WiredMinds Enterprise Edition hingegen sind die wichtigen Informationen und Kennzahlen für jeden Mitarbeiter sofort erreichbar. Führungskräfte und Manager erlangen endlich Echtzeittransparenz zu allen Online-Aktivitäten Ihres Unternehmens sowie allen Online Marketingaktionen. Vertriebsaufgaben können dadurch besser geplant und gesteuert sowie schneller optimiert werden. Neben dem Überblick über alle Informationen gewährt WiredMinds jederzeit Einblicke in die Details auf unterster Ebene. Dies führt in der Praxis zu erheblichen Kosteneinsparungen!

Schnell und Flexibel

Mit wenigen Mausklicks können Berichte ausgeführt und Echtzeit-Dashboards eingerichtet werden. Das Zusammenführen von Daten aus verschiedenen Quellen und das Arbeiten mit Tage oder Wochen alten Daten gehören der Vergangenheit an. Die Führungskräfte jeder Abteilung können sich den vollständigen Einblick in die Informationen zu Ihren Produktbereichen und den Besuchern Ihrer Webinhalte verschaffen. Somit sind sie in der Lage, schnell zu reagieren und Inhalte entsprechend den Bedürfnissen Ihrer Kunden anzupassen.

Call-Center Anbindungen für die Real-Time Kundenbetreuung

Eine echte Real-Time Analyse ermöglicht zudem die Anbindung von Call-Center Lösungen wie beispielsweise Spreed an ihre Analyse-Lösung. Potentielle Kunden, die auf Ihrer Website beispielsweise einen Hilfe-Button angeklickt haben, werden in Abhängigkeit Ihres Scorewertes vom Kundensupport Ihres Unternehmens zurückgerufen. Die Mitarbeiter des Call-Center bekommen gleichzeitig in Echtzeit die Klickdaten des Kunden eingespielt und können mit ihm gemeinsam einen Kaufprozess erfolgreich abschließen oder den Kunden bei unterschiedlichen Produkten beraten. Natürlich muss es nicht ein Call-Center sein. Auch Ihre Mitarbeiter aus dem Vertrieb können diese Techniken für sich erfolgreich nutzen.

Fazit: Die Echtzeittransparenz ist ein entscheidender Faktor für den Online Vertrieb, der leider immer noch viel zu häufig unterschätzt wird. Dabei kostet er gar nicht mehr!



Grundlage Nr.4: Aktualität der Daten

Keine fehlerhaften Daten mehr

Eine der größten Herausforderungen und zugleich die Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches CRM ist die ständige Aktualität der Daten. Im Schnitt ist nach vier Jahren die Hälfte aller Kundendaten veraltet und falsch. Der WiredMinds VertriebsAssistent bietet beispielsweise die Möglichkeit der Echtzeit Aktualisierung der Daten. Dazu gleicht das System die Daten in der Kundendatenbank bei WiredMinds ständig mit den aktuellen Daten bei Schober ab. Immer dann, wenn sich eine Adresse oder der Ansprechpartner eines Unternehmens ändert, können diese Daten auf Wunsch vom System sofort automatisiert in der Kundendatenbank aktualisiert werden. Die ansonsten sehr hohen Prozesskosten, die bei der Pflege und Bereinigung der Kundendaten entstehen, fallen somit erst gar nicht an. Stattdessen können Sie Ihre wertvollen und teuren Ressourcen für den Bereich einsetzen, der sie am dringlichsten braucht: Ihrem Vertrieb!

Motivation durch Controlling? Dies ist kein Widerspruch!

Die meisten Vertriebsmaßnahmen sind teuer. Deshalb erfordern sie eine gute Planung. Wichtig ist hierbei vor allem, was nach einer Marketingmaßnahme passiert! Die Nachbearbeitung einer Marketingaktion durch den Vertrieb ist mindestens genauso wichtig wie die Entscheidung für eine richtige Aktion durch die Marketingverantwortlichen. Es kommt also auf das Zusammenspiel der Mitarbeiter beider Bereiche an. Die Motivation des Vertriebs eine Marketingkampagne zu unterstützen steigt, wenn die Erfolge daraus auch direkt ableitbar sind und sich die gesetzten Vertriebsziele damit einhalten oder gar übertreffen lassen! Kein Medium bietet vergleichbare Transparenz und Controlling Möglichkeiten wie das Internet. Ihre Mitarbeiter werden sehr schnell neben der eigentlichen Lead-Gewinnung die Möglichkeiten der Erfolgsmessung einzelner Maßnahmen begrüßen, denn Sie sichern sich damit Ihren eigenen Erfolg.

Grundlage Nr.5: Vermeidung von Streuverlusten

Was kosten Sie Marketingmaßnahmen? Wie hoch sind dabei Ihre Streuverluste? Wie können Sie diese minimieren? Die hohen Kosten einzelner Marketingmaßnahmen liegen oftmals in hohen Streuverlusten begründet. Im Zeitalter des Internet sind jedoch die Möglichkeiten der gezielten Kundenansprache, dem „Behavioral Targeting“ und der genauen Kosten-/Nutzenanalyse durch eine ROI Betrachtung ungleich höher.

Business-to-Business

Unternehmen, die besonders viele Geschäftskunden haben, profitieren von den Möglichkeiten der gezielten und direkten Ansprache. Die Segmentierung der Besucher nach Branchen, Umsatzgrößen oder Regionen ermöglicht Streuverluste zu minimieren und die potentielle Zielgruppe durch eine kontinuierliche Analyse der Besucherdaten exakt zu definieren. Marketingmaßnahmen können somit am Erfolg orientiert ausgerichtet werden.

Business-to-Consumer

Auch hier spielen Maßnahmen wie „Geo-Targeting“, Segmentierung der Besuchergruppen nach besuchten Produktangeboten oder nach der Beschäftigung der Besucher mit bestimmten Inhalten auf der Website, die entscheidende Rolle. Durch eine gezielte Analyse der Daten nach diesen Kriterien, der Vergabe von Scorewerten an einzelne Besucherprofile und der Segmentierung dieser Daten, lassen sich die Erfolge einzelner Werbemaßnahmen sehr genau belegen und eigene Ressourcen gezielter einsetzen.

Eine große Rolle bei der Analyse spielt hier vor allem die so genannte „Conversion“, also die Ermittlung der Anzahl der Besucher, die über eine bestimmte Marketingmaßnahme, beispielsweise dem Klick auf einen Online-Banner, auf meine Website gelangt sind und dann etwas gekauft haben – oder nicht. Die Beschäftigung mit den Abbruchquoten und eine Analyse darüber, warum diese Besucher sich nicht wie vorgesehen für ein bestimmtes Produkt interessiert haben, hilft einem dabei seine Marketingmaßnahmen kontinuierlich zu verbessern und die entsprechenden Zielgruppen besser anzusprechen.



Marketingausgaben können im Internet sehr leicht durch Web-Controlling kontrolliert und optimiert werden. Ein entscheidender Faktor spielt auch hier wieder die Echtzeitfähigkeit. Bereits nach wenigen Minuten oder Stunden kann man den Erfolg einer Online-Kampagne abschätzen und gegebenenfalls diese Kampagne anpassen. Durch den Einsatz echter A/B-Tests lassen sich die Erfolgsquoten mehrerer Versionen einer Kampagne im Vorfeld durch einen entsprechenden Testlauf ermitteln. Danach wird gezielt nur mit der erfolgreichsten Methode die Kundenansprache betrieben.

Grundlage Nr.6: Hohe Anpassungsfähigkeit

Warum Anpassungen?

Keine noch so teure und professionelle Web-Analyse Lösung wird völlig ohne Anpassung genau den spezifischen Anforderungen eines gegebenen Unternehmens entsprechen, da die Realität zeigt, dass die Kennzahlen zur Erfolgsmessung, die Kundenbeziehungen und Prozesse zweier Unternehmen niemals genau gleich sind. Viele Web-Analyse Lösungen können gar nicht oder nur sehr aufwändig und dadurch mit hohem Kostenaufwand verbunden angepasst werden. Das Ausweichen auf vorgegebene Standard Metriken hilft aber nicht weiter sondern schränkt die Möglichkeiten unnötig ein. Der Schlüssel zum Erfolg ist hier sicherlich eine hochflexible Lösung, die die Möglichkeit bietet, mit den sich ändernden Anforderungen der Kunden und Ihrer sich entwickelnden Geschäftsumgebung Schritt zu halten. Bei WiredMinds klicken Sie sich Ihre neuen Analysen einfach zusammen und hinterlegen Sie auf der Plattform. Ab sofort steht Ihnen die Funktion für sämtliche Analysen über beliebige Zeiträume Ihrer Daten zur Verfügung. Fertig!

Die WiredMinds Web-Analytics Plattform lässt sich wie kein zweiter Lösungsansatz an die sich ändernden Anforderungen in Echtzeit leicht anpassen. Ihre Daten bleiben auch weiterhin analysierbar und Sie erhalten den größtmöglichen Investitionsschutz für Ihre Daten. Die Plattform ist als ASP Lösung konzipiert und erfordert daher keine eigene Hardware Infrastruktur oder Serviceleistungen durch Ihre IT Abteilung. Das spart Kosten und sichert Ihnen zugleich den Zugriff auf die Lösungen und Anpassungen anderer Nutzer. Das spart vor allem viel Zeit und Nerven.

Das Modell einer „Software as a Service“ (SaaS) Anwendung macht laufend rasche Anpassungen möglich und erleichtert das Zusammenspiel mehrerer Anwendungen im Netz, beispielsweise die Anbindung an eine CRM Plattform wie salesforce.com™. Wochen und Monate, die früher für einfache Änderungen an einer Standard Softwarelösung aufgewendet werden mussten, lassen diese als hoffnungslos veraltete Methode anmuten. Wenn Änderungen überhaupt möglich waren. Durch den Einsatz der WiredMinds Plattform erhalten Sie größtmögliche Flexibilität zu den geringsten Kosten und dem höchsten Nutzwert.

Grundlage Nr.7: Kunden binden und den Erfolg steigern

Reagieren Sie schnell - handeln Sie dabei nicht nach dem Gefühl sondern nach den messbaren Fakten!

Lernen Sie die Erfolgsprinzipien Ihres eigenen Web-Auftritts durch ein modernes Web-Controlling kennen. Passen Sie kontinuierlich Ihre Marketingmaßnahmen und Ihren Web-Auftritt den Gegebenheiten an. Identifizieren Sie mit WiredMinds die wirklich wichtigen Besucher auf Ihrer Website und konzentrieren Sie ihren Vertrieb auf diese potentiellen Leads. Sparen Sie viel Geld durch die Vermeidung von Streuverlusten sondern sprechen Sie ihre Kunden zukünftig ganz gezielt an. Binden Sie Ihre Kunden an ihr Unternehmen. Sie haben in einen bereits gewonnenen Kunden viel investiert – dieses Investment sollten Sie durch eine gezielte, auf den Kunden zugeschnittene Ansprache auf allen Kommunikationskanälen kontinuierlich ausbauen. Dadurch steigern Sie nicht nur schnell sondern auch langfristig Ihren vertrieblichen Erfolg! Der Einsatz einer modernen Web-Controlling Lösung ist ein unverzichtbares Werkzeug dafür und misst den Erfolg Ihrer Anstrengungen.



Salesforce - Developer Edit... x

https://c.na6.visual.force.com/apex/WiredMindsConnector

force.com **Setup** Systemprotokoll Hilfe Abmelden **WiredMindsConnector**

Startseite Accounts Leads Kontakte **WiredMindsConnector** WiredMindsConnectionManager

Suche
Alle durchsuchen
[Suchfeld]
[Los]
 Auf Elemente beschränken, deren Inhaber ich bin
Erweiterte Suche...
Neu erstellen...

Zuletzt verwendete Elemente
Daimler AG
Weiß
Dietmar Meder
Commerzbank AG
Petra Stephan-Ruster
Frank Annuscheit
Dipl. Volksw. Wolfgang Hartmann
Markus Plümer
Eric Strutz
Papierkorb

WiredMindsConnector

Settings
Filter Settings Site Settings SchoberSearch

Date [Erforderliche Informationen]
From: 01.10.2008 To: 24.10.2008

Records
Start: 3 Count: 6
[Get data!]

Recent visits [Prev] [Purchase & Save] [Save] [Next]

All	Details	Company	Location	Size	Main Branch	Duration	Pts	
<input type="checkbox"/>	SAP AG WALLDORF	SAP Deutschland AG	40882 Ratingen	Großbetriebe	Softwarehäuser	00:00:00	1	Schober ⓘ
<input checked="" type="checkbox"/>	MAX-PLANCK-INSTITUT FUER KERNPHYSIK	Max-Planck-Institut für Kernphysik	69117 Heidelberg	Großbetriebe	Wissenschaft	00:01:17	3	Schober ⓘ
<input type="checkbox"/>	IP RANGE FOR J. RETTENMAIER GMBH OVER ODR TSG					00:00:29	3	
<input type="checkbox"/>	LUFTHANSA SYSTEMS GMBH	Lufthansa Systems AG	65451 Kelsterbach	Top-Unternehmen	EDV-Dienstleistungsunternehmen	00:00:04	3	Schober ⓘ
<input checked="" type="checkbox"/>	SPRINGER SCIENCE+BUSINESS MEDIA GMBH	Springer Science	14197 Berlin	Großbetriebe	Werbe-	00:01:34	11	Schober ✓ ⓘ
<input type="checkbox"/>	UNIVERSITAET ZU KOELN	Universität zu Köln	50931 Köln	Mittelbetriebe	Schulen	00:01:04	3	Schober ⓘ

[Prev] [Purchase & Save] [Save] [Next]

Startseite | Accounts | Leads | Kontakte | **WiredMindsConnector** | WiredMindsConnectionManager | Alle Registerkarten
Copyright © 2000-2008 salesforce.com, inc. Alle Rechte vorbehalten. | Datenschutzerklärung | Sicherheitserklärung | Nutzungsbedingungen | 508-konform

Screenshot: Einbindung der Daten aus der Website Besuchererkennung von WiredMinds in das CRM System von salesforce.com™. Mittels der WiredMinds API können diese Daten auch in beliebige andere CRM Systeme eingebunden und darüber auch automatisch gepflegt werden.

Kontakt
WiredMinds AG
Niederlassung Stuttgart
Immenhoferstr. 19
70180 Stuttgart

Fon: +49 (711) 585 331-0
Fax: +49 (711) 585 331-11
Mail: contact@wiredminds.de
Web: <http://www.wiredminds.de>