



Keyword:

- Automatisierung
- Digitale Transformation
- Martech
- Marketing-Technologie
- Automatisierung Marketing

## Wie kann Marketing-Technologie Ihr Unternehmen voranbringen

### Was ist Marketing-Technologie?

Der Begriff Marketing-Technologie steht allgemein für Technologien, die Marketing-Teams bei ihrer Arbeit unterstützen. Sie wird meistens im Bereich des digitalen Marketings eingesetzt, aber auch zur Optimierung von Offline-Marketingkanälen.

### Welche Vorteile bringt der Einsatz von Marketing-Technologie?

Marketing-Technologie macht Unternehmen effizienter und effektiver. Die Steigerung der Effizienz lässt sich auf zwei Faktoren zurückführen: Erstens trägt die Automatisierung mühsamer Marketingaufgaben dazu bei, die Zahl der für die Umsetzung Ihrer Marketingstrategie erforderlichen Arbeitsstunden zu reduzieren, so dass Sie mit weniger Aufwand mehr erreichen können. Zweitens kann die Marketingtechnologie verwertbare Einblicke in den ROI Ihrer Marketingbemühungen liefern. Sobald Sie den ROI ermittelt haben, können Sie verschiedene Initiativen nach oben oder unten skalieren, um die Kosten pro Akquisition zu maximieren.

Darüber hinaus hilft die Marketingtechnologie den Teams, bei der Akquisition und Bindung von Kunden effektiver zu sein. Indem Sie beispielsweise LinkedIn-Anzeigen auf eine bestimmte Berufsbezeichnung ausrichten, können Sie Ihre Marketingbotschaft auf diese spezielle Persona zuschneiden und so die Chancen auf ein Engagement erhöhen.

### Hauptarten der Marketingtechnologie

#### CRM

Die Implementierung eines effektiven [CRM-Systems](#) ist ein wichtiger Aspekt der Marketingeffizienz. Indem es die Kundenbindung fördert, hilft CRM Ihnen, mehr Wert aus Ihrem bestehenden Kundenstamm zu generieren, was wiederum den ROI Ihrer Maßnahmen zur Kundengewinnung erhöht.

Zu den führenden CRM-Systemen gehören Salesforce, Intercom, Marketo und Hubspot. Welches System für Ihr Unternehmen am besten geeignet ist, hängt von einer Reihe von



Faktoren ab, z. B. von der Größe Ihres Kundenstamms, dem Umfang Ihrer Marketingmaßnahmen und davon, ob Sie im B2B- oder B2C-Bereich tätig sind.

### Werbung

Die Werbetechnologie ermöglicht Ihnen den Zugang zu Zielgruppen, die Sie sonst nicht erreichen würden. Dies kann über Google-Suchanzeigen, Remarketing-Anzeigen auf Facebook oder die Ausrichtung auf eine bestimmte Stellenbezeichnung auf LinkedIn geschehen.

### Analytik

Die Analytik bildet den Eckpfeiler Ihrer Marketingtechnologie. Dabei kann es sich um ein eigenständiges Produkt handeln (z. B. Google Analytics oder Amplitude Analytics) oder um eine Funktion eines anderen Tools (z. B. bieten einige Tools Content- und ROI-Analysen innerhalb Ihres DAM).

### Content management

Vermarkter produzieren Inhalte, um ihr Produkt oder ihre Dienstleistung zu verkaufen. Wenn das Unternehmen jedoch nicht in der Lage ist, Marketingmaterial zeitnah zu finden oder zu verteilen, gehen diese Inhalte (und die Möglichkeiten, die sie geschaffen haben) verloren. Aus diesem Grunde ist ein effektives Digital Asset Management-System von entscheidender Bedeutung, um den Wert Ihrer Markeninhalte zu steigern.

### Soziale Medien

Es gibt eine Reihe von Möglichkeiten, den Betrieb sozialer Medien mithilfe von Technologie zu optimieren. Wenn Sie beispielsweise für mehrere Twitter-Konten verantwortlich sind, können Sie mit TweetDeck alle Ihre Twitter-Konten in einem einfach zu verwaltenden Dashboard zusammenfassen.

Oder wenn Sie feststellen, dass die Suche nach Bildern und deren Größenanpassung für verschiedene Social-Media-Konten zeitaufwändig ist, können Sie mit geeigneten Tools die Größe Ihrer Bilder automatisch für jede Plattform anpassen, so dass das Posten von Bildern in verschiedenen sozialen Medien zum Kinderspiel wird.

### Fazit

Marketing-Technologie, auch Martech genannt, macht das Leben eines jeden Vermarkters viel einfacher.

In [unserem Seminar Marketing-Technologien](#) setzen Sie sich mit aktuellen Trends, Entwicklungen, Technologien und Strategien im Umfeld von Marketing-Software auseinander. Hierbei stellen das Architektur-Management sowie die Software-Management von Marketing-Technologien zwei zentrale Schwerpunkte dar. AI-Marketing (Artificial Intelligence Marketing) wird ebenfalls als aktuellen Trend mit beleuchtet.