



## Marketing Automation

Marketing Automation är idag ett begrepp för allt fler företag som aktivt jobbar med sin försäljning. Internet och dess tekniker för webb och mail ger oanade möjligheter att hitta och sälja till såväl nya som gamla kunder mer automatiserat.

För de företag som jobbar med rena webbshopar är automatisk försäljning via nätet sedan länge ett känt begrepp. Kunden söker upp det som intresserar och lägger sin order och betalar via webben.

För dig som jobbar med produkter med som inte lämpar sig för traditionell försäljning via webbshop finns nu en mycket intressant lösning. Genom att aktivt spåra trafiken på webbplatsen efter de mest intressanta kunderna skapas rätt tillfälle för påverkan och försäljning.



Traditionellt har digital marknadsföring syftat enbart till att generera trafik till

webbplatsen. Ofta relativt kostnadskrävande och av den trafik som genereras försvinner de flesta besökarna spårlöst vidare ut i internetrymden. Avkastningen på s.k. Sökmotoroptimering är med andra ord bara en bråkdel av vad den kan vara. Olika undersökningar visar att minst 80 % av de kvalificerade affärsmöjligheterna försvinner genom att man helt enkelt inte har kontroll på vem som besöker webbplatsen. Oavsett om besökaren kommer via en kampanj eller via vanligt sök. Vad skulle det betyda för er verksamhet om ni kunde identifiera vem som faktiskt har besökt er och varför?

Marketing Automation syftar till att skapa en sammanhängande process av er närvaro på internet. Webb, optimering och identifiering är hörnstenarna. ROI på varje investerad krona är mycket hög. Högre än vid någon annan mätbar marknadsaktivitet. Med en befintlig webbplats finns det också befintliga besökare. Dom kan ökas genom mer eller mindre riktade aktiviteter

men varje besökare kan vara en potentiell kund. Naturligtvis varierar detta något beroende på bransch osv.

Marknadsaktiviteter som annonsering, utskick, sökoptimering, mm. syftar till att skapa en ökad trafik till webbplatsen med förhoppning om att besökaren ger sig tillkänna genom t.ex. kontaktformulär på webbplatsen. Undersökningar visar att maximalt 2 – 4% av besökare på webbplatser som gäller produkter B2B hör av sig på det sättet. Över 90 % av besökarna försvinner med andra ord. Detta är besökare där många är tänkbara kunder bara ni vet vem det är och vad som intresserar dem.

Med Marketing Automation bevakas er webbplats och man hjälper till att fånga upp och identifiera leads, samla in information om kundens beteende och intresse. Enkelt uttryckt handlar det om att se varje besökare och dess intresse och att agera på det. Kedjan för detta är logisk och enkel. Skapa en webbplats. Skapa synbarhet och därmed trafik till webbplatsen av rätt besökare. Bevaka webbplatsen och se vem som besöker den och vad just den kunden har för intresse och hur starkt intresset är. Med dessa byggstenar vet ni vilka ni bör kontakta för att sälja era produkter idag.

Tekniken med Marketing Automation har tidigare varit förbehållet de största företagen med stora budgetar för marknad och försäljning. Idag är bilden en annan. Idag arbetar företag i alla storlekar med denna teknik och genom att den blivit mer allmänt spridd har även prisnivån blivit mycket låg. Idag finns det företag i alla branscher som nyttjar denna genväg till kunder och order. Och som alltid är det de som är tidigt ute som skapar sig ett försprång till sina konkurrenter. Marketing Automation skapar den "brygga" som knyter samman olika marknadsaktiviteter med säljavdelningen och orderflödet.