

Einfaches Handling, große Wirkung: Vertriebs-Kampagnen leicht aufgesetzt!

Die innovative Online-Kampagnen-Software mit Event-Tracking

VORSPRUNG DURCH INNOVATIVE TECHNIK

- Zusatzverkäufe einfach im Kundenbestand erzielen und Vertragsdichte erhöhen!
- Produktinteresse validieren und bewerten!
- Erfolgskontrolle: Durch Event-Tracking sehen, welche Bestandskunden wie lange auf einer KampagnenWebseite waren inkl. Auswertung!
- Beste Voraussetzungen für aktive Nacharbeit!
- Automatisierung und Digitalisierung von Marketing- und Vertriebsprozessen mit hoher Durchdringung und Umsetzungsgeschwindigkeit bei überschaubarem Aufwand!



Cross-Selling
einfach gemacht



 **maklerhomepage.net**
VERTRIEBSUNTERSTÜTZUNG MIT SYSTEM

🏠 Hinter der Neustadt 4 – 25813 Husum

☎ +49 4841 90 54 0-29

📞 +49 4841 90 54 0-25

✉ hotline@maklerhomepage.net

📘 facebook.com/maklerhomepage

ENTDECKEN SIE NEUE MÖGLICHKEITEN



Mit Event-Tracking in wenigen Schritten zum Ziel!

■ Step 1: Administrations- und Verwaltungs-Modul

(Nutzer: Marketing und/oder Vertrieb des Produktgebers)

Eine Kampagnen-Webseite wird mit der Software pearFINDER 2+ zentral vom Produktgeber erstellt bzw. vorgegeben und gemanagt. Content (Produkt- bzw. Themeninhalte, Film(e), Tarifrheber, etc.) und zielgruppen- bzw. produktoptimierte Textvorlagen für Kundenanschriften (Mailing-Vorlagen) werden eingepflegt und im System zur Verfügung gestellt.

■ Step 2: Vertriebspartner-Modul (Nutzer: Externe Vertriebspartner)

Vertriebspartnern werden Ableger der Kampagnen-Webseite zur Verfügung gestellt (über Sub-Domains), die von diesen individualisiert und personalisiert werden können (Logo, Farben, Kontaktbild, Impressum, Tarifrheber, etc.).

■ Step 3: Mailing-Modul (Nutzer: Externe Vertriebspartner)

Vertriebspartner erstellen einfach ein zielgruppenoptimiertes Mailing als E-Mail-Newsletter oder als Serienbrief durch Verwendung der hinterlegten Vorlagen bzw. mit eigenem Text um Bestandskunden zum Besuch ihrer individualisierten und personalisierten Kampagnen-Webseite zu animieren. Die Mailings können dabei immer auf das jeweilige Design des Vertriebspartners individualisiert werden (Logo, Newsletter-Kopf, Unterschrift, etc.).

Nach der Auswahl einer Tracking-Komponente (bei E-Mail-Versand über Link / bei Serienbrief über QR-Code und/oder alphanumerischen Code) kann der Ver-

triebspartner seine Bestandskunden einfach in der Software anlegen oder auch bequem eine vorselektierte Excel-Datei importieren und das Mailing an seine Bestandskunden aussenden. Die Software sorgt dafür, dass jeder im System befindliche Kunde mit einem individuellen Tracking-Merkmal versehen wird. Bei Nutzung der Serienbrief-Funktion erstellt die Software ein fortlaufendes PDF, welches gespeichert und gedruckt werden kann.

■ Step 4: Tracking-Modul

Besucht ein nunmehr angeschriebener Bestandskunde des Vertriebspartners dessen Kampagnen-Webseite, identifiziert die Software diesen anhand des individuellen Tracking-Merkmals und begrüßt ihn namentlich. Alle in der Kampagnen-Webseite enthaltenen Funktions-Felder sind zudem bereits mit den in der Software hinterlegten Kundendaten vorbelegt. Das kann beispielsweise eine individuelle Prämie für ein Versicherungsprodukt zum sofortigen Abschluss sein und/oder ein Formular zur Vereinbarung eines Beratungstermins.

Seitenbesuche werden dabei komplett von der Software getrackt und die generierten Events dem Vertriebspartner übersichtlich ausgewertet zur Verfügung gestellt. Somit kann dieser – zum Beispiel bei nicht sofort erfolgtem Abschluss – einsehen, wann und wie lange sich ein Bestandskunde auf seiner Kampagnen-Webseite aufgehalten hat, welche Einzelseiten aufgerufen wurden und wie häufig ein Besuch erfolgte. Ideale Voraussetzungen also, um den Kunden aktiv nachzuarbeiten – da dessen Interesse validiert und bewertet werden kann.

ABLAUFPRINZIP / VORTEILE (VERTRIEBSPARTNER):

