

Wie Salesforce Tableau für Marketing Analytics anwendet

Verbessern Sie Performance und Effizienz im Marketing



INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung

3

Schnelle Bereitstellung von Kampagnen- und Zielgruppeninformationen für eine verbesserte Entscheidungsfindung

4

Optimierung der Maßnahmen zur Steigerung von Performance, Leads und Konversionen

5

Förderung der Zusammenarbeit zur Beseitigung von Datensilos und Erweiterung der Aktivitäten

6

Kundenberichte | Wie Marketingteams Tableau nutzen

8

Optimale Entscheidungen mit Marketingdaten mithilfe von Tableau

9



Einleitung



Es gibt unzählige Unternehmen mit außergewöhnlichen Produkten und Dienstleistungen. Ohne effektives Marketing kann es aber schwierig sein, eine Kundenbasis dafür aufzubauen und die Rentabilität zu steigern. Darüber hinaus haben in den vergangenen Jahren unerwartete Entwicklungen dazu geführt, dass Marketingabteilungen unter zusätzlichem Druck stehen und neuen Belastungen ausgesetzt sind. Wenig spricht dafür, dass diese Veränderungen nur vorübergehender Natur sind. Marketingteams sind deshalb gezwungen, ihre Budgets zu kürzen, den ROI für jeden Kanal und jede Kampagne nachzuweisen und ihre Instrumente, Werbemaßnahmen und Inhalte noch kreativer einzusetzen.

Angesichts dieses Gegenwinds stehen Unternehmen vor der Aufgabe, mehr mit weniger Ressourceneinsatz zu erreichen. Es ist also notwendig, für jede Kampagne, jeden Medienplan, jedes soziale Netzwerk und jede E-Mail-Aktion die operative Effizienz zu verbessern und Kosten zu reduzieren. Glücklicherweise haben Unternehmen die Möglichkeit, **mithilfe von Daten auf schnelle Weise gute Entscheidungen zu treffen und entsprechende Maßnahmen zu ergreifen.**

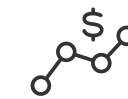
Sie sind relevanter als jemals zuvor, da sie uns helfen, zentrale Probleme zu bewältigen und gute Entscheidungen zu treffen. Wie aber können Unternehmen und Marketingteams auf ihre Marketingdaten zugreifen, diese analysieren und verständlich machen, um fundierte Entscheidungen zu treffen?

Tableau bietet Marketingteams die Möglichkeit, unterschiedliche Datenquellen zu verknüpfen, KPIs kontinuierlich zu prüfen und im Handumdrehen aussagekräftige Berichte für Führungskräfte und Verantwortliche zur Verfügung zu stellen. Die Plattform unterstützt Marketingprofis u. a. dabei, die Wirkung ihrer Aktivitäten zu optimieren, Ausgaben optimal einzusetzen und zu reduzieren, enger zusammenzuarbeiten und gängige Probleme in Bezug auf isolierte Daten, Aufbereitung unstrukturierter Daten, Ermittlung von Trends usw. zu bewältigen.

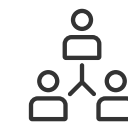
Erfahren Sie mehr darüber, wie Salesforce, unsere Kunden und unsere Partner die Tableau-Plattform für Marketing Analytics nutzen. Dieser Leitfaden soll Marketingteams bei Folgendem unterstützen:



Schnelle Bereitstellung von Kampagnen- und Zielgruppeninformationen für eine verbesserte Entscheidungsfindung



Optimierung der Maßnahmen zur Steigerung von Performance, Leads und Konversionen



Förderung der Zusammenarbeit zur Beseitigung von Datensilos und Erweiterung der Aktivitäten

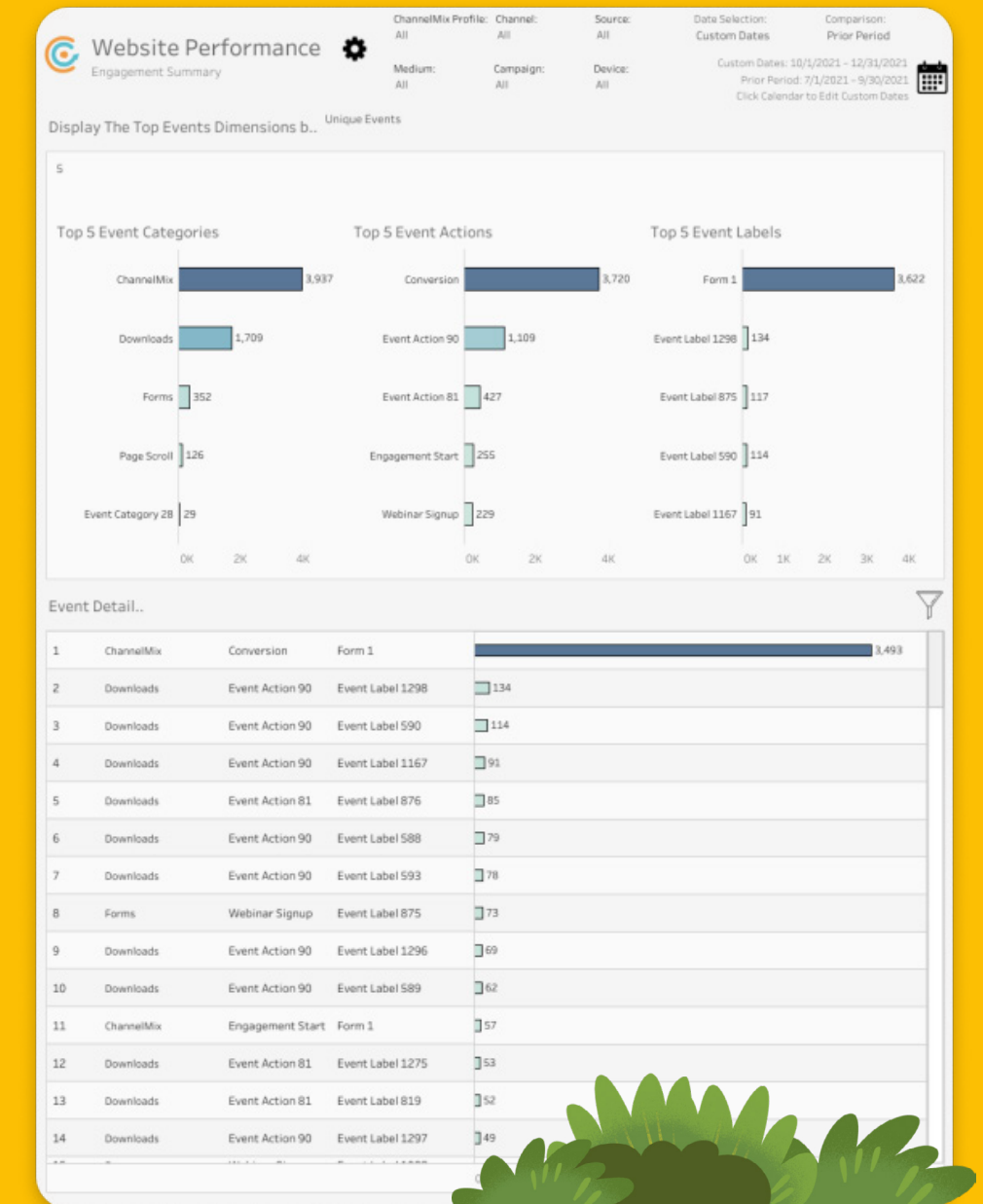
Schnelle Bereitstellung von Kampagnen- und Zielgruppeninformationen für eine verbesserte Entscheidungsfindung

Kundenbedürfnisse und -trends unterliegen oft einem raschen Wandel. Marketer müssen diese Bedürfnisse und Trends ermitteln und für ihre Kampagnen Aspekte wie Ausgaben für digitale Werbung und Zielgruppenbestimmung entsprechend anpassen. Echtzeitdaten zur Kampagnen-Performance und für Zielgruppenerkenntnisse sind entscheidend für den Erfolg der meisten Marketingmaßnahmen. Unternehmen müssen deshalb in bedienerfreundliche wie skalierbare Tools und Prozesse investieren, die Teams agiles Handeln ermöglichen und die Effizienz fördern. Aufgrund der weltweiten Krisen und der wirtschaftlichen Unsicherheit sind tragfähige Entscheidungen auf Basis relevanter Erkenntnisse wichtiger denn je.

Wie können also Marketer ein umfassendes Verständnis ihrer Kunden und Interessenten gewinnen, damit jeder Euro des Marketingbudgets Gewinn bringt? Es beginnt mit der Verknüpfung aller unterschiedlichen Datenquellen zu einer einzigen zuverlässigen Quelle von Echtzeitkundendaten durch [Salesforce Genie](#), ein Kundendatensystem auf Basis von Milliarden von Datenpunkten. Salesforce Genie verfügt über integrierte Connectoren, mit denen sich Daten aus allen verfügbaren Datenquellen wie Mobilgeräte, Internet, APIs oder auch proprietäre Data Lakes mit historischen Daten in eine 360-Grad-Ansicht Ihrer Daten übernehmen lassen. Diese kann u. a. für eine Personalisierung in Echtzeit, für Workflows und Analytics genutzt werden. Unterstützt durch eine solche einzigartige Kundendatenquelle auf Basis von Genie haben Sie mit Tableau und CRM Analytics die Möglichkeit,

Analytics jedermann zu jedem Zeitpunkt zugänglich zu machen. Tableau Genie macht es möglich, Echtzeiterkenntnisse in Kundenerfolg umzuwandeln. Damit lassen sich die Analyse aller Daten automatisieren, die Zusammenarbeit im gesamten Unternehmen fördern und praktische Maßnahmen auf Basis von Echtzeit-Analytics treffen. KI-Erkenntnisse unterstützt von [Tableau Genie](#) geben Ihnen und Ihrem Unternehmen die Möglichkeit, Erkenntnisse um 29 % schneller zu gewinnen und so intelligenter Entscheidungen zu treffen.

Zur Beschleunigung von Kampagnen und der Ermittlung der Zielgruppen für verbesserte und schnellere Entscheidungen können Sie z. B. mit einem Dashboard wie [Website Performance Visualization](#) (Visualisierung der Website-Performance) von ChannelMix Akzeptanz, Aktivitäten und Performance von Websites ermitteln. Damit lässt sich feststellen, ob und wie Ihre Zielgruppe auf die Inhalte Ihrer Website reagiert, was heruntergeladen wird und was am meisten zur Konversion beiträgt.

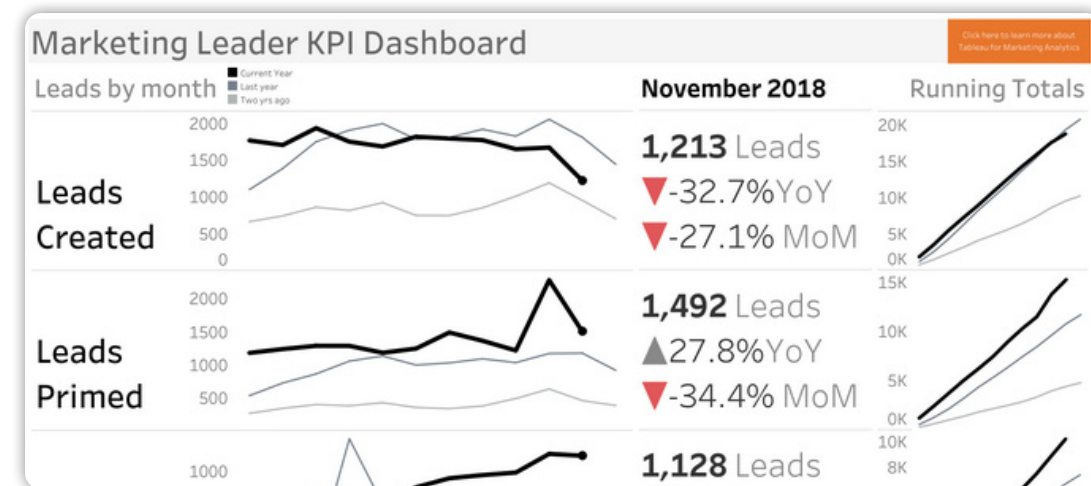


Das Dashboard „Website Performance“ zeigt Marketer, wie ihre Zielgruppe ihre Website nutzt, was heruntergeladen wird und was zur Förderung der Konversion beiträgt.

[Dashboard erkunden →](#)

Optimierung der Maßnahmen zur Steigerung von Performance, Leads und Konversionen

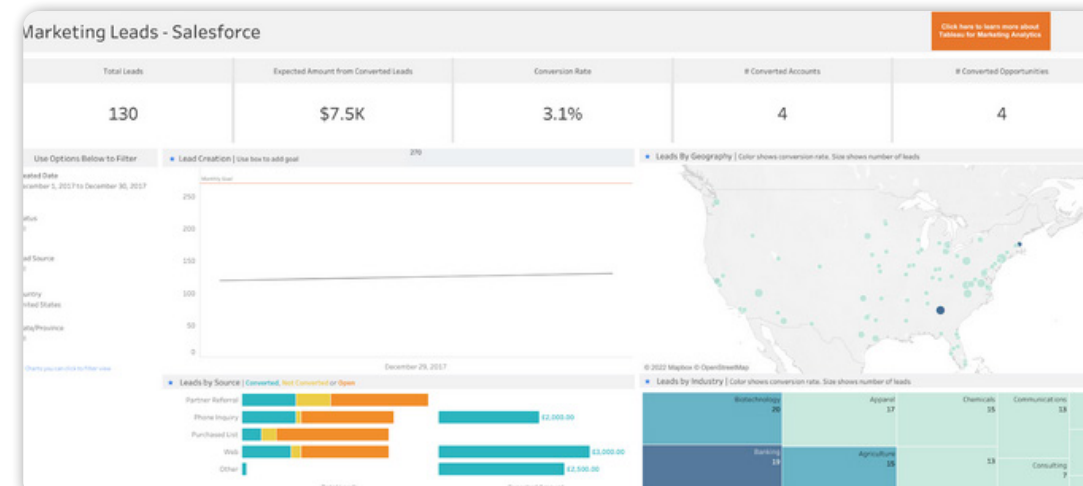
Aufgrund des Ausmaßes der Veränderungen, mit denen Marketingabteilungen heutzutage konfrontiert sind, steigt der Druck, dass Entscheidungen die gewünschten Wirkungen haben. Damit Ergebnisse und Budgets für die Steigerung von Performance, Pipeline und Konversionen optimiert werden können, müssen Sie Referenzwerte und KPIs festlegen sowie diese kontinuierlich prüfen, damit Effizienz und Geschäftsergebnisse gefördert werden. Erstellen Sie z. B. eine Visualisierung wie das [Marketing Leader KPI Dashboard](#) (KPI-Dashboard für Führungskräfte im Marketing). Mit diesen Informationen an einer Stelle können Teams im Handumdrehen ihren Vorgesetzten Daten zu Lead-Erstellung, Priorisierung und Qualifizierung vorlegen.



Das „Marketing Leader KPI Dashboard“ (KPI-Dashboard für Führungskräfte im Marketing) zeigt erstellte, primäre und qualifizierte Leads an.

[Dashboard erkunden →](#)

Damit die gesamte Marketingabteilung mit einer einzigen zuverlässigen Datenquelle arbeitet, verknüpfen Sie Ihre Lead-Quelldaten und erstellen Sie z. B. ein Dashboard wie [Marketing Leads - Salesforce Visualization](#) (Marketing-Leads - Salesforce-Visualisierung). Dieses enthält die Gesamtzahl der Leads, die Konversionsrate, die erwartete Pipeline aus konvertierten Leads sowie eine Aufschlüsselung der Leads nach Quelle, Region und Branche. Die Visualisierung gibt Salesforce-Marketer die Möglichkeit, nachzuvollziehen, woher die Leads stammen, die Erfolge eines Kanals in einen anderen zu übertragen und eine Verbindung zu Salesforce-Kontoinformationen herzustellen.



Das Salesforce-Dashboard „Marketing Leads“ bietet Führungskräften im Marketing Informationen wie Gesamtzahl der Leads, Konversionsrate, erwartete Pipeline und mehr.

[Dashboard erkunden →](#)



Tipp für Beschleuniger

Wenn Sie mit der Anwendung von Daten oder mit dem Erstellen komplett neuer eigener Dashboard nicht vertraut sind, ist das kein Problem. Sie können trotzdem jederzeit starten! Die Beschleuniger von Tableau Accelerators unterstützen Sie bei der Entwicklung spezifischer Dashboards für das Marketing in Minuten – mit Ihren eigenen Daten und ohne zusätzliche Kosten für Tableau-Kunden.

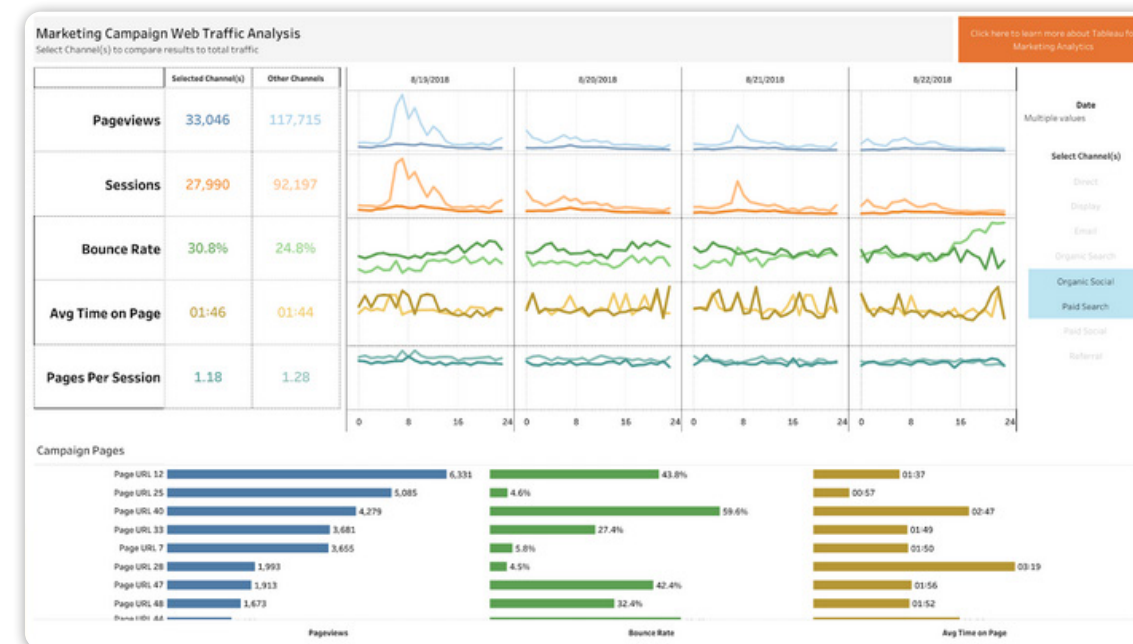
[Beschleuniger jetzt abrufen →](#)

Förderung der Zusammenarbeit zur Beseitigung von Datensilos und Erweiterung der Aktivitäten

Wenn Daten nicht nach Kanal ermittelt und aufgeschlüsselt werden können, ist das Bild der Performance unvollständig und es fehlen Erkenntnisse, die Ihnen helfen, Schritt für Schritt Verbesserungen vorzunehmen und die Effizienz zu steigern. Isolierte Daten gehören zu größten Problemen, mit denen Marketer zu kämpfen haben. Dieses Problem kann oft nur mithilfe von Technikteams gelöst werden, die die Verbindung zwischen den Datenquellen herstellen. Dies macht es beinahe unmöglich, KPIs zu ermitteln, die Kampagnen-Performance nachzuvollziehen und auf schnelle Weise das Vorgehen anzupassen oder Budgets auf Basis von Daten neu zu verteilen.

Wie können also Marketer die Dinge in die eigene Hand nehmen, Datensilos auflösen und ihre Aktivitäten erweitern? Als Erstes sollte eine technologieunabhängige Analytics-Lösung eingesetzt werden, mit der auf sichere Weise alle Daten verknüpft und leistungsstarke wie intuitive Visualisierungen erstellt werden können, die dazu motivieren, Daten unabhängig vom Speicherort intensiv zu untersuchen. Diese Visualisierungen lassen sich auf einfache Weise in den Teams teilen, um die Zusammenarbeit der Teammitglieder zu fördern und sicherzustellen, dass jeder dasselbe Dashboard, also eine einzige zuverlässige Datenquelle nutzt, um aussagekräftige Ergebnisse bereitzustellen.

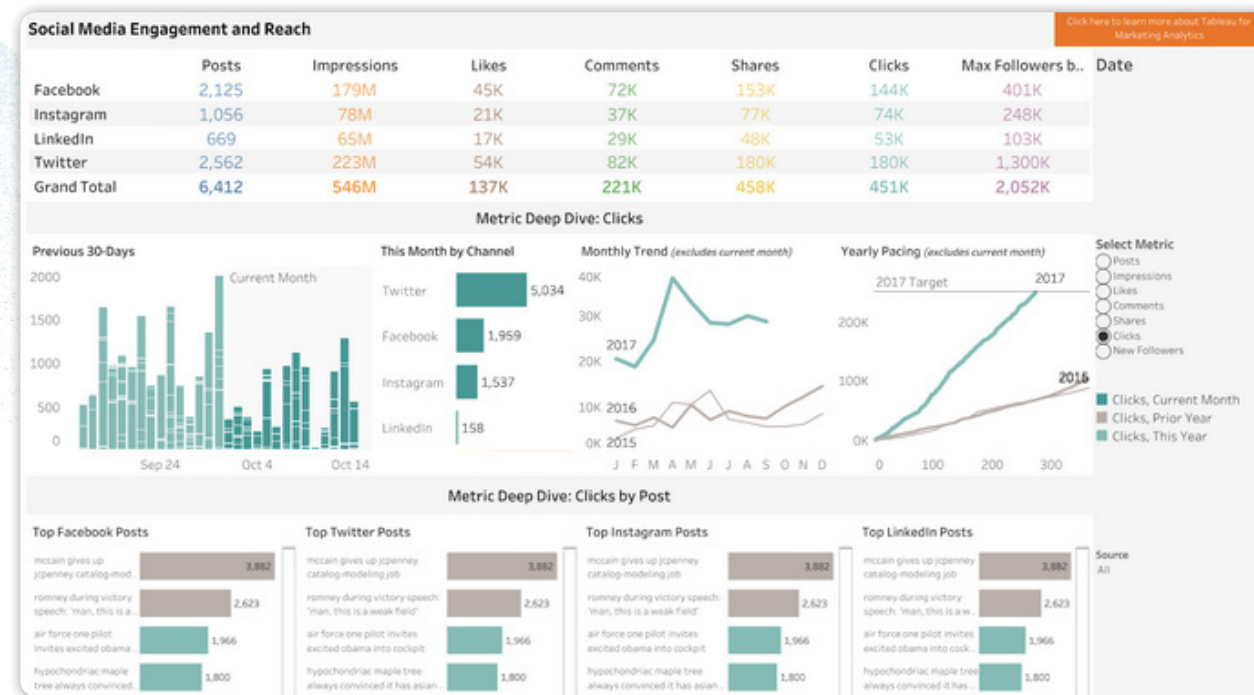
Wahrscheinlich gehört zu Ihren zentralen Kampagnenkanälen auch Ihre Website, d. h. aktuelle KPIs zum Aufruf von Seiten, Ansichten, ausführlichen Sitzungen usw. sind sehr wichtig. Die Erstellung der kompletten Ansicht einer Datenverkehrsquelle ist an sich nicht kompliziert. Mit einem Analytics-Dashboard wie das [Marketing Campaign Web Traffic Analysis Dashboard](#) (Analyse-Dashboard zum Webdatenverkehr bei Marketingkampagnen) können Sie aber auch eine Verbindung zu allen Webverkehrsdaten herstellen und diese nach Quelle oder Kanal, etwa zu bezahlter Suche, organischer Suche, Aufruf, E-Mails, organische soziale Medien und mehr visualisieren. Anschließend haben Sie die Möglichkeit, die Ergebnisse nach Kanal und im Verhältnis zum gesamten Datenverkehr zu vergleichen.



Mit dem „Marketing Campaign Web Traffic Analysis Dashboard“ können Sie die Ergebnisse eines Kanals mit dem gesamten Datenverkehr vergleichen.

[Dashboard erkunden →](#)

Durch Vergleich der Ergebnisse verschiedener Social-Media-Kanäle lassen sich übergreifende Probleme feststellen. Die Nutzung eines umfangreichen Dashboards wie das [Social Media Engagement and Reach Dashboard](#) (Dashboard zu Nutzung und Reichweite sozialer Netzwerke) ermöglicht darüber hinaus auf einfache Weise die Darstellung und den Vergleich von Beiträgen, Impressionen, Likes, Kommentaren, geteilten Inhalten und Followern für alle Social-Media-Kanäle. Analysieren Sie im Detail per Klick nach Kanälen und einzelnen Beiträgen, um monatliche oder jährliche Trends zu ermitteln.



Mit dem „Social Media Engagement and Reach Dashboard“ können Sie in den Social-Media-Kanälen auf schnelle und einfache Weise die Performance feststellen und Trends vergleichen.

[Dashboard erkunden →](#)



Sie sind an weiteren Marketing-Analytics-Dashboards interessiert? In [Tableau Public](#) finden Sie zusätzliche Dashboards, mit denen Sie die [Performance von E-Mail-Aktionen](#), [digitalen Kampagnen](#), [Marketingaktivitäten nach Region](#) und mehr kontinuierlich ermitteln können.

[Weitere Dashboards erkunden →](#)

Kundenberichte | Wie Marketingteams Tableau nutzen

Entdecken Sie, wie Marketingteams mithilfe von Tableau die **Gewinnung von Erkenntnissen beschleunigen, die Zusammenarbeit fördern und die Wirkung ihrer Aktivitäten optimieren.**



Oneflare konnte mit einer einzigen zuverlässigen Datenquelle den Umsatz um 270 % steigern

Oneflare ist ein australisches Start-up-Unternehmen, das Kunden und Unternehmen auf einem Marktplatz in 300 Kategorien zusammenbringt, von Installateuren und Elektrikern bis zu Hundefriseuren und Raumausstattungen. Das Vertriebsteam von Oneflare nutzt Tableau, um Performance-Daten aus mehreren Quellen in einer Ansicht zu verknüpfen. Damit konnte ein gesunder Wettbewerb unter den Vertriebsmitarbeitern angestoßen und der Umsatz pro Vertriebsmitarbeiter um 81 % und der Gesamtumsatz um 270 % erhöht werden.

Gleichzeitig verbesserte sich die Performance des Marketings von Oneflare, da nun vergangene Kampagnen analysiert werden konnten, um zu ermitteln, wo Verbesserungsmöglichkeiten bestehen. Beispielsweise hat das Marketingteam jetzt die Möglichkeit, festzustellen, welche Kanäle am besten für die Bewerbung der einzelnen Kategorien auf der Oneflare-Website geeignet sind und wie sich das Suchmaschinenmarketing verbessern lässt.

Tableau-Visualisierungen haben sich als sehr wertvoll erwiesen, wenn es um die Konsolidierung von Daten aus verschiedenen Kanälen und um die Gewinnung umsetzbarer Erkenntnisse geht. Dies hat zu mehr Effizienz, Produktivität und Zeiteinsparungen geführt. Das Visualisieren der Performance einzelner Kampagnen erfolgt nun in Minuten, sodass die Zeit für das Reporting um durchschnittlich acht Stunden pro Woche verkürzt werden konnte. Oneflare nutzt weitere Erkenntnisse aus Tableau, um das Kundenerlebnis zu optimieren und potenzieller Abwanderung vorzubeugen.

[Story lesen →](#)



Quandoo steigert Umsatz und Kundenzufriedenheit mit Tableau

Quandoo ist die weltweit am schnellsten wachsende Online-Plattform für Restaurantreservierungen. Quandoo wurde im Jahr 2012 in Berlin gegründet und verfügt aktuell über eine Community von über 240 Millionen Gästen und 18.000 Partnerrestaurants in 12 Ländern. Sein zentrales BI-Team war in der Regel durch die täglichen Anfragen von Geschäftsanwendern mehr als ausgelastet. Entstandene Engpässe führten dazu, dass die Mitarbeiter dafür wertvolle Zeit und Aufwand investieren mussten und für wichtigere Aufgaben nicht zur Verfügung standen.

Mit Tableau änderte sich die Situation grundlegend. Das zentrale BI-Team verfügt nun über die erforderliche Flexibilität für Visual Analytics und kann die verschiedenen Datenquellen der einzelnen Teams problemlos miteinander verknüpfen. Durch die Möglichkeit eines differenzierten Zugriffs und ein eigenes Sicherheitsmanagement unterstützt Tableau eine detaillierte Kontrolle, ermöglicht aber gleichzeitig eigene Analysen von Mitarbeitern.

Die Analytics-Plattform unterstützt auch die Optimierung der Quandoo-Anwendungen und -Online-Plattformen. Änderungen in den Anwendungen – wie eine neue Schrift-/Bildgröße oder -farbe oder eine Aktualisierung der Menüs und der Navigation – können die Antwort- und Konversionsraten der Aktivitäten erheblich beeinflussen. Durch Analyse der Ergebnisse zahlloser A/B-Tests mit Tableau konnte Quandoo die effektivsten Lösungen ermitteln und bereitstellen, um die Kundenzufriedenheit sicherzustellen. Die Auswertung der Ausgaben für Online-Werbung führte außerdem zu einer Verbesserung des ROI und zur Einsparung von Kosten durch Umleitung von Budgets auf die effektivsten Kampagnen.

[Story lesen →](#)



HelloFresh stärkt seine digitalen Kampagnen und steigert seine Konversionsraten mit Tableau

In der Vergangenheit haben die Teams bei HelloFresh die Unternehmensdaten aus Google Analytics und verschiedenen MySQL-Produktionsdatenbanken in Excel analysiert. Das agile Marketingteam musste diese Daten kontinuierlich herunterladen, aggregieren und analysieren, damit es über aktuelle Ergebnisse verfügt. Das tägliche Erstellen von Tages- und Wochen-Performance-Berichten aus diesen Daten erforderte ein bis vier Stunden manuelle Arbeit für jede der zehn HelloFresh-Regionen – wobei oft nicht die gewünschten Erkenntnisse gewonnen werden konnten.

HelloFresh nutzte die Tableau-Plattform, um das globale Performance-Reporting zu zentralisieren. So lassen sich täglich 10 bis 20 Stunden einsparen und den regionalen Vertriebs- und Marketingteams werden Echtzeitdaten für eine rasche Entscheidungsfindung zur Verfügung gestellt. Das Marketingteam bei HelloFresh kann nun auf Trends im Kundenverhalten reagieren und die Marketingkampagnen im Handumdrehen optimieren, was sich in besseren Konversionsraten und einer stärkeren Kundenbindung niederschlägt.

[Story lesen →](#)



Optimale Entscheidungen mit Marketingdaten mithilfe von Tableau

Tableau ändert die Art und Weise, wie Marketingteams ihre Daten sichtbar sowie verständlich machen und daraus Maßnahmen ableiten. Durch Zusammenfassung der von Marketingteams benötigten Daten an einer Stelle können sie die Gewinnung von Erkenntnissen beschleunigen, ihre Aktivitäten optimieren und die Zusammenarbeit mithilfe intuitiver, leistungsstarker Analytics fördern. Mit Tableau werden Daten zu einer zentralen Ressource von Unternehmen, die vor allem angesichts unsicherer Verhältnisse und kontinuierlichem Wandel unverzichtbar ist. Wenn Sie Ihre Daten in eine Ressource verwandeln möchten, mit der Performance und Effizienz von Kampagnen gefördert, Erkenntnisse für eine verbesserte Entscheidungsfindung optimiert und Datensilos zur Erweiterung der Aktivitäten aufgelöst werden sollen, dann ist Tableau ideal für Ihre Marketingorganisation.

Erfahren Sie mehr auf der Lösungsseite zu [Marketing Analytics von Tableau](#)

Laden Sie kostenlos die [Beschleuniger für das Marketing](#) herunter

Erkunden Sie [Marketing-Dashboards der Tableau-Community](#)

Beteiligen Sie sich am [Marketing Tableau Community Forum](#)





Tableau hilft Nutzern, ihre Daten sichtbar und verständlich zu machen. Tableau bietet Visual Analytics mit leistungsstarker KI für Datenmanagement und verbesserte Zusammenarbeit. Von Einzelpersonen bis zu Unternehmen jeder Größenordnung nutzen Kunden weltweit begeistert fortgeschrittene Analytics von Tableau für datengesteuerte Entscheidungen, die den Unterschied ausmachen.

Tableau ist außerdem in Salesforce Customer 360 eingebunden, eine CRM-Plattform zum Kundenbeziehungsmanagement, die die Geschäftsbereiche mit einer geteilten Ansicht der Kundendaten verknüpft. Jede Abteilung hat damit die Möglichkeit, die leistungsstärksten, umfassendsten und intuitivsten Analytics-Features zu nutzen, die direkt in die Workflows eingebunden werden können. Wenn Ihre Kundendaten in den Mittelpunkt aller Aktivitäten gestellt werden, eröffnen sich neue Möglichkeiten, um die Beziehungen zwischen Kunden und Mitarbeitern zu stärken.