

Marketing Automation für Inbound Sales Strategien und der Auswahl einer entsprechenden Software

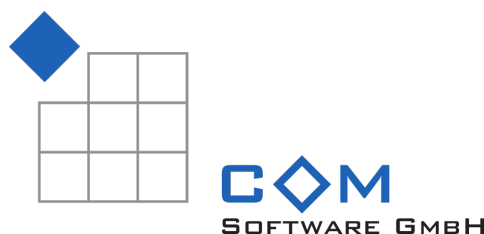
Praxisbericht im Studiengang
Bachelor Business Information Management
an der
**Provadis - School of International
Management and Technology**

vorgelegt von
Florian Zoia

im Fach
Betriebswirtschaftslehrer II

Betreuer
Prof. Dr. Peter Manshausen

Frankfurt am Main, 7. März 2021



Selbstständigkeitserklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Thesis mit dem Titel

„Marketing Automation für Inbound Sales Strategien und der Auswahl einer
entsprechenden Software“

selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel verwendet habe.

Frankfurt am Main, den 7. März 2021

Florian Zoia

Inhaltsverzeichnis

Selbstständigkeitserklärung	II
------------------------------------	-----------

Abbildungsverzeichnis	IV
------------------------------	-----------

1 Einführung in das Thema	1
1.1 Einordnung in das Thema	1
1.2 Leitfrage	1
1.3 Ziel der Arbeit	1
1.4 Aufbau der Arbeit	1
1.5 Forschungsmethode	2

Literatur	V
------------------	----------

Abbildungsverzeichnis

1 Einführung in das Thema

Diese Arbeit behandelt das Thema 'Marketing Automation für Inbound Sales Strategien und der Auswahl einer entsprechenden Software'. Im folgenden werden Programme, welche die Automatisierung von Inbound Marketing beinhalten und den Ansprüchen der COM-Software GmbH entsprechen beschrieben. Des weiteren werden deren Vor- und Nachteile ermittelt und mit Hilfe einer Kosten-Nutzen Analyse verglichen.

1.1 Einordnung in das Thema

Inbound Marketing spielt in der heutigen Welt eine große Rolle. Kunden wollen als Individuen gesehen werden und sprechen viel positiver auf personalisierte Werbung an. Dieses Konzept möchte sich die COM-Software GmbH ebenfalls zu Nutze machen und Werbungen schalten, bei denen die Kunden auf die COM-Software GmbH zukommen. Hierbei soll eine geeignete Software gefunden werden, die diese Arbeit unterstützt oder sogar ganz übernimmt.

Dafür wurden zunächst die Anforderung an die Software zusammengetragen. Als nächstes wurden die Softwares, welche den Ansprüchen gerecht werden, ermittelt. Diese wurden in einer Kosten-Nutzen Analyse gegenüber gestellt, um das für die COM-Software GmbH ideale Programm zu finden.

1.2 Leitfrage

Welche Inbound Marketing Strategien möchte die COM-Software GmbH verfolgen und welche Software ist am besten dafür geeignet, um die damit verbundenen Prozesse zu automatisieren ?

1.3 Ziel der Arbeit

Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Automatisierung von Inbound Marketing. Hierbei werden die unterschiedlichsten Programme verglichen, um die ideale Software für den Gebrauch in der COM-Software GmbH zu finden.

1.4 Aufbau der Arbeit

Anfangs wird diese Arbeit die Grundlagen aufführen, welche benötigt werden, um die Arbeit zu verstehen. Dazu zählen die Themen 'Inbound Marketing', 'Outbound Marketing' und 'Marketing Automatisatio'.

Darauf folgen, die Ansprüche der COM-Software GmbH an die gewünschte Software. Hier wird beschrieben, welche Funktionen benötigt oder erwünscht sind und auf welche verzichtet werden können. Des weiteren wird erklärt wie sich die COM-Software GmbH vorstellt ihr Inbound Marketing zu realisieren.

Danach werden die unterschiedlichen Softwares vorgestellt und ihre Vor- und Nachteile näher erläutert. Genauso wird eine Kosten-Nutzen Analyse erstellt, welche unter anderem im Nächsten abschnitt genutzt wird, um die die verschiedenen Programme zu vergleichen.

Im Fazit wird ermittelt, welche Software am besten geeignet ist und weshalb sich so entschieden wurde.

1.5 Forschungsmethode

Die Grundlagen der Arbeit wurden durch eine Literaturrecherche mit Hilfe der angegebenen Fachliteratur und einer Internetrecherche erarbeitet. Des weiteren wurde eine Kosten-Nutzen Analyse für diese Arbeit durchgeführt.

Literatur

Beratungsgesellschaft, Begerow (2020): Datenbanken Verstehen.

Geisler, Frank (2011): *Datenbanken Grundlagen und Design*. Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm GmbH.

Gogolla, Martin (1994): *Grundlagen von Entity-Relationship-Modellen*.

Matthiessen, Günter und Michael Unterstein (Dez. 2007): *Relationale Datenbanken und Standard-SQL*. Addison-Wesley Verlag, München u.a., 4. Aufl.

Schicker, Edwin (2017): *Datenbankendesign*. Springer Verlag.