

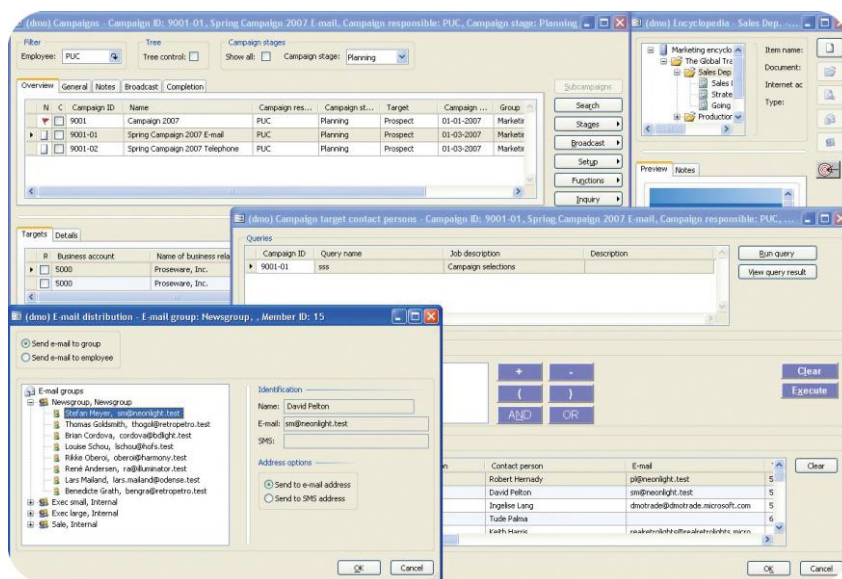
Marketing-automatisering

FORDELE:

- Hjælper dig til at udnytte dit kundekendskab og gør dermed dine marketingaktiviteter mere effektiv.
- Kundefeedback kan nemt indsamles og bruges og skabe mere effektive kampagner
- Hjælper med nemt og troværdigt at måle kampagners rentabilitet

Marketing-automatisering i Microsoft Dynamics AX

Marketing-automatisering i Microsoft Dynamics™ AX giver den nødvendige indsigt for at kunne skabe målrettede personlige kampagner gennem alle virksomhedens kommunikationskanaler.



Marketing-automatisering i Microsoft Dynamics AX gør det nemt at udarbejde en effektiv kampagneplanlægning, -udførelse og -analyse ved at gøre alle relevante marketingoplysninger let tilgængelige. Kampagner kan baseres på back office- og front office-oplysninger og er lette at organisere, udføre, spore og analysere.

Marketing-automatisering giver alle i virksomheden mulighed for at arbejde med marketingkampagner i det samme brugervenlige program - fra økonomi, produktion og logistik til salg og marketing. Marketing-automatisering er en del af vores salg- og marketingløsning, der omfatter Sales Force Automation, Salgsstyring og Telemarketing.

Gør marketingaktiviteter mere effektive

Nøglen til succesfuld direkte marketing er at forsyne kontakterne med de oplysninger, som de har brug for - lige meget hvordan og hvornår de behøver dem. Marketing-automatisering hjælper dig med nemt at registrere kunder og kundeemner, som kan bidrage positivt til marketingkampagnen. Det er nemt at planlægge og iværksætte tilpassede kampagner ved hjælp af et kampagnevindue, der samler alle de oplysninger og funktioner, der nødvendige for at kunne kommunikere via direkte salg, callcentre, e-mail, fax og internettet.

Den vigtigste fase i en kampagneplanlægning er typisk at definere og vælge målgruppen. Med Marketing-automatisering er det muligt at segmentere målgruppen i meningsfulde profiler for at gøre tilpassede kampagner rettet mod specifikke kunders behov lettere. Udvælgelseskriterier er baseret på oplysninger, der er gemt i Microsoft Dynamics AX-databasen, og resultater kan ændres og filtreres for at opfylde specifikke krav. Disse valg kan gemmes og genbruges til fremtidige kampagner.

Kampagnerne bliver organiseret i en hierarkisk struktur, som illustrerer relationerne mellem de forskellige marketingaktiviteter. For at holde processen så enkel som muligt, har den enkelte medarbejder overordnet ansvar for hver kampagne, men flere medarbejdere kan tilknyttes opgaver i adskillige kampagner.

Det er nemt at samle og bruge kundefeedback

Virksomheden kan lære af kunderne ved at bruge spørgeskemaer i forbindelse med kampagnerne. Med webbaseret funktionalitet er det nemt at kommunikere med kunderne over internettet, og med webintegration kan kunderne hurtigt og nemt udfylde spørgeskemaer. Marketing-automatisering kan også gemme internetsvar direkte i Microsoft Dynamics AX-databasen og distribuere dem til brugere overalt i organisationen. Når svarene begynder at ankomme, kan brugerne i virksomheden opnå fuld adgang til alle detaljer fra alle målgrupper, som giver brugerne mulighed for at gennemgå svar. Brugervenlig svarregistrering er designet til at muliggøre effektiv opfølgning. Svar fra kunder kan også bruges til at opnå markedsindsigt og få et forspring i forbindelse med planlægning af fremtidig efterspørgsel.

Integration mellem salg, marketing og kundeservice er nøglen til opfyldelse af kundens forventninger. Ved at omlægge ressourcer fra en afdeling til et fælles leksikon kan disse afdelinger vælge mellem flere oplysninger og bliver dermed bedre rustet til at hjælpe hinanden.

Mål kampagnernes rentabilitet

Afkastet på investeringen (ROI) kan overvåges ved at knytte en kampagne til et projekt og få vist indtægter, udgifter og det arbejde, der er blevet lagt i marketingaktiviteterne. Indtægter og udgifter i forbindelse med de respektive kampagner kan overføres til kampagneskemaet, så udgifterne til kampagnen hurtigt kan sammenlignes med de indtægter, den har genereret.

FUNKTIONER:

Kampagneoverblik

Lav kampagner baseret på en hvilken som helst registreret oplysning, der er relateret til virksomhedens kunder eller kundeemner
Kampagneadministration og -distribution
Kampagnevindue med alle relevante oplysninger lige ved hånden
Forbindelse mellem kampagner, spørgeskemaer, projekter og websvar
Kommunikation med store grupper af eksisterende og potentielle kunder og forhandlere ved at lancere kampagnen via e-mail, web, fax, brev, telefonlister

Marketingleksikon

Fælles opbevaringssted til alle dine salgs- og marketingmaterialer
Udveksling af salgs- og marketingviden
Gennemse salgsmateriale såsom oplysninger om produktlinje, produkter og prislister.
Få adgang til oplysninger i leksikonet, der understøtter weblinks, audio/videoklip, præsentationer og grafisk software

Yderligere oplysninger om Microsoft Dynamics AX finder du ved at besøge:
www.microsoft.dk/dynamics/ax

Dette dokument er udelukkende til informationsbrug.
MICROSOFT GIVER INGEN GARANTI, DET VÆRE SIG UDTRYKKELEG, STILTIENDE ELLER LOVMÆSSIG, FOR INDHOLDET I DETTE DOKUMENT.

© 2006 Microsoft Corporation. Alle rettigheder forbeholdes. Microsoft, Microsoft Dynamics og Microsoft Dynamics-logoet er enten registrerede varemærker eller varemærker, som tilhører Microsoft Corporation i USA og/eller andre lande. Microsoft Business Solutions ApS er et datterselskab af Microsoft Corporation.

Microsoft