



## VODAFONE DEUTSCHLAND VERDREIFACHT LEAD-CONVERSION MIT EVALANCHE

Im Bereich Immobilienwirtschaft möchte Vodafone Deutschland gezielt attraktive Inhalte ausspielen, um bestehende und zukünftige Kunden von seinen leistungsstarken Produkten zu überzeugen. Dabei setzt das Unternehmen auf Content Marketing in Verbindung mit der Marketing Automation Lösung Evalanche. Dass dieser Weg der richtige ist, beweist die seit der Einführung um ein Dreifaches gestiegene Abschlussquote.

### DIE AUSGANGSSITUATION

Vodafone Deutschland mit Sitz in Düsseldorf versorgt als Kabel-Anbieter mehr als 8 Millionen Haushalte und baut sein Glasfaser- und Kabelnetz von aktuell 400.000 Kilometern stetig aus. Kunden sind dabei einerseits private Endkunden aber auch Kunden in der Immobilienwirtschaft. Dazu gehören Wohnungsunternehmen, Hausverwaltungen und -eigentümer aber auch Hotels, Bauträger und Kommunen. Aus dem klassischen Kabelnetz hervorgegangen, besteht die größte Herausforderung des Bereichs Immobilienwirtschaft bei Vodafone darin, die Auffindbarkeit und Sichtbarkeit seiner B2B-Angebote zu steigern.

Wenngleich als Endkundenmarke stark positioniert, so war die Markenwirkung für das Geschäftskundensegment nicht sofort übertragbar. Anders als der Privatkundenbereich, muss sich Vodafone bei seiner Zielgruppe in der Immobilienwirtschaft mit langen und komplexen Entscheidungsprozessen auseinandersetzen. Deshalb war es dem Unternehmen wichtig, potenzielle Kunden rechtlich konform kontaktieren und somit entlang ihrer Customer Journey begleiten zu können – ohne neugewonnene Leads „unterwegs“ zu verlieren. Dazu galt es, in erster Linie die zahlreichen Websitebesucher besser zu verstehen, an die Marke Vodafone zu binden und letztlich – mithilfe geeigneter Kampagnen (Lead Nurturing) und systematischer Profilbildung (Lead Scoring) – zu Kunden zu entwickeln. Um dies zu realisieren, brauchte es eine leistungsstarke Marketing Automation Lösung.

### PROJEKTFAKTEN

**Branche:**

Telekommunikation

**Unternehmen:**

Vodafone Kabel Deutschland GmbH, Unterföhring, Deutschland

**Unternehmensgröße:**

&gt;10.000 Mitarbeiter in Deutschland

**Projektschwerpunkte:**

Lead Management, Content Marketing, Newsletter Marketing

**Beteiligte Systeme:**

Evalanche

**Ziele:**

Kunden binden und gewinnen, Marketingprozesse automatisieren, Lead-Potenziale heben

**Herausforderung:**

Online-Traffic verstehen und in Chancen wandeln

**Ergebnisse:**

Steigerung von Lead-Volumen und Abschlusswahrscheinlichkeit



## DIE ANFORDERUNGEN

Bereits 2015 fiel die Wahl auf die Marketing Automation Lösung Evalanche von SC-Networks, Softwarehersteller mit Sitz in Starnberg. „Damals wie heute brauchen wir einen Spezialisten, der sich im B2B-Umfeld sehr gut auskennt“, weiß Christian Ackermann, Leiter Online Sales bei Vodafone Kabel Deutschland. „Auch wollten wir in Zeiten, in denen das Thema Datenschutz wichtiger nicht sein könnte, einen Partner an unserer Seite haben, der in Deutschland agiert und unsere Daten in Deutschland verwaltet.“ Neben den TÜV-Zertifikaten gemäß ISO 25051 und ISO/IEC 27001:2013, die SC-Networks und Evalanche die Einhaltung aller geltenden Datenschutzvorschriften und höchster IT-Sicherheitsstandards bescheinigen, hat sich das Unternehmen 2017 von Vodafone selbst auditieren lassen. Die Datenschutzkonformität der Marketing Automation Lösung war das ausschlaggebende Kriterium. „Die fachliche und räumliche Nähe zu München war ein zusätzlicher Pluspunkt“, erinnert sich Christian Ackermann. „Damit ist jederzeit die Möglichkeit für ein persönliches Treffen gegeben.“

**Sehr geehrte Damen und Herren,**  
wer seinen Mietern ein Multimedia-Versorgung für Fernsehen, Telefon oder Internet zur Verfügung stellen will, steht meist vor der Frage: **Kabel oder Satellit?**

Lesen Sie im ersten Teil der Serie über die Qualität:

- Konstante Qualität: Was kann den TV-Empfang stören?
- Standardbedarf der Bewohner
- Wie wichtig ist Service für Vermieter und Eigentümer?

Finden Sie hier das **kostenlos** Whitepaper Kabelanschluss oder Satellitenanlage?

**Zum Leitfaden**

Impressum  
Bitte beachten Sie, dass Sie auf diese E-Mail nicht direkt antworten können. Damit Bilder und Grafiken angezeigt werden, folgen Sie unserer E-Mail-Adresse einfach über Links der sicheren Browser- oder Ihrem Adressbuch Ihres.  
Wenn Sie diesen Newsletter nicht mehr erhalten möchten, können Sie sich [hier](#) abmelden.

Mit Evalanche kontaktiert Vodafone Interessenten rechtskonform. Quelle: Vodafone.

## DIE UMSETZUNG

Zu Beginn der Zusammenarbeit mit SC-Networks standen Trainings-Workshops mit Vodafone und der damaligen Agentur. Infolgedessen wurden über den Immobilienbereich der Vodafone-Website zwar Leads generiert, diese allerdings nicht in eine saubere Datenstruktur überführt. Auch die von der Agentur konzipierte Nurturing-Kampagne ermöglichte nicht die Art der Lead-Qualifizierung, die sich Vodafone gewünscht hatte. An diesem Punkt entschied sich der Kabel-Anbieter für eine Kurs-Korrektur, damit der bisherige Aufwand nicht umsonst war. Schließlich waren seit Projektbeginn 2015 einige Monate Arbeit in die technische Basis – die Implementierung von Evalanche, die Konfiguration von Schnittstellen und die Konzeption der Kampagnen – geflossen, bis man 2016 überhaupt in einen Working-Modus gelangte. Glücklicherweise stieg die von SC-Networks empfohlene E-Mail-Marketing-Agentur rabbit emarketing direkt in den Workflow ein und übernahm fortan die Konzeption und Umsetzung aller Marketing Automation gestützten Maßnahmen.

Nach anfänglichen Startschwierigkeiten hat Vodafone in der aktuellen Konstellation mit SC-Networks und rabbit emarketing den Schritt zur automatisierten Kundenkommunikation erfolgreich absolviert. Das B2B-Unternehmen versendet mit Evalanche nicht nur monatlich seine drei themenspezifischen Newsletter an insgesamt fast 10.000 Empfängern – Tendenz steigend, sondern setzt die Software auch zur Leadgenerierung und -qualifizierung ein. Mithilfe von Content Marketing bietet Vodafone relevante Informationen für die Immobilienwirtschaft, die sich Interessenten wie etwa Hausverwalter, Geschäftsführer von Wohnungsbaugesellschaften oder Baugesellschaften gegen Angabe ihrer Kontaktdaten auf der Website von Vodafone herunterladen können. Über das integrierte Datenformular und einen rechtssicheren Double-Opt-in-Prozess, den die Software automatisch auslöst, gelangen die Informationen in eine Evalanche-Profildatenbank. Dort stehen sie für unterschiedliche Nurture-Kampagnen zur Verfügung.

**Hausbau: 10 wichtige Fragen**

Wie Sie ein Mietobjekt besser bewirbt, können Sie eine Frage vorab beachten. Nachfolgend sind die Hausbaufragen, die am häufigsten gestellt werden. Klicken Sie einfach einen Regionen um sich nicht. Bestenfalls in Ihrer.

**Letzte Artikel**

**Ratgeber Hausbau**  
10 Fragen zum Hausbau, die Sie nicht stellen sollten

- Woher Sie sich inspirieren lassen
- Wie viel Sie sich leisten können
- Wie viel Sie sich leisten können
- Wie viel Sie sich leisten können
- Wie viel Sie sich leisten können
- Wie viel Sie sich leisten können
- Wie viel Sie sich leisten können
- Wie viel Sie sich leisten können
- Wie viel Sie sich leisten können
- Wie viel Sie sich leisten können

Alle Fragen sind natürlich als Kommentar gibt es in unserem Ratgeber zum Thema Hausbau.

**Tipps zum Hausbau: 10 wichtige Fragen**

**Hier Ihren kostenlosen Leitfaden anfordern**

Bitte geben Sie Ihre E-Mail-Adresse an \*

**Einwilligungserklärung**

Ja, ich möchte den kostenlosen Leitfaden erhalten. Außerdem möchte ich weiterhin per E-Mail über Neuigkeiten aus der Branche, Produktneuerungen oder neue Ratgeber von Vodafone Kabel Deutschland informiert werden.

Bitte füllen Sie aus, das Vodafone Kabel Deutschland Content Marketing Agentur haben auf der Website. Ihre Angaben werden ausschließlich für den Zweck der Bereitstellung des Leitfadens verwendet und nicht für andere Zwecke. Sie können Ihre Einwilligung jederzeit über die [Datenschutzseite](#) widerrufen.

**Wir respektieren Ihre Privatsphäre**

Dies ist ein elektronischer Leitfaden. Bitte geben Sie eine persönliche Einwilligung vor. Vodafone Kabel Deutschland ist ein Unternehmen, das Ihre Daten für den Zweck der Bereitstellung des Leitfadens verwendet.

**\*Hinweise**

**NIEMAND** darf den Leitfaden erhalten.

**Nur Ratgeber erhalten**

Bitte beachten Sie, dass Sie auf diese E-Mail nicht direkt antworten können. Damit Bilder und Grafiken angezeigt werden, folgen Sie unserer E-Mail-Adresse einfach über Links der sicheren Browser- oder Ihrem Adressbuch Ihres.  
Wenn Sie diesen Newsletter nicht mehr erhalten möchten, können Sie sich [hier](#) abmelden.

Landingpage zum Leitfaden „Hausbau: 10 wichtige Fragen“. Quelle: Vodafone.



## DIE VORTEILE

Im Zuge einer mehrstufigen Nurturing-Kampagne zum Thema „Bau eines Mehrfamilienhauses“ kann ein Interessent auf der Website nutzwertige Inhalte konsumieren, zum Beispiel einen relevanten Leitfaden mit Tipps zum Hausbau herunterladen. Anschließend bekommt er via E-Mail weitere passgenaue Informationen, basierend auf seinen bisherigen Aktionen, wie etwa dem Download eines Contents, Lesen eines Artikels oder Klicken eines weiterführenden Links. Durch diese automatisierte Aussteuerung von für den Empfänger relevanten Inhalten kann Vodafone den Kontakt zu einem Interessenten während dessen gesamtem Entscheidungsprozess aufrechterhalten. „Dank Evalanche haben wir die Möglichkeit, eine lange Kundenreise zu begleiten“, freut sich Christian Ackermann. Seit dem Beginn dieser Nurturing-Kampagne konnte Vodafone seine Lead-Conversion – den Anteil der aus den frisch gewonnenen Leads resultierenden Abschlüsse – nahezu verdreifachen: Waren es zuvor lediglich 14 Prozent, so profitiert der Immobilienwirtschaftspartner dank Marketing Automation heute von einer 38-prozentigen Abschlussquote.

Im nächsten Schritt soll es darum gehen, die Übergabe der generierten und qualifizierten Leads in verschiedene Kanäle, etwa an den persönlichen Vertriebspartner oder den Kundenservice, zu optimieren. Momentan entwickelt Vodafone gemeinsam mit seiner Agentur ein Lead Scoring-Konzept, mit dem sich der richtige Zeitpunkt ermitteln lässt, an dem ein persönlicher Vertriebspartner die weitere Bearbeitung eines Leads übernehmen sollte. Unter Einsatz von Evalanche will Vodafone die Aktivitäten in verschiedenen Kanälen stärker automatisiert triggern. Bisher profitiert lediglich das Online Marketing von den Möglichkeiten der Software. „Mit Evalanche haben wir ein Werkzeug an der Hand, mit dem wir unsere Kommunikation mit Kunden und Interessenten zukunftsfähig gestalten können“, erklärt Christian Ackermann. Weiterhin plant das Unternehmen, Events oder Messen der Immobilienwirtschaft als Touchpoint für die Leadgenerierung zu nutzen und eine automatisierte Übergabe sowie Weiterqualifizierung der Kontakte in Evalanche zu realisieren.

