

made2GROW

Affenarbeit adé.
Prozess- und
Onlineshop-Optimierung
mit HubSpot.





NEWSTICKER

+++ "Saugrob, Otter!": Wassermarder entwendet Haushaltsgerät ohne Feingefühl +++

Donnerstag, 30. Mai 2019

Mehrheit der Affen bezweifelt, dass der Mensch von ihnen abstammt

f 154K



San Francisco (dpo) - Die Mehrheit aller Affen glaubt nach wie vor nicht, dass der Mensch von ihnen abstammt. Das ergab eine repräsentative Umfrage unter 400 in Gefangenschaft lebenden Affen. Knapp 70% sind der Meinung, dass diese Idee auf keiner wissenschaftlichen Grundlage beruht. Eine mögliche genetische Nähe

AUS DEM ARCHIV



Entspannt drängeln: BMW
automatische Lichthupe
Näherungssensor vor

REKLAME

Cyberangriffe auf die
Industriebetriebe nehmen

YOU HAVE BEEN
HACKED!

V SMA

No Monkey-Shaming.



Shame on you.



Shame.

Welche nervige Aufgabe musst
du immer wieder erledigen?



Inhalt

Prozess-Optimierung im eCommerce

Prozess-Optimierung bei Kontakten

Best Case Wilde Beuger Solmecke

Offene Runde



made2GROW



By the way...



Prozess-Optimierung im eCommerce



Online Shops und B2B?

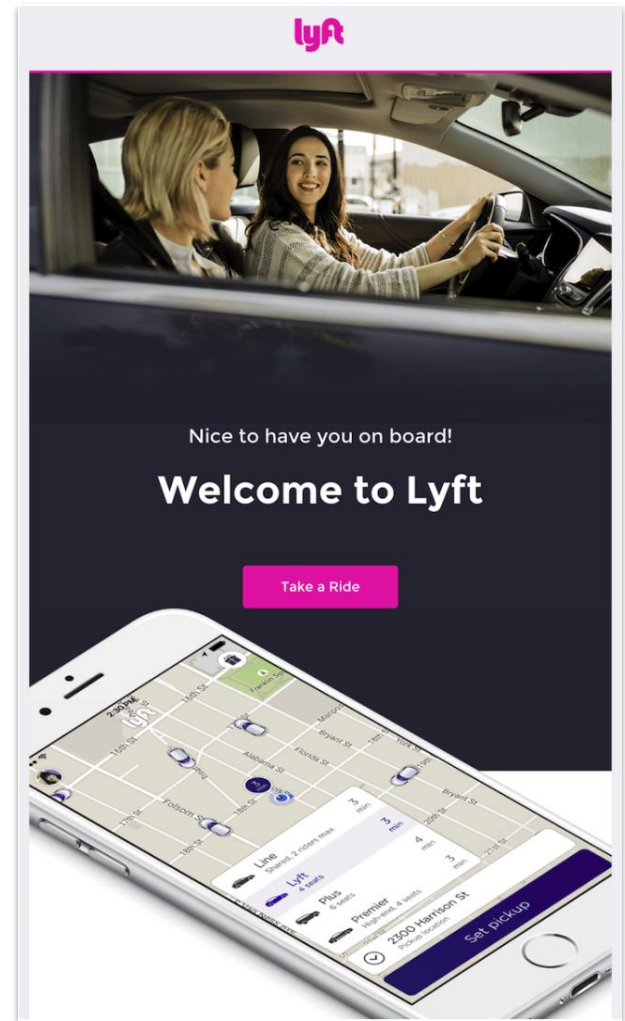
The HubSpot logo features the word "HubSpot" in a grey, sans-serif font. The letter "o" is replaced by an orange icon consisting of a central circle with three lines extending outwards to smaller circles, resembling a network or a stylized robot head.The Shopify logo consists of a green shopping bag icon with a white letter "S" on it, followed by the word "shopify" in a white, lowercase, sans-serif font.The Shopware logo features a blue, stylized "S" icon above the word "shopware" in a blue, lowercase, sans-serif font.

Beim Onboarding



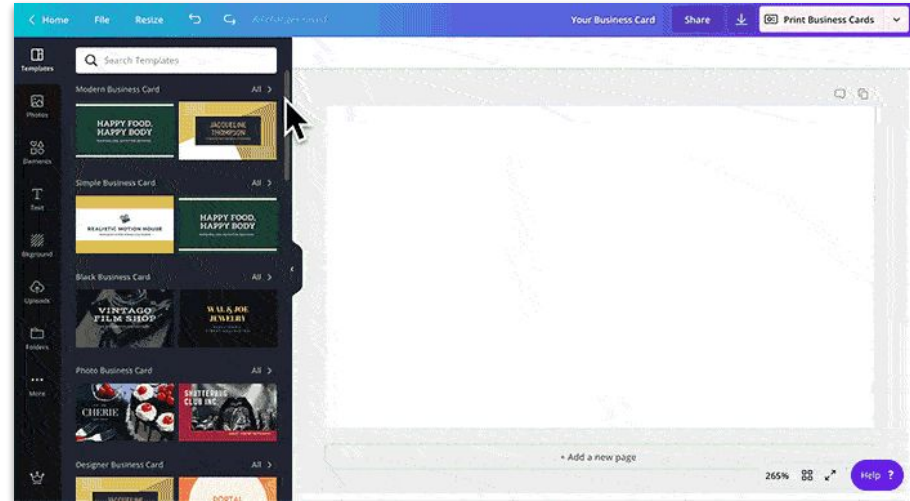
1) Welcome-E-Mail

- Erster Eindruck
- Corporate Identity sprechen lassen
- Selbst immer wieder ausprobieren



2) Tour

- Wie wird am schnellsten mit einem Produkt erfolgreich?
- Welche Emotionen will ich erzeugen?
- Kann ich aus Usern schon Fans gewinnen?



3) Im Checkout-Prozess

- Bevorzugte Bezahlung und Versand
- Für Up- und Cross-Selling
- Buyer Personas wie Power Shopper
- Rabatte für Warenkorb-Abbrecher

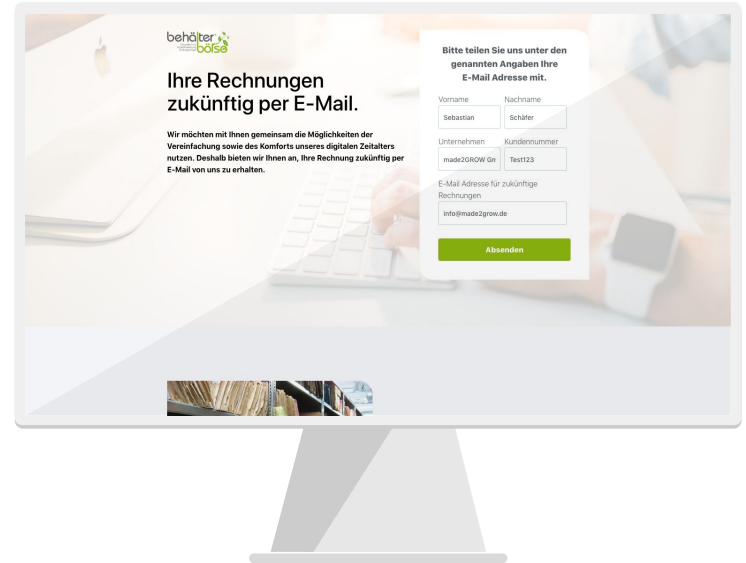


4) Bei Support-Anfragen

- Service Bot und Wissensdatenbank
- Wiederkehrende Fragen automatisiert beantworten
- Konstante Auswertung und Erweiterung der Wissensdatenbank



5) E-Rechnung und HubSpot



Prozess-Optimierung bei Kontakten



1) Versand Geburtstagsmail

The screenshot shows the 'Versand Geburtstagsmail' automation workflow in the made2GROW system. The interface includes a top navigation bar with various menu items like 'Kontakte', 'Conversations', 'Marketing', 'Sales', 'Service', 'Automatisierung', 'Berichte', and 'Marketplace'. Below the navigation, there are tabs for 'Warnungen', 'Ziel festlegen', 'Optionen', 'Einstellungen', 'Performance', and 'Verlauf'. The main content area displays a vertical flowchart with four steps:

- Step 1:** 'Wie möchten Sie diese Automatisierung auslösen?' with a red button labeled 'Aufnahme-Trigger festlegen'.
- Step 2:** 'Dieser Workflow ist auf die Eigenschaft zentriert Geburtsdatum für Mail'.
- Step 3:** 'Nächste Aktion durchführen am Geburtsdatum für Mail um 12:00' with a sub-note '17 Kontakte'.
- Step 4:** 'E-Mail Geburtstagsmail senden' with a sub-note '0% Klickrate'.

At the bottom of the workflow, there is a checkered flag icon indicating the end of the process. On the left side of the interface, there are controls for zooming in (+) and out (-), and a '100%' indicator.

1) Versand Geburtstagsmail

made2GROW

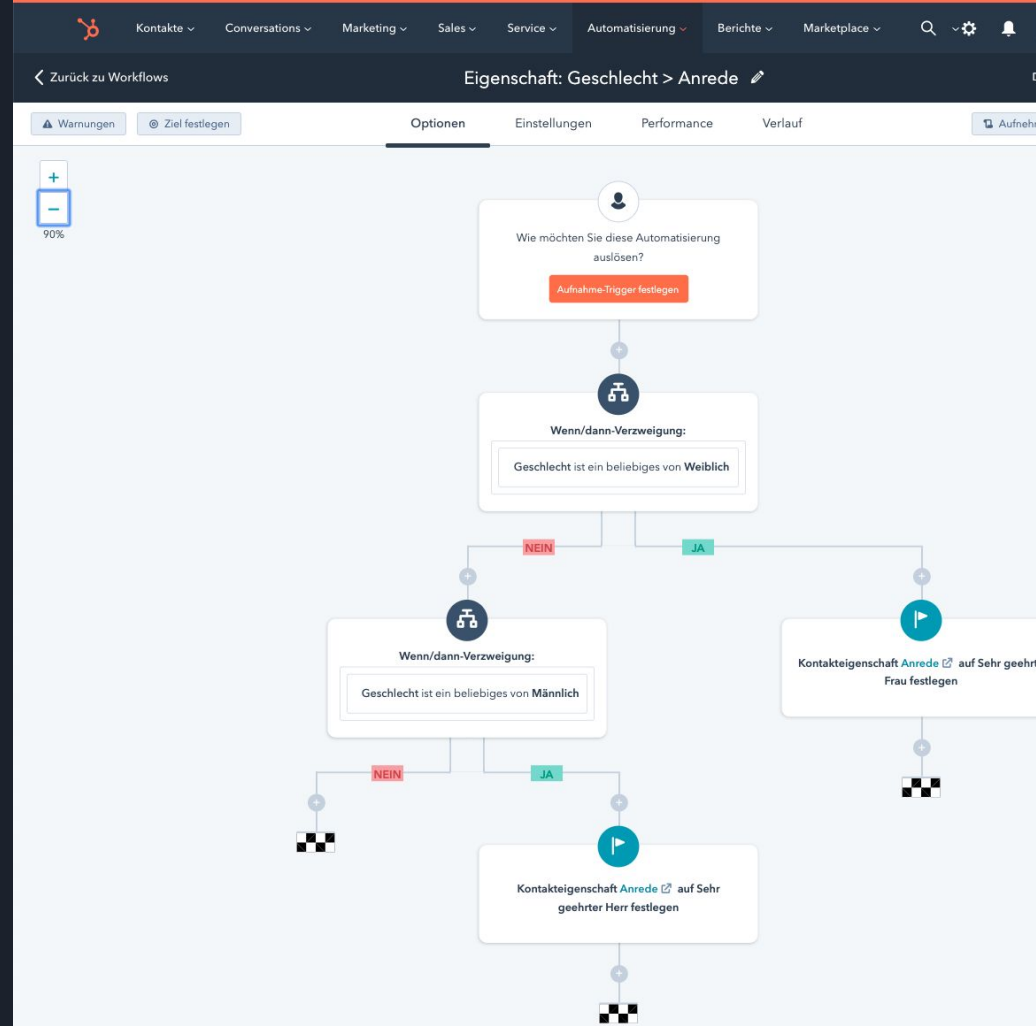


Happy Birthday, Sebastian!

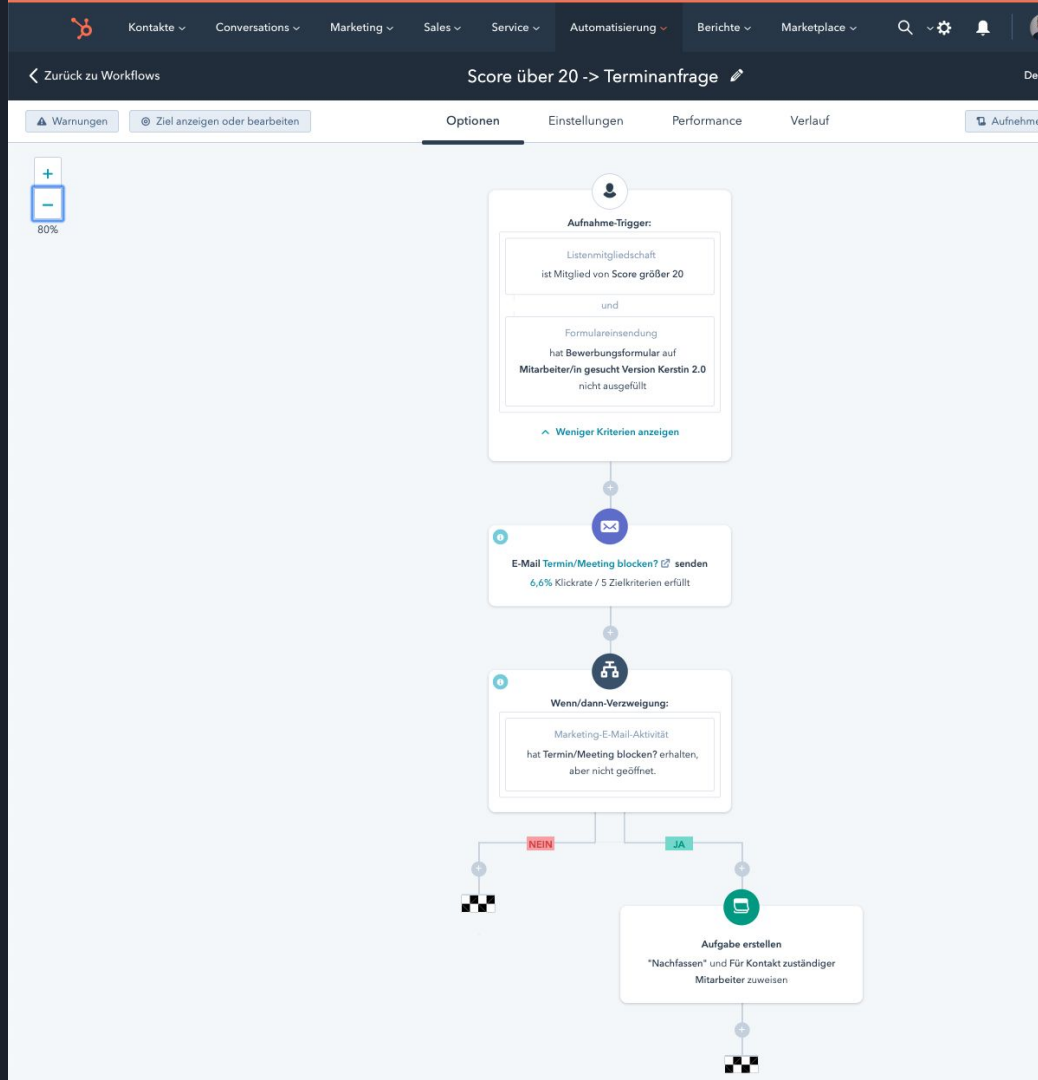
Wir wünschen dir einen wundervollen Tag sowie ein
gesundes und Lead-reiches neues Lebensjahr!

Dein made2GROW-Team

2) Kontakt-Eigenschaften aktualisieren



3) Lead Scoring und Terminbuchung



3) Lead Scoring und Terminbuchung



Ein Gespräch kann der Anfang von etwas Wunderbarem werden.

Hallo CONTACT.FIRSTNAME,

digitale Marketing und Sales-Prozesse sind komplexe, die Erfahrung und individuelle Lösungen benötigen.

made2GROW ist nicht daran interessiert, irgendwelche Produkte zu verkaufen, sondern maßgeschneiderte Tools zu finden, damit du und dein Team höchsteffizient und erfolgreich arbeiten könnt.

Willst du mit uns reden, damit du, dein Team und deine Kunden Teil von etwas Wunderbarem werdet?

Jetzt Meeting blocken

4) Lead Scoring und offene Deals


The screenshot shows a CRM interface with a top navigation bar containing 'Kontakte', 'Conversations', 'Marketing', 'Sales', 'Service', 'Automatisierung', and 'Berichte'. Below the navigation, there is a breadcrumb '< Zurück zu den Listen' and a main heading 'Offene Deals und Score' with a sub-heading 'Schätzung: 103 Kontakte'. A search bar labeled 'Suchen' is on the right. The main content area is divided into a left sidebar and a right table. The sidebar shows a filter 'Aktive Liste' and a list of conditions: 'Mindestens ein zugeordneter Deal hat Deal-Phase ist keines von Closed Won (Sales Pipeline) oder Closed Lost (Sales Pipeline)', 'und', 'HubSpot-Score ist größer als 10', and 'ODER'. The table on the right has columns 'NAME' and 'E-MAIL' and contains a list of lead entries, each with a checkbox and a profile picture.

Kontakte ▾ Conversations ▾ Marketing ▾ Sales ▾ Service ▾ Automatisierung ▾ Berichte

< Zurück zu den Listen

Offene Deals und Score


Schätzung: 103 Kontakte

Aktive Liste ▾ 

[Klonen](#) [Löschen](#)

Mindestens ein zugeordneter Deal hat

Deal-Phase ist keines von **Closed Won (Sales Pipeline)** oder **Closed Lost (Sales Pipeline)**.



















UND 

und

HubSpot-Score ist größer als **10**

UND

ODER

<input type="checkbox"/>	NAME 	E-MAIL 
<input type="checkbox"/>	 [Redacted Name]	[Redacted Email]
<input type="checkbox"/>	 [Redacted Name]	[Redacted Email]
<input type="checkbox"/>	 [Redacted Name]	[Redacted Email]
<input type="checkbox"/>	 [Redacted Name]	[Redacted Email]
<input type="checkbox"/>	 [Redacted Name]	[Redacted Email]
<input type="checkbox"/>	 [Redacted Name]	[Redacted Email]
<input type="checkbox"/>	 [Redacted Name]	[Redacted Email]
<input type="checkbox"/>	 [Redacted Name]	[Redacted Email]
<input type="checkbox"/>	 [Redacted Name]	[Redacted Email]
<input type="checkbox"/>	 [Redacted Name]	[Redacted Email]
<input type="checkbox"/>	 [Redacted Name]	[Redacted Email]
<input type="checkbox"/>	 [Redacted Name]	[Redacted Email]
<input type="checkbox"/>	 [Redacted Name]	[Redacted Email]
<input type="checkbox"/>	 [Redacted Name]	[Redacted Email]
<input type="checkbox"/>	 [Redacted Name]	[Redacted Email]
<input type="checkbox"/>	 [Redacted Name]	[Redacted Email]

5) Bei schlechten SQLs zurück ins Marketing

Einstellungen

Account-Einstellungen

Benutzer & Teams

Conversations ▼

Domains & URLs

Eigenschaften

Importieren & Exportieren

Integrationen ▼

Kontakte & Unternehmen

Marketing ▼Partner ▼Sales ▼

Anruf- & Meeting-Typen

Aufgaben

Calling

DealsE-Mails im CRM
protokollieren

Meetings

Produktbibliothek

Tracking-Code

Website ▼[← Zurück zu den Deal-Einstellungen](#)

Sales Pipeline

Konfigurieren

Automatisierung 

NAME DER PHASE	ERFOLGSGHANCE	PHASEN-EIGENSCHAFTEN
Appointment Scheduled	20%	
Not Qualified To Buy	0%	
Qualified To Buy	40%	
Presentation Scheduled	60%	
Decision Maker Bought-In	80%	
Contract Sent	90%	
Closed Won	Gewonnen	
Closed Lost	Verloren	

[+ Deal-Phase hinzufügen](#)

made2GROW

Best Case Wilde Beuger Solmecke



Wer bist du?

Was macht Wilde Beuger Solmecke?

Warum nutzt ihr HubSpot?

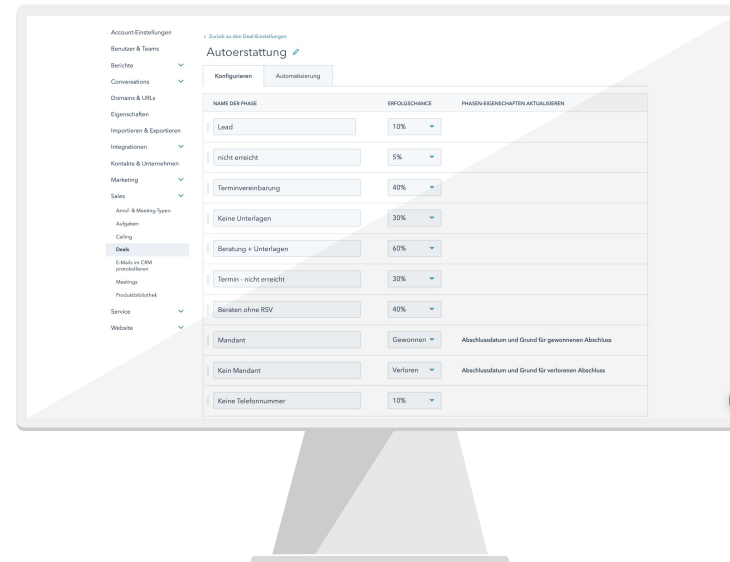
Ausgangssituation Autokredit Widerruf

- Inhouse keine Prozesse
- Verschiedene Excel-Tabellen
- Mit Call Centern gearbeitet
- Excel-Tabellen werden mit Call Centern ausgetauscht
- Vergütung von Lead-Partnern
- 5-10 Leads pro Tag
- Kosten von 40 € pro Termin und Dokumente

Das kann man doch sicher besser machen... ;)

Aufbau Deal Stages

1. Lead
2. Nicht erreicht
3. Terminvereinbarung
4. Keine Unterlagen
5. Beratung + Unterlagen
6. Termin – Nicht erreicht
7. Beraten ohne RSV
8. Mandant
9. Kein Mandant
10. Keine Telefonnummer



Dokumente Upload über Landing Page

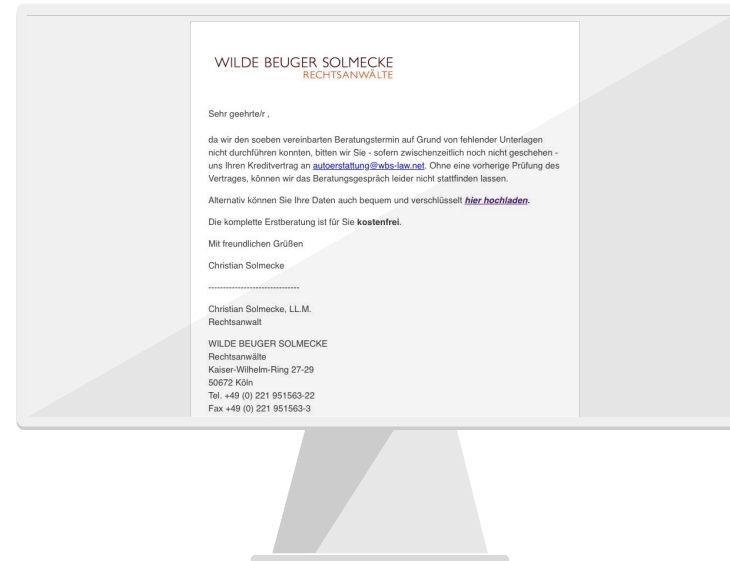
- Leads haben bereits Interesse an einer Beratung bekundet
- Landing Page in HubSpot erstellt
- Interessenten müssen alle Felder ausfüllen
- Reminder bei fehlenden Informationen
- Formular Conversion Rate 7-10%
- Davon ca. 33% mit eigener Terminbuchung

The image shows a computer monitor displaying a landing page for 'WILDE BEUGER SOLMECKE RECHTSANWÄLTE'. The page has a dark red background. The main heading is 'Nur 2 Schritte bis zu Ihrem Autokredit-Widerruf'. Below this, it says 'Das benötigen wir von Ihnen:' followed by a list of requirements: 'Ihren vollständigen Darlehens- oder Finanzierungsvertrag' and 'Die Kundennummer Ihrer Rechtschutzversicherung'. A small disclaimer at the bottom left states: 'Selbstverständlich gehen wir mit Ihren Daten datenschutzkonform um und verwenden aktuelle Sicherheitsmethoden zur Speicherung Ihrer Daten.' On the right side, there is a white form titled 'Laden Sie jetzt Ihre Unterlagen hoch.' with fields for 'Vorname *', 'Nachname *', 'E-Mail *', and 'Telefonnummer'. Below these are two buttons: 'Dateien auswählen' (disabled) and 'Keine ausgewählt'. There is also a field for 'Kundennummer - Rechtschutzversicherung *'. At the bottom right, a small text block explains that WBS LAW needs contact information for service and that users can unsubscribe at any time, with a link to 'Datenschutzbestimmungen'.

Reminder E-Mails bei fehlenden Dokumenten

Mehrstufige E-Mail-Reminder:

- Erinnerung zum Dokumenten-Upload
- X-Stunden nicht erreicht mit Ziel,
einen Beratungstermin zu buchen

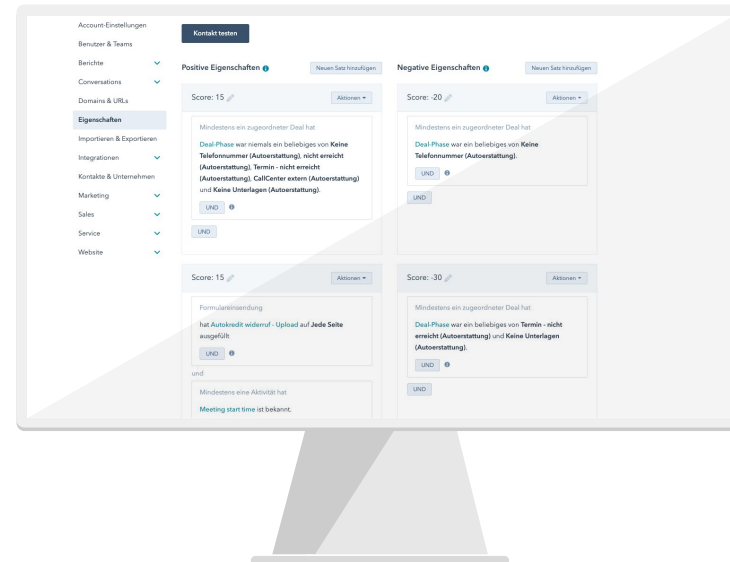


Lead Scoring

- Leads mit 60+ Punkten werden sehr wahrscheinlich ein neuer Mandant.
- Leads in Spalte X mit Score von < 20 müssen nicht mehr angerufen werden

Probleme:

- Keine Berücksichtigung der Zeit.



Status quo Autokredit Widerruf

- Keine Call Center mehr
- Verdoppelung der Leads pro Tag auf bis zu 35
- Steigerung der Mandatierungsquote
- Kosten um 75% reduziert: 10 € pro Termin und Dokumente-Upload

made2GROW



Fragen?



Vielen Dank!



Sebastian Schäfer
CEO & Owner made2GROW GmbH

Telefon: +49 (0) 221 98 65 128 0

Mobil: +49 (0) 1590 1231172

E-Mail: sebastian.schaefer@made2grow.de

Web: made2grow.de

