



CRM MEETS MARKETING AUTOMATION – INFINIGATE AUTOMATISIERT INTERNATIONALES LEAD MANAGEMENT

Der große Traum der Infinigate Gruppe: Das Kundeninteresse – ob Klicks auf Newsletter-Beiträge oder Anmeldungen für Downloads und Webcasts – mithilfe einer Marketing Automation-Lösung erfassen und vollautomatisiert an das CRM-System übergeben. Mithilfe des Konnektors von SKIT, Integrations-spezialist und Evalanche-Partner, ist es dem IT-Distributor gelungen, Microsoft Dynamics CRM mit Evalanche nahtlos in der gesamten Unternehmensgruppe zu verknüpfen. Dadurch profitiert Infinigate nicht nur von einem einheitlichen System und durchgängigen Prozessen für ein automatisiertes Lead Management, sondern kann dieses dank Lead Nurturing und dediziertem Activity Scoring auf ein neues Level heben.

1996 als erster europäischer Distributor für Internet-Technologien gegründet, ist die Infinigate Gruppe heute einer der führenden Value Added Distributoren (VAD) für Cyber-Security, Cloud & MSP in Europa. Mit rund 500 Mitarbeitern ist sie in elf Ländern Europas mit eigenen Niederlassungen vertreten. Der deutsche Hauptsitz befindet sich in Haar bei München. Die Infinigate Gruppe deckt nahezu 85 Prozent des westeuropäischen Cyber-Security-Marktpotenzials ab. Ihre Spezialität sind innovative und erklärungsintensive Unternehmenslösungen zum nachhaltigen Schutz von Daten, IT-Netzwerken, Servern, Endgeräten, Applikationen und der Cloud. Darüber hinaus stellt Infinigate Herstellern und Partnern, zu denen Reseller, IT-Integratoren und Systemhäuser zählen, eine Reihe von zusätzlichen Dienstleistungen in den Bereichen Technik, Marketing und Vertrieb zur Verfügung.

PROJEKTFAKTEN

Branche:

IT-Sicherheit

Unternehmen:

Infinigate Gruppe

Unternehmensgröße:

ca. 500 Mitarbeiter

Projektschwerpunkte:

automatisiertes Lead Management, Verknüpfung von CRM-System und Marketing Automation-Lösung

Beteiligte Systeme:

Evalanche, Microsoft Dynamics CRM, SKIT-Konnektor, Gruppenwebsite über Shopware (zuvor: TYPO3)

Highlights:

Mehrmandantenfähigkeit, Activity Scoring

Ziele:

automatisiertes Lead Management, Leadqualifizierung durch Activity Scoring, gruppenweit einheitliche Prozesse durch harmonisierte Systeme

Herausforderung:

Mandantenfähiges System für alle Niederlassungen (gleiche Plattform, aber autarkes Arbeiten), vererbte Templates

Ergebnisse:

Rundumblick auf Interessenten und Kunden, einheitliche Systemlandschaft, reibungslose Prozesse und nachhaltige Prozessoptimierung, Reduktion manueller Aufwände



DIE AUSGANGSSITUATION

Die elf Landesgesellschaften agierten bisweilen überwiegend autark, was sich unter anderem im Einsatz zahlreicher verschiedener Tools für Marketing und Vertrieb ausdrückte. Hinzu kam, dass die einzelnen Niederlassungen unterschiedlich erfahren im Umgang mit Marketingsoftware waren. Während einige Landesgesellschaften ausschließlich Newsletter versendeten, haben andere bereits komplexe Kampagnen umgesetzt, wie etwa Infigate UK mit HubSpot. Ziel von Infigate war es, einerseits mit dem länderübergreifendem bzw. gruppenweiten Einsatz von Microsoft Dynamics CRM eine Homogenisierung hinsichtlich des CRM-Systems zu realisieren. Andererseits war der IT-Distributor auf der Suche nach einer Marketing Automation-Lösung, die Hand in Hand mit dem CRM-System geht, zielgerichtetes personalisiertes E-Mail-Marketing vereinfacht, Lead Management automatisiert und sich perspektivisch auf die gesamte Infigate Gruppe ausweiten lässt.

DIE ANFORDERUNGEN



Dr. Cornelia Plume, Leiterin Corporate Marketing der Infigate Deutschland GmbH (Quelle: Infigate)

„Wir haben sehr viel Zeit in die Evaluierung investiert“, berichtet Cornelia Plume, Leiterin Corporate Marketing der Infigate Deutschland GmbH. „Der anfängliche Aufwand hat sich gelohnt. Denn mit Evalanche haben wir ein Tool gefunden, das unsere Anforderungen umfassend erfüllt.“ Eines der zentralen Must-haves bestand darin, dass eine tiefe Integration zwischen CRM-System und Marketing Automation-Lösung möglich ist. Evalanche verfügt über eine von SKIT entwickelte, umfangreiche Standardschnittstelle zu Microsoft Dynamics CRM. „Nicht nur die langjährige Kooperation zwischen SKIT und Evalanche hat uns überzeugt, sondern vor allem das Preis-Leistungs-Verhältnis“, unterstreicht Cornelia Plume. „Bei anderen Anbietern waren die Kosten für den Betrieb des Konnektors teilweise höher als für die Marketing Automation-Lösung selbst. Das kam für uns als mittelständisches Unternehmen nicht in Frage.“ Oliver Graf, IT-Projektleiter bei der Infigate Holding GmbH, fügt hinzu: „Da wir einer der ersten großen Kunden waren, die eine neuentwickelte, erweiterte Konnektorversion von SKIT dringend benötigten, konnten wir dessen Entwicklung sogar ein Stück mitgestalten. Das hat mein IT-Herz regelrecht höherschlagen lassen.“

Weitere Must-haves: Mehrmandantenfähigkeit, Unique Identifier und Datenschutz

Daneben spielte die Mehrmandantenfähigkeit eine entscheidende Rolle. „Uns war es wichtig, dass sich unsere Landesgesellschaften als einzelne Accounts in der Lösung abbilden lassen“, erklärt Cornelia Plume. Eine weitere Anforderung war, dass die E-Mail-Adresse nicht als einziger Unique Identifier fungieren darf, da im B2B-Umfeld häufig mit Funktionspostfächern (wie z. B. vertrieb@firma.de oder einkauf@firma.de) gearbeitet wird. Hier konnte Evalanche in Verbindung mit dem CRM-System seine Vorzüge ausspielen. Auch hinsichtlich des Datenschutzes wollte der IT-Security-Distributor keine Kompromisse eingehen. „Zwar zeigten sich unsere Kollegen in UK mit HubSpot zufrieden. Aber aus Datenschutzbedenken konnten und wollten wir die Nutzung nicht für weitere Ländergesellschaften ausbauen, da die Anforderungen an die DSGVO zum Zeitpunkt der Evaluierung nicht vollumfänglich erfüllt wurden“, betont Oliver Graf. Die Skalierbarkeit von Evalanche rundete das Lösungsangebot schließlich ab und bekräftigte Infigates Entscheidung.



Oliver Graf, IT-Projektleiter bei der Infigate Holding GmbH (Quelle: Infigate)

DIE UMSETZUNG



Christian Erbe, verantwortlicher Projektleiter und -berater bei der SKIT Dynamics GmbH (Quelle: SKIT)

Nachdem die Anforderungen geklärt waren, ging das Projekt Mitte 2019 in die Realisierung. „Zuallererst haben wir für Infinigate einen Prototyp aufgesetzt, um eine Testumgebung für die Anbindung an das CRM-System zu schaffen“, erklärt Christian Erbe, verantwortlicher Projektleiter bei SKIT. „Nach einer intensiven, rund 3-monatigen Testphase erfolgte im November 2019 der Go-Live in Deutschland, Österreich und der Schweiz, bei dem wir Microsoft Dynamics CRM über unseren Konnektor mit Evalanche verbunden haben.“ Durch den generischen Ansatz des Konnektors und die Verknüpfung mit Evalanche ist es möglich, Interessenten- und Kunden-Touchpoints auf der Website, wie Formulareintragungen, Whitepaper-Downloads etc. ins CRM-System zu synchronisieren, Scorings für das weitere Lead Nurturing zu vergeben und die Leads so für die Übergabe an den Sales vorzubereiten. Während das Herunterladen eines Download-Dokuments und die Anmeldung zu einem Webcast als großes bzw. profundes Interesse gewertet wird, gilt das Verweilen auf Leadpages und das Klicken von Newsletter-

Beiträgen als kleines Interesse. Für all diese Aktionen sind Scoring-Punkte in Evalanche hinterlegt, die beim Eintreten entsprechend vergeben werden. Ist der Kontakt in beiden Systemen bereits bekannt, läuft das Lead Nurturing direkt und voll automatisiert in das CRM-System. Ist er noch unbekannt, klopft er quasi am CRM-System als Lead an, wird als neuer Eintrag erstellt und muss manuell qualifiziert werden. „Allein in Deutschland haben wir mehr als 30 Hersteller von IT-Security-Lösungen in unserem Portfolio“, erläutert Cornelia Plume. „Für viele Kunden ist logischerweise nur ein Bruchteil der Lösungen relevant. Umso wichtiger ist es, dass wir wissen, wer sich für welche Themen interessiert. Das Activity Scoring ist ideal, um genau das herauszufinden und die Interessenten mit den richtigen Contents zu versorgen. Durch das Zusammenspiel von Evalanche und Microsoft Dynamics CRM bekommen wir die goldenen Leads auf dem silbernen Tablett serviert.“

Speichern und übernehmen

Progress_Impact_KW25_Promos Check Statistik

Artikel Profiling Persona Scoring Individualisierung

Herstellerunabhängig	A10	Acmeo	Akademie	Barracuda	Barracuda MSSP	Checkpoint	Conpal	CyberArk	Cybereason	Cylance	Entrust	Entrust MSP	Extreme Networks	Forcepoint
Gemalto/Thales	GFI	HID	HPE Networking	IACBOX	Imperva	INF Event	Ipswitch Progress	Ivanti	Kaspersky	Kaspersky MSSP	Keysight	macmon	McAfee	Radware
SentinelOne	SEPPmail	SonicWall	SonicWall	Sophos	Sophos MSSP	TechServices	Tripwire	Tufin	Vectra Networks	Yubico				

Aktion	Mehrfachbewertung	Score	Beschreibung
Artikel-Klick auf Social Sharing	Tage 2	0	
Artikel-Klick auf Vorlesen	Tage 2	0	
Artikel-Klick auf PDF	Tage 2	10	
Artikel-Öffnung	Tage 2	1	
Artikel-Klick	Tage 2	3	

☒ Individuelle Konfiguration aktivieren

Abbrechen Speichern

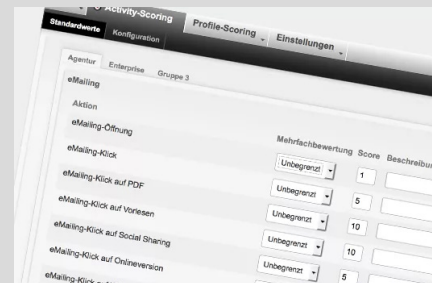
Für seine ca. 35 Hersteller vergibt Infinigate ein Activity Scoring auf Artekebene. Die drei folgenden Scoring-Werte kommen bei allen zum Einsatz: Artikel-Öffnung, Artikel-Klick und Artikel-Klick auf PDF. (Quelle: Infinigate)

ACTIVITY SCORING IN EVALANCHE

Das Activity Scoring gestattet es, das Interesse eines Leads besser zu verstehen und Verkaufschancen frühzeitig zu identifizieren. Im Rahmen des Activity Scorings werden in Evalanche Daten über das individuelle Verhalten des jeweiligen Interessenten erfasst und dann – in einem frei definierten Schema – im Hinblick auf Aktivitäten, Klickverhalten, Interessen und Interessenschwerpunkte ausgewertet. So wird bspw. sichtbar

- » welche Download-Contents er über Formularanträge angefordert hat,
- » welche Links er auf der Website und im Newsletter anklickt und welche Evalanche-Formulare er ausgefüllt hat (z.B. für eine Event-Anmeldung).

Zusammen mit Profile- und Content-Scoring versetzt ein solch umfassendes Activity Scoring Unternehmen in die Lage, Profile zusätzlich zu schärfen und über den Reifegrad der Leads aktiv informiert zu bleiben.



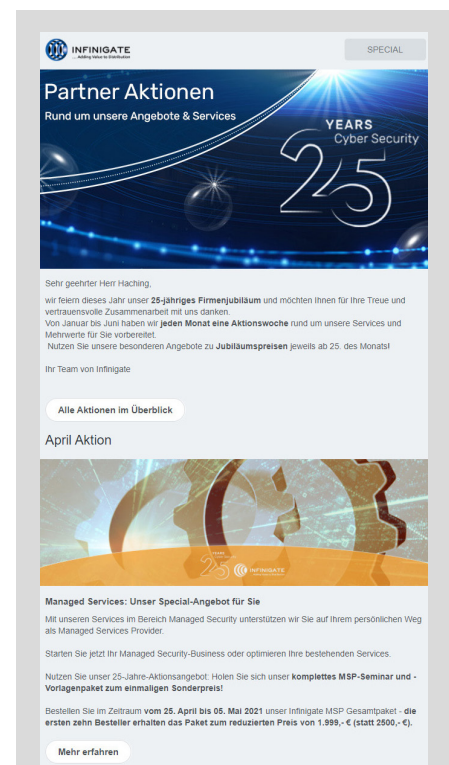
Aktion	Mehrfachbewertung	Score	Beschreibung
eMailing-Öffnung	Unbegrenzt	1	
eMailing-Klick	Unbegrenzt	5	
eMailing-Klick auf PDF	Unbegrenzt	10	
eMailing-Klick auf Vorlesen	Unbegrenzt	10	
eMailing-Klick auf Social Sharing	Unbegrenzt	10	
eMailing-Klick auf Onlineversion	Unbegrenzt	5	

Master-Templates für die Newsletter und zentrales Subscription-Center

Mithilfe der Mehrmandantenfähigkeit von Evalanche kann Infinigate Master-Templates für seine insgesamt fünf unterschiedlichen Newsletter zur Verfügung stellen – im einheitlichen Look-and-Feel des Unternehmens. Die Inhalte erstellen und steuern die Untermantanten bzw. jeweiligen Niederlassungen allerdings selbstständig. Neben einem wöchentlichen Newsletter versendet Infinigate einmal im Monat eine kundenspezifische Preisliste, einen Akademie-Newsletter mit Zertifizierungskursen, Special-Newsletter für ausgewählte Hersteller sowie alle vier bis sechs Wochen einen Technik-Newsletter. Bei der Newsletter-Anmeldung können Interessenten nicht nur die spezifischen Newsletter auswählen, sondern auch für welche Hersteller sie sich besonders interessieren. In einem Redaktionsplan ist zudem festgehalten, an welchem Tag ein Newsletter verschickt wird. So stellt der IT-Security-Distributor sicher, dass die Abonnenten nicht zu viele in zu kurzer Zeit erhalten. „Dank Evalanche können die Newsletter-Abonnenten nun auf ein zentrales Subscription-Center zugreifen“, schildert Cornelia Plume. „Das heißt, sie können sehen, für welche Newsletter sie eingetragen sind und ihre Auswahl jederzeit anpassen. Bei einer Änderung wird diese automatisiert ins CRM-System übertragen und eine Benachrichtigung versendet. Dieses Feature hat unsere manuellen Aufwände enorm reduziert.“

DIE VORTEILE

Seit über 18 Monaten ist Evalanche nun in der Infinigate Gruppe im Einsatz und konnte mittlerweile nahezu gruppenweit – konkret in Deutschland, Österreich, der Schweiz, den Niederlanden, Großbritannien, Frankreich, Schweden und Norwegen – ausgerollt werden. Anstatt eines Flickenteppichs aus unterschiedlichen Tools und Vorgehensweisen verfügt der IT-Security-Distributor nun über harmonisierte Systeme und lückenlose Prozesse – insbesondere im E-Mail-Marketing und Lead Management. Die intelligente Verknüpfung und die damit einhergehende Automatisierung hat die Prozesse nicht nur optimiert, sondern eröffnet dank Activity Scoring und Interessen-Handling einen Rundumblick auf Interessenten und Kunden. „Die Zusammenarbeit mit SKIT und Evalanche war und ist stets sehr kollegial geprägt“, lobt Cornelia Plume. „Für die nächste Zeit planen wir, die Nutzung von GoToWebinar mit Evalanche zu integrieren. Auch wollen wir den Campaign-Designer bei der Kampagnenplanung und -erstellung etablieren. Das sind unsere nächsten Pilotprojekte, mit denen wir uns in Sachen Marketing Automation noch besser für die Zukunft aufstellen.“



Partner Aktionen
Rund um unsere Angebote & Services

25 YEARS Cyber Security

Sehr geehrter Herr/Hoch,

wir feiern dieses Jahr unser **25-jähriges Firmenjubiläum** und möchten Ihnen für Ihre Treue und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit uns danken.

Von Januar bis Juni haben wir **jeden Monat eine Aktionswoche** rund um unsere Services und Mehrwerte für Sie vorbereitet.

Nutzen Sie unsere besonderen Angebote zu Jubiläumsspreisen jeweils ab 25. des Monats!

Ihr Team von Infinigate

[Alle Aktionen im Überblick](#)

April Aktion

Managed Services: Unser Special-Angebot für Sie

Mit unseren Services im Bereich Managed Security unterstützen wir Sie auf Ihrem persönlichen Weg als Managed Services Provider.

Starten Sie jetzt Ihr Managed Security-Business oder optimieren Ihre bestehenden Services.

Nutzen Sie unser 25-Jahre-Aktionsangebot. Holen Sie sich unser **komplettes MSP-Seminar und -Vorlagenpaket** zum einmaligen Sonderpreis!

Bestellen Sie im Zeitraum vom **25. April bis 05. Mai 2021** unser Infinigate MSP Gesamtpaket - die ersten zehn Besteller erhalten das Paket zum reduzierten Preis von 1.999,- € (statt 2500,- €).

[Mehr erfahren](#)

Mit dem Special-Newsletter für einzelne Hersteller bewirbt Infinigate besondere Angebote und Services – und das dank Master-Template im einheitlichen Look-and-Feel des Unternehmens.
(Quelle: Infinigate)