

Marketing neu denken.

SCHWERPUNKT MISSVERSTÄNDNISSE- Klassiker: „B2B Funnel“, Populär: „MarTech im E-Commerce“ und Definition „MarTech Agentur“.

Missverständnis: MarTech in B2B

Business to Business ist im Bereich der Marketing Automation tatsächlich ein Frontrunner. Voll digitalisierte Customer Buyer Journeys sind ebenso durchgesetzt wie umfangreiche Studien zum erfolgreichen Return on Invest mit Marketing Automation.

Aktuelle Beispiele sind der **Raab Report** und der aktuellste **KI-Report** der Kollegen von adesso. Warum aber ein B2B Funnel mitnichten der Playground nur einer Handvoll von MarTech Anbietern ist und warum es oftmals eine Frage der mandatierten Berater ist, welche Automationslösung im B2B Customer Funnel zum Einsatz kommt, beantwortet unser aktueller Blogbeitrag zum Klassiker „B2B Funnel“.



Marketing Automation für B2B Customer Funnels: Ein Klassiker?

Zugegeben, die Marketeers im B2B Segment wussten vor vielen anderen die Potenziale der Marketing Automation im digitalen Customer Funnel zu nutzen. Daraus jedoch den Schluss zu ziehen, dass sich Marketing Automation zwischen digitalen Buyer Journeys, Customer Relations und Customer Experience abspielt und damit eine Frage einer handvoll bekannter MarTech Systeme und Plattformen ist, wäre deutlich zu kurz gesprungen.

[ZUM BLOGBEITRAG](#)

