

((Abstract zum Fachbericht atlantis media: Persona-Definition mithilfe von Datenanalysen, ca. 6.860 Zeichen zzgl. Autorenprofil mit ca. 480 Zeichen))

## **Datenanalyse statt Mutmaßungen**

Mit Daten aus dem CRM-System das Lead Management optimieren

Qualifizierte Leads zu generieren und sie in treue Kunden zu überführen, ist ein wichtiger Erfolgsfaktor. Im Kontext eines erfolgreichen Lead-Managements arbeiten viele Unternehmen mithilfe von Personas – selbsterstellten, fiktiven Profilen typischer Vertreter ihrer Zielgruppen. Deren Bedürfnisse zu verstehen, sie zu beschreiben und alle Facetten auf einen Nenner zu bringen, wird für Unternehmen in Zeiten von Big-Data und fortschreitender Digitalisierung immer schwerer. Gleichzeitig birgt die Datenflut eine große Chance für das Lead Management: Entwickeln Unternehmen ihre Personas mithilfe von Datenanalysen aus dem Customer-Relationship-Management-System (CRM), können sie ihre Produkte und Dienstleistungen bei Interessenten wirksamer und nachhaltiger positionieren als zuvor.

Den kompletten Bericht und weiteres Bildmaterial können Sie gerne anfordern unter [julia.schreiber@moeller-horcher.de](mailto:julia.schreiber@moeller-horcher.de)