



# **Evalanche & CAS genesisWorld**

## **Integrations-Guide für CRM Owner**

Dieser Guide unterstützt Dich bei der Bewertung der Integration von Evalanche in CAS genesisWorld aus CRM-Sicht.

Im Mittelpunkt steht, wie sich Datenflüsse, Systemrollen und Integrationslogik auf Deine CRM-Struktur, Datenqualität und operativen Prozesse auswirken.

### **Was Du mit diesem Guide bewerten kannst**

- ob die Integration in Deine bestehende CRM-Landschaft passt
- wie Daten zwischen CRM und Marketing Automation bewegt werden
- welche Auswirkungen auf Datenmodell, Governance und Prozesse entstehen
- welche operativen Anforderungen im Betrieb relevant werden

### **Inhalt**

1. Typische Ausgangssituation im CRM
2. Integrationsüberblick
3. Technische Integration & Datenmanagement
4. Kampagnensteuerung, Reporting & Prozesse
5. Integrationsbewertung
6. Integrations-Checkliste
7. Fazit

# 1. Typische Ausgangssituation im CRM

---

In vielen B2B-Organisationen sind CRM und Marketing Automation historisch getrennt. Das führt häufig zu:

- unvollständigen Kundenhistorien
- manuellem Aufwand in Kampagnenprozessen
- eingeschränkter Transparenz für den Vertrieb

## 2. Integrationsüberblick

---

### Integrationsprinzip auf einen Blick

Systemrollen:

- CAS genesisWorld = führendes System (Single Source of Truth)
- Evalanche = Profil Anreicherung & Kampagnensteuerung

Datenfluss (vereinfacht):

- CRM → übergibt Kontakte, Firmen und Zielgruppen an Evalanche
- Evalanche → spielt Reaktionen und Ergebnisse zurück ins CRM

#### Praxisbeispiel

- Ein neuer Lead wird im CRM angelegt
- → Übergabe an Evalanche
- → automatisierter Start einer E-Mail-Strecke
- → der Lead klickt auf Inhalte
- → Nutzerinteraktion wird erfasst
- → Score steigt
- → Rückspielung ins CRM
- → Grundlage für Folgeprozesse im Vertrieb

#### Key Facts zur Integration

- Webbasierte Integration – keine zusätzliche Client-Installation notwendig
- Unterstützung uni- und bidirektionaler Synchronisation
- Flexible Steuerung von Synchronisationsintervallen
- Anpassbares Field Mapping für individuelle Datenmodelle
- Unterstützung von großen Datenmengen und komplexen Strukturen

## 3. Technische Integration & Datenmanagement

---

### Wie die Systeme verbunden werden

#### Das bedeutet:

- API-basierte Integration zwischen beiden Systemen
- Integration läuft im Hintergrund
- Die Lösung kombiniert:
  - Eine konfigurierbarer Standardintegration
  - Erweiterbarkeit durch Parametrisierung und individuelle Anpassungen

#### Welche Datenstrukturen werden unterstützt?

- Grundintegration: schnell implementierbar (Best-Practice-Setup)
- Erweiterungen möglich:
  - individuelles Field Mapping
  - zusätzliche Datenfelder und Scoringmodelle
  - Anpassung von Synchronisationslogiken

#### Synchronisationsmechanismen

- Bidirektionale Synchronisation:
  - CRM → Evalanche (Stammdaten, Zielgruppen)
  - Evalanche → CRM (Trackingdaten, Kampagnenergebnisse)
- Steuerung:
  - automatisch (zeitgesteuert)
  - manuell (on demand)

#### Datenmodell & Flexibilität

- Anpassung an bestehende CRM-Datenmodelle möglich
- Unterstützung von:
  - individuellen Feldern
  - erweiterbaren Profilstrukturen
- mehrere Profile pro Kontakt (Profilslots)

#### Dublettenmanagement & Datenqualität

- Automatische Erkennung von:
  - Dubletten
  - fehlerhaften Adressen
  - abgemeldeten Kontakten
- Korrektur erfolgt zentral im CRM
- Synchronisation berücksichtigt Sperr- und Opt-out-Status

#### Kritische Punkte bei der Anbindung

- API-Limits und Performance-Abhängigkeiten des CRM
- Qualität und Konsistenz bestehender Daten
- Komplexität des bestehenden Datenmodells
- Definition klarer Zuständigkeiten (CRM vs. Marketing Automation)

#### Integrationsaufwand (typischer Rahmen)

- **Basisintegration:** wenige Tage bis Wochen (Standard-Setup)
- **Standardintegration mit Anpassungen:** wenige Wochen (z. B. Field Mapping, Datenmodell)
- **Komplexe Integration:** abhängig von Systemlandschaft und Individualisierung

## 4. Kampagnensteuerung, Reporting & Prozesse

---

### Zielgruppen- und Kampagnensteuerung

- Zielgruppendefinition und -verwaltung im CRM
- Übergabe der Zielgruppe an Evalanche zur Kampagnenaussteuerung
- Statusverwaltung direkt im CRM:
  - aktiv
  - in Vorbereitung
  - abgeschlossen

### Mailing- & Automatisierungsprozesse

- Erstellung personalisierter Mailings ohne Programmieraufwand
- Automatisierte Kampagnen basierend auf:
  - Nutzerverhalten
  - Lead-Scoring
  - definierten Ereignissen

### Mögliche Szenarien

#### Lead-Nurturing

Interessent lädt Whitepaper herunter → automatisierte E-Mail-Strecke startet

#### Bestandskundenkommunikation

Kunde zeigt Interesse an Produkt → gezielte Follow-up-Kampagne

#### Event-Nachbereitung

automatisches Kontaktieren der Teilnehmer → Ausspielen personalisierter Inhalte

### Zusammenspiel mit dem Vertrieb

Die Integration verändert nicht den Vertriebsprozess selbst, sondern die Informationsbasis im CRM.

- Marketing- und Interaktionsdaten werden direkt im CRM angereichert
- Scoring- und Verhaltensdaten stehen im Kundenkontext zur Verfügung
- Leads werden nicht isoliert betrachtet, sondern im vollständigen Kundenkontext

Der Vertrieb arbeitet weiterhin ausschließlich im CRM, jedoch mit deutlich höherer Informationsdichte und Kontextqualität.

#### Reporting direkt in CAS genesisWorld

Kampagnenergebnisse sind vollständig im CRM dokumentiert:

- Öffnungen
- Klicks
- Bounces
- Abmeldungen

Entscheidende Vorteile:

- lückenlose Historie aller Interaktionen
- Reporting ohne Systemwechsel
- vollständige Übersicht über alle Kundendaten an einem Ort

## 5. Integrationsbewertung

---

### Compliance & Datenschutz

- DSGVO-konformes Permission-Management
- Speicherung von Opt-ins und Opt-outs
- Unterstützung von Double-Opt-In-Prozessen
- Vollständige Dokumentation aller Änderungen

### Datenkontrolle

- Sperrung und Löschung von Kontakten möglich
- Historienführung aller Änderungen
- Synchronisation berücksichtigt Datenschutzstatus automatisch

### Skalierbarkeit & Internationalisierung

- Unterstützung großer Datenvolumen
- Mehrsprachige Datenfelder und Kampagnen
- Einsatz in internationalen Organisationen möglich

### Technische Voraussetzungen

- Schnittstellenzugang (API)
- Lizenzierte Evalanche-Instanz
- Definierte Benutzer- und Rechtekonzepte
- Zugriff auf Administrationsfunktionen im CRM

## 6. Integrations-Checkliste

---

### Vor der Integration klären:

- Ist das CRM das führende System für Kundendaten?
- Sind Datenstrukturen konsistent und gepflegt?
- Gibt es klare Regeln für Dubletten und Opt-ins?
- Welche Daten sollen synchronisiert werden?
- Welche Prozesse gilt es zu automatisieren?

### Während der Integration beachten:

- Field Mapping sauber definieren
- Synchronisationsintervalle festlegen
- Testläufe mit realistischen Daten durchführen
- Fehler- und Logging-Prozesse einrichten

### Nach der Integration sicherstellen:

- Monitoring der Datenqualität
- regelmäßige Prüfung der Synchronisation
- Schulung der Nutzer (Marketing & CRM Owner)

## 7. Fazit

---

Die Integration von Evalanche in CAS genesisWorld schafft die Grundlage für:

- konsistente Daten
- automatisierte Marketingprozesse
- mehr transparente Kundeninteraktionen

### Empfehlung:

Starte mit einer standardisierten Integration und erweitere diese schrittweise entsprechend Deiner individuellen Anforderungen.

### So behältst Du:

- Kontrolle über Deine Daten,
- Übersicht über Prozesse,
- und minimierst Risiken beim Einstieg.

## Möchtest Du bewerten, wie gut Evalanche in Deine CRM-Struktur passt?

Sprich mit unseren Integrationsexperten und erhalte eine fundierte Einschätzung für deine bestehende System- und Datenlandschaft.

### ➔ Unverbindlich mit Integrationsexperten sprechen

Für die ganzheitliche Einordnung deiner Architekturentscheidung im Hinblick auf CRM-, Daten- und Prozessarchitektur sind folgende Perspektiven relevant:

- Best-of-Breed Ansatz – wie spezialisierte Systeme in eine bestehende CRM- und Systemlandschaft integriert werden, um funktionale Erweiterbarkeit sicherzustellen
- Skalierungsansatz – wie CRM-nahe Prozesse und Datenstrukturen über Organisationseinheiten hinweg standardisiert und skalierbar betrieben werden

### Was unsere Kunden sagen

"Die Entscheidung für Evalanche hat sich für uns absolut ausgezahlt. Besonders überzeugt hat uns die Offenheit des Systems und die Möglichkeit, unsere komplexe Datenlandschaft sauber anzubinden. Der eigentliche Gamechanger war aber die Kombination aus Business-Intelligence-System und Marketing Automation. Heute können wir unsere Kunden individuell ansprechen – zum passenden Zeitpunkt, mit maßgeschneidertem Angebot. Das hebt unser Marketing auf ein völlig neues Niveau und zahlt direkt auf Kundenbindung und Umsatz ein."

**Manfred Lugmayr**, CMO, burgerme

### **Kontakt**

Evalanche (SC-Networks GmbH)  
Würmstr. 4  
82319 Starnberg  
Deutschland  
Telefon: +49 8151 555 16-0  
E-Mail: [info@evalanche.com](mailto:info@evalanche.com)  
Web: [www.evalanche.com](http://www.evalanche.com)

Die Inhalte dieses Whitepapers wurden mit größter Sorgfalt erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität können wir jedoch keine Gewähr übernehmen.

© SC-Networks GmbH, 2026

Alle Rechte vorbehalten – einschließlich derer, welche die Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwertung der Inhalte dieses Dokumentes oder Teile davon außerhalb der Grenzen des Urheberrechts betreffen. Handlungen in diesem Sinne bedürfen der schriftlichen Zustimmung durch SC-Networks. SC-Networks behält sich das Recht vor, Aktualisierungen und Änderungen der Inhalte vorzunehmen. Sämtliche Daten und Inhalte, die auf Screenshots, Grafiken und weiterem Bildmaterial sichtbar sind, dienen lediglich zur Demonstration. Für den Inhalt dieser Darstellung übernimmt SC-Networks keine Gewähr.