

Evalanche- + SAP-C4C-Integration

Sales-Prozess-Checkliste

Mehr Transparenz, schnellere Lead-Bearbeitung und messbar höhere Abschlussquoten im Vertrieb

Diese Checkliste richtet sich an Vertriebsleiter, Sales Directors und C-Level-Verantwortliche.

Im Mittelpunkt steht die Frage, wie die Integration von Evalanche und SAP C4C den Vertriebsprozess verbessert – mit Fokus auf Lead-Qualität, Transparenz und operative Steuerbarkeit im Vertrieb.

Schwerpunkte:

- schnellere und präzisere Lead-Qualifizierung im CRM
- durchgängige Sicht auf Kontakte, Aktivitäten und Kampagnen
- automatisierte Übergabe von Marketing-Leads an den Vertrieb
- konsistente, zentrale Datenbasis für Sales und Marketing
- bessere Steuerbarkeit von Pipeline und Prioritäten

Inhalt

1. Mehr Klarheit über Leads und Aktivitäten im CRM
2. Entlastung und bessere Steuerung im Vertriebsprozess
3. Schneller operativer Nutzen nach Einführung
4. Checkliste zur erfolgreichen Nutzung der Integration
5. Wirkung auf den Vertriebserfolg

1. Mehr Klarheit über Leads und Aktivitäten im CRM

Durch die Integration von Evalanche und SAP C4C werden Marketing- und Vertriebsdaten zu einer einheitlichen Informationsbasis verbunden.

Was sich im CRM verbessert

- Leads werden automatisch mit Marketing- und Interaktionsdaten angereichert.
- Lead-Scoring macht Interesse und Relevanz sofort sichtbar.
- Kampagnen- und Aktivitätsdaten sind direkt im CRM verfügbar.
- Consent-Informationen werden DSGVO-konform synchronisiert.

Ergebnis für den Vertrieb

- vollständiger Kontext statt isolierter Kontaktdaten
- bessere Einschätzung der Lead-Qualität
- schnellere Priorisierung im Tagesgeschäft

2. Entlastung und bessere Steuerung im Vertriebsprozess

Die Integration reduziert operative Reibung und sorgt für klare, steuerbare Prozesse im Vertrieb.

Automatisierte Lead-Steuerung

- Leads werden bei definierter Qualität automatisch ins CRM übergeben (MQL → SQL).
- Die Zuweisung von Zuständigkeiten erfolgt systemseitig.
- Follow-up-Prozesse lassen sich standardisiert auslösen.

Reduktion manueller Tätigkeiten

- keine manuellen Datenimporte aus Marketing-Systemen
- keine doppelte Pflege von Kontaktdaten
- weniger Fehler durch konsistente Synchronisation

Steuerungslogik im Vertrieb

- Lead-Scoring unterstützt tägliche Priorisierung.
- Kampagnenhistorie dient als Entscheidungsgrundlage.
- CRM wird zur zentralen Steuerungsplattform.

3. Schneller operativer Nutzen nach Einführung

Die Integration wirkt unmittelbar im Tagesgeschäft und verbessert die tägliche Vertriebsarbeit ohne Prozessbruch.

Direkte Effekte im Vertrieb

- Leads werden schneller bearbeitet, da sie vollständig im CRM ankommen.
- Vertriebsmitarbeiter erkennen sofort relevante Kontakte.
- Gespräche starten mit vollständigem Kundenkontext.

Verbesserte Arbeitsweise

- Vertriebsreife Leads erhalten konsequent Priorität.
- Follow-ups basieren auf realen Interaktionssignalen.
- Kampagneninformationen fließen in die Gesprächsvorbereitung ein.

Prozessstabilität

- Vorhandene CRM-Strukturen bleiben erhalten.
- Bestehende Prozesse lassen sich ohne erforderliche Veränderung erweitern.

4. Checkliste: Erfolgreiche Nutzung der Integration

- MQL- → SQL-Definition ist zwischen Marketing und Vertrieb abgestimmt.
- Lead-Scoring wird aktiv zur Priorisierung genutzt.
- Kampagnenhistorie wird in Kundengesprächen eingesetzt.
- Reaktionszeiten auf neue Leads sind definiert und eingehalten.
- CRM ist zentrale Arbeits- und Informationsquelle im Vertrieb.
- Lead Ownership ist klar geregelt.
- Follow-up-Prozesse sind standardisiert.

5. Wirkung auf den Vertriebs Erfolg

Die Integration von Evalanche und SAP C4C verbessert die Leistungsfähigkeit des gesamten Vertriebsprozesses messbar.

Konkrete Auswirkungen

- höhere Qualität der eingehenden Leads
- schnellere Reaktion auf kaufbereite Kontakte
- bessere Pipeline-Transparenz und Steuerbarkeit
- höhere Abschlussquoten durch relevantere Ansprache
- geringerer manueller Aufwand im gesamten Vertriebsprozess

Warum sich die Integration auszahlt

Die Integration von Evalanche in SAP C4C verbindet Marketing- und Vertriebsinformationen zu einer einheitlichen, nutzbaren Datenbasis. Dadurch entstehen mehr Transparenz, schnellere Entscheidungen und ein deutlich effizienterer Vertriebsprozess – ohne zusätzliche Systemkomplexität.

Vertrauen aus der Praxis

„Marketing Automation befähigt uns, (potenzielle) Kunden besser zu erfassen, umfänglicher zu beraten und Verkäufe gezielter zu steuern. Das hat unsere erste automatisierte Kampagne zur Leadgewinnung deutlich gezeigt. Mit Evalanche haben wir ein skalierbares Tool, um Leads stufenweise zu qualifizieren, bis sie sales-ready sind, und um Erfolge messbar zu machen. Auch wenn wir hinsichtlich Marketing Automation noch am Anfang stehen, werden wir auf diese Weise aus kleineren Pilotprojekten im Handumdrehen professionelle Prozesse und Strukturen entwickeln können.“

Bastian Auerbach, Business Development Manager, Maschinenfabrik Reinhausen GmbH

Kontakt

Evalanche (SC-Networks GmbH)

Würmstr. 4

82319 Starnberg

Deutschland

Telefon: +49 8151 555 16-0

E-Mail: info@evalanche.com

Web: www.evalanche.com