Executive Guide

Salesforce & Evalanche strategisch integrieren

Wie du Marketingprozesse effizienter gestaltest, Kampagnen besser steuerst und den wirtschaftlichen Nutzen messbar machst

Vorwort

Für wen ist dieser Executive Guide?

Dieser Executive Guide richtet sich an C-Level-Verantwortliche im Marketing und Marketingentscheider in B2B-Enterprise-Unternehmen, die Salesforce bereits einsetzen und den geschäftlichen Nutzen einer Integration mit Evalanche bewerten möchten.

Du möchtest wissen,

- wie du vorhandene CRM-Daten für deine Marketingaktivitäten nutzen kannst,
- an welchen Stellen sich manuelle Arbeit und wiederkehrende Prozessschritte reduzieren lassen,
- wie du die Vorbereitung und Dokumentation von Kampagnen vereinfachst,
- welche Voraussetzungen für eine effiziente Zusammenarbeit von Marketing und Vertrieb wichtig sind,
- und wie du den wirtschaftlichen Nutzen der Integration anhand konkreter Kennzahlen bewertest.

Im Mittelpunkt stehen die geschäftlichen Auswirkungen und die Entscheidungsgrundlage für dein Unternehmen. Du erfährst, welche Prozesse sich für den Einstieg eignen, welche Integrationsleistungen dafür zur Verfügung stehen und wie du Ergebnisse systematisch bewertest.

Einleitung: Mehr aus vorhandenen CRM-Daten machen

In B2B-Unternehmen sind Kundendaten, Marketingaktivitäten und Kampagneninformationen häufig über unterschiedliche Systeme verteilt. Salesforce unterstützt die Verwaltung von Unternehmen, Kontakten, Leads und Vertriebsaktivitäten. Evalanche ergänzt diese Datenbasis um E-Mail-Marketing, Marketing Automation und Lead Management. Wenn beide Systeme nicht ausreichend aufeinander abgestimmt sind, müssen Marketingteams Informationen möglicherweise mehrfach pflegen, Empfängerlisten manuell übertragen oder Kampagnenergebnisse separat dokumentieren. Das kostet Zeit und erschwert einen durchgängigen Arbeitsablauf.

Eine Integration von Salesforce und Evalanche kann diese Übergänge vereinfachen. Der wirtschaftliche Mehrwert entsteht insbesondere dann, wenn wiederkehrende Arbeitsschritte reduziert, benötigte Informationen schneller verfügbar gemacht und definierte Datenprozesse zuverlässiger umgesetzt werden.

Für die Bewertung der Integration sind drei Fragen entscheidend:

- Effizienz: Welche manuellen Aufgaben lassen sich reduzieren?
- Kampagnengeschwindigkeit: Welche Arbeitsschritte können Kampagnen verzögern
- Wirtschaftlichkeit: Wie lässt sich überprüfen, ob der erreichte Nutzen den erforderlichen Aufwand rechtfertigt?

Dieser Guide zeigt dir, wie du geeignete Anwendungsfälle priorisierst, die Integrationsleistungen einordnest und eine belastbare Grundlage für die Umsetzung schaffst.

Inhalt

1. Strategischer Nutzen: Marketing und CRM besser verbinden
2. Business Value: Wo sich Prozesse konkret verbessern lassen
3. Quick Wins und Time-to-Market
4. ROI und Erfolgsmessung
5. Executive Decision Framework

1. Strategischer Nutzen: Marketing und CRM besser verbinden

Ein durchgängiger Prozess statt mehrfacher Datenpflege

Marketingteams benötigen verlässliche Kontaktinformationen, passende Empfängergruppen und nachvollziehbare Kampagneninformationen. Wenn diese Informationen zwischen CRM und Marketing Automation manuell übertragen werden müssen, entsteht zusätzlicher Aufwand.

Die Integration von Salesforce und Evalanche setzt genau an diesen Übergängen an. Sie verbindet ausgewählte Daten und Prozesse, damit Informationen dort verfügbar sind, wo sie benötigt werden.

Welcher Nutzen entsteht für das Unternehmen?

Weniger manuelle Arbeit

- Definierte Kontakt- und Lead-Daten zwischen Salesforce und Evalanche synchronisieren.
- Den manuellen Pflegeaufwand in beiden Systemen reduzieren.

Mehr Transparenz über Marketingaktivitäten

- Versandhistorien in Salesforce dokumentieren.
- Die im gewählten Integrationspaket enthaltenen Kampagneninformationen dort verfügbar machen.

Verlässlichere Prozesse für Berechtigungen und Rückläufer

- Einwilligungen und Abmeldungen in definierten Prozessen verarbeiten.
- E-Mail-Rückläufer bearbeiten und nachvollziehbar dokumentieren.

Bessere Zusammenarbeit zwischen Marketing und Vertrieb

- Relevante CRM-Daten für die jeweiligen Teams zugänglich machen.
- Verfügbare Kampagneninformationen für Marketing und Vertrieb bereitstellen.

Welche Informationen konkret zur Verfügung stehen, richtet sich nach dem vereinbarten Leistungsumfang.

Welche Integrationsleistungen stehen zur Verfügung?

Die Integration von Salesforce und Evalanche verbindet CRM-Daten mit Marketingprozessen. Dadurch lassen sich wiederkehrende Aufgaben vereinfachen, Berechtigungsinformationen nachvollziehbar verarbeiten und Kampagneninformationen im CRM verfügbar machen.

Integrationsbereich	Konkreter Nutzen
Stammdatensynchronisierung	Neue Kontakte und Leads sowie definierte Profiländerungen zwischen Salesforce und Evalanche übertragen. Das reduziert manuelle Datenpflege.
Permission Handling	An- und Abmeldungen sowie relevante Berechtigungsinformationen systemübergreifend verarbeiten und im CRM dokumentieren.
Bounce Management	Soft- und Hardbounces übertragen und vorgesehene Prüf- und Reaktivierungsprozesse im CRM unterstützen.
Mailing-Dokumentation	Versandhistorien im CRM nachvollziehbar dokumentieren und Informationen einfacher verfügbar machen.
Zielgruppen- und Kampagnenmanagement	Salesforce-Kampagnenlisten für Evalanche bereitstellen und Kampagnen- sowie Trackinginformationen im CRM dokumentieren.

Kernaussage

Der strategische Nutzen liegt darin, manuelle Übergaben zu reduzieren und relevante Marketing- und CRM-Prozesse besser miteinander zu verbinden. Entscheidend ist, welche Abläufe im Unternehmen tatsächlich verbessert werden sollen.

2. Business Value: Wo sich Prozesse konkret verbessern lassen

Vier Ansatzpunkte für effizientere Marketingabläufe

Der wirtschaftliche Nutzen der Integration wird greifbar, wenn du konkrete Prozesse betrachtest. Die folgenden vier Bereiche zeigen, wo sich der Arbeitsalltag vereinfachen lässt und welche Integrationsleistungen dafür relevant sind.

1. Kontakt- und Lead-Daten konsistent halten

Wenn sich Kontaktdaten oder Qualifizierungsinformationen ändern, müssen diese Informationen für die vorgesehenen Marketingprozesse aktuell sein. Eine doppelte manuelle Pflege verursacht Aufwand und kann zu abweichenden Datenständen führen.

So unterstützt die Integration den Prozess:

- Neue Contacts und Leads können aus Evalanche nach Salesforce übertragen und dort über vorgesehene Dashboards angezeigt werden.
- Neue Contacts und Leads können aus Salesforce nach Evalanche übertragen werden.
- Definierte Änderungen an bestehenden Kontakten und Leads können zwischen den Systemen synchronisiert werden.

Dein Business Value:
Weniger manuelle Aktualisierungen und ein klar definierter Ablauf für die Pflege von Kontakt- und Lead-Daten.

So überprüfst du den Nutzen:
Erfasse, wie viele manuelle Korrekturen notwendig sind und wie viel Arbeitszeit für die Pflege vergleichbarer Datensätze anfällt.

2. Einwilligungen und Abmeldungen nachvollziehbar verarbeiten

Marketingkommunikation setzt voraus, dass relevante Berechtigungen korrekt verarbeitet werden. Ein- und Austragungen müssen nachvollziehbar sein und in den vorgesehenen Prozessen berücksichtigt werden.

So unterstützt die Integration den Prozess:

- An- und Abmeldungen, die per E-Mail oder Website ausgelöst werden, können an Salesforce übertragen und dort dokumentiert werden.
- Bei einer Neuanlage in Salesforce kann die anschließende Übertragung nach Evalanche mit einer vorgesehenen Permission-Einholung verbunden werden.
- Eine manuelle Austragung durch CRM-Benutzer kann eine entsprechende Übertragung der Permission-Information an Evalanche auslösen.

Diese Abläufe sind im beschriebenen Basis-Leistungsumfang enthalten.

Dein Business Value:
Definierte Berechtigungsprozesse lassen sich systemübergreifend abbilden und im CRM nachvollziehbar dokumentieren.

So überprüfst du den Nutzen:
Prüfe anhand definierter Testfälle, ob An- und Abmeldungen korrekt verarbeitet und die vorgesehenen Informationen in Salesforce dokumentiert werden. Die Integration ersetzt nicht die erforderliche rechtliche Prüfung deiner Prozesse.

3. E-Mail-Rückläufer systematisch bearbeiten

Soft- und Hardbounces können auf Probleme bei der Zustellung hinweisen. Ohne klar definierte Abläufe müssen betroffene Datensätze gegebenenfalls manuell geprüft und bearbeitet werden.

So unterstützt die Integration den Prozess:

- Soft- und Hardbounces werden in den vorgesehenen Prozessen an Salesforce übertragen.
- Prüf- und Reaktivierungsprozesse sind für die beschriebenen Bounce-Stufen vorgesehen.

Bounce Management ist Bestandteil des Basis-Pakets.

Dein Business Value:
Rückläufer werden in einem definierten Prozess bearbeitet, statt ausschließlich auf manuelle Einzelprüfungen angewiesen zu sein.

So überprüfst du den Nutzen:
Miss den Aufwand für die Bearbeitung von Rückläufern und prüfe, ob die vorgesehenen Prüf- und Reaktivierungsschritte korrekt ausgeführt werden.

4. Kampagneninformationen für Marketing und Vertrieb verfügbar machen

Wenn Informationen zu versendeten Mailings oder zum Interaktionsverhalten benötigt werden, kann eine separate Zusammenstellung zusätzlichen Aufwand verursachen.

So unterstützt die Integration den Prozess:

- Versandhistorien und Mailing-Informationen werden im CRM dokumentiert.
- Salesforce-Kampagnenlisten können nach Evalanche übertragen und dort als Zielgruppen angelegt werden.
- Kampagnen- und Trackinginformationen wie Meilensteine, Smartlinks, Mailing-Klickverhalten und Scoring können in Salesforce dokumentiert werden.

Dein Business Value:
Die benötigten Informationen können im vorgesehenen Umfang direkt im CRM verfügbar werden. Das reduziert den Aufwand für die Zusammenstellung von Daten, sofern diese bisher manuell recherchiert werden mussten.

So überprüfst du den Nutzen:
Miss, wie lange die Recherche und Dokumentation der benötigten Kampagneninformationen dauert und ob sich dieser Aufwand nach der Einführung reduziert.

Welcher Prozess hat die höchste Priorität?

Bewerte die vier Bereiche anhand von drei Kriterien:

Kriterium	Leitfrage
Häufigkeit	Wie oft tritt der Prozess auf?
Aufwand	Wie viel manuelle Arbeit verursacht er heute?
Messbarkeit	Kannst du eine Veränderung zuverlässig erfassen?

Priorisiere den Prozess, bei dem regelmäßiger Aufwand entsteht und sich die Verbesserung klar überprüfen lässt.

Kernaussage

Der Business Value wird sichtbar, wenn du einen konkreten Prozess verbesserst. Die beschriebenen Integrationsleistungen schaffen dafür die Voraussetzungen; die tatsächliche Verbesserung muss anhand deiner Abläufe gemessen werden.

3. Quick Wins und Time-to-Value

Mit überschaubaren Anwendungsfällen starten

Du musst nicht sämtliche Marketingprozesse gleichzeitig verändern. Sinnvoll ist es, einen wiederkehrenden Ablauf auszuwählen, bei dem der heutige Aufwand bekannt ist und eine Verbesserung überprüft werden kann. Drei Anwendungsfälle eignen sich für einen strukturierten Einstieg.

Quick Win 1: Kontakt- und Lead-Pflege vereinfachen

Ausgangssituation:
Kontakt- und Lead-Daten müssen in mehreren Systemen aktuell gehalten werden. Änderungen führen zu zusätzlicher manueller Pflege.

Ansatz:
Nutze die Synchronisierung definierter Stammdaten und Profiländerungen zwischen Salesforce und Evalanche.

So gehst du vor:

- Wähle die relevanten Datenfelder aus.
- Kläre, welche Änderungen zwischen den Systemen übertragen werden sollen.
- Erfasse den bisherigen Aufwand für Datenpflege und Korrekturen.
- Prüfe nach der Einführung, wie sich der Aufwand verändert hat.

Erfolgskriterium:
Der manuelle Aufwand für die Pflege vergleichbarer Datensätze sinkt, ohne dass die Datenqualität beeinträchtigt wird.

Quick Win 2: Rückläufer und Berechtigungen nachvollziehbar bearbeiten

Ausgangssituation:
Abmeldungen, Berechtigungsänderungen oder E-Mail-Rückläufer müssen zuverlässig verarbeitet und dokumentiert werden.

Ansatz:
Nutze die vorgesehenen Prozesse für Permission Handling und Bounce Management.

So gehst du vor:
- Definiere die fachlichen Anforderungen für An- und Abmeldungen.
- Kläre, welche Informationen im CRM dokumentiert werden müssen.
- Prüfe die vorgesehenen Prüf- und Reaktivierungsprozesse für Rückläufer.
- Teste die Abläufe mit klar definierten Beispielen.

Erfolgskriterium:
Die vorgesehenen An- und Abmeldungen sowie Rückläufer werden korrekt verarbeitet und dokumentiert.

Quick Win 3: Kampagnenlisten und Trackinginformationen integrieren

Ausgangssituation:
Zielgruppen werden manuell übertragen oder Kampagneninformationen müssen separat zusammengestellt werden.

Ansatz:
Wenn diese Prozesse für dein Unternehmen besonders relevant sind, übertrage von Salesforce-Kampagnenlisten sowie die Dokumentation von Kampagnen- und Trackinginformationen.

So gehst du vor:
- Definiere, welche Salesforce-Kampagnenlisten in Evalanche genutzt werden sollen.
- Lege fest, welche Kampagnen- und Trackinginformationen in Salesforce benötigt werden.
- Erfasse den bisherigen Aufwand für die Listenbereitstellung und Dokumentation.
- Vergleiche den Aufwand nach der Einführung.

Erfolgskriterium:
Zielgruppen und benötigte Kampagneninformationen stehen im vereinbarten Umfang zur Verfügung und verursachen weniger manuelle Arbeit.

Time-to-Market: Wie schnell wird aus einem Briefing eine versendete Kampagne?

Die Dauer einer Kampagne hängt von mehreren Faktoren ab: Datenbereitstellung, Inhaltserstellung, Abstimmungen, Freigaben und Versandvorbereitung. Die Integration kann einzelne dieser Arbeitsschritte beeinflussen, verkürzt aber nicht automatisch den gesamten Prozess. Um ihren Einfluss zu bewerten, solltest du eine einheitliche Messgröße verwenden.

Messgröße: Zeit zwischen dem vollständigen Kampagnenbriefing und dem tatsächlichen Versand.

Gehe in vier Schritten vor:

1. Ausgangswert erfassen:

- Ermittle die bisherige Dauer für vergleichbare Kampagnen.

2. Zeitaufwand aufschlüsseln:

- Dokumentiere die Arbeitszeit für Datenpflege, Zielgruppenbereitstellung und Kampagnendokumentation.

3. Anwendungsfall umsetzen:

- Führe den ausgewählten Integrationsprozess ein.

4. Ergebnis vergleichen:

- Miss erneut und prüfe, welche Arbeitsschritte tatsächlich weniger Zeit beanspruchen.

Messvorlage

Kennzahl	Leitfrage
Datenpflege	Arbeitsstunden für die Pflege und Korrektur von Kontakt- und Lead-Daten
Berechtigungen und Rückläufer	Aufwand für Prüfung und Bearbeitung definierter Vorgänge
Zielgruppenbereitstellung	Arbeitszeit für die Vorbereitung einer Empfängergruppe
Kampagnendokumentation	Arbeitszeit für Recherche und Zusammenstellung der verfügbaren Informationen
Kampagnenlaufzeit	Zeit vom vollständigen Briefing bis zum Versand

Kernaussage

Ein Quick Win ist erreicht, wenn ein konkreter Prozess im Arbeitsalltag besser funktioniert und die Verbesserung nachvollziehbar ist. Miss deshalb nicht nur, ob eine Funktion eingerichtet wurde, sondern auch, welchen Unterschied sie für dein Team macht.

4. ROI und Erfolgsmessung

Wie du den Nutzen der Integration bewertest

Ob sich die Integration von Salesforce und Evalanche lohnt, lässt sich anhand konkreter Kennzahlen bewerten. Entscheidend ist der Vergleich zwischen der Ausgangssituation und den Ergebnissen nach der Einführung.

Drei Kennzahlen schaffen eine erste Orientierung:

Geschwindigkeit	**Effizienz**	**Skalierbarkeit**
Zeit von der Zielgruppendefinition bis zum Kampagnenstart	Manueller Aufwand pro Kampagne oder wiederkehrendem Prozess	Anzahl betreuter Zielgruppen und Kampagnen im Verhältnis zum operativen Aufwand

Vom ersten Ergebnis zum Business Case

Um den Nutzen nachvollziehbar zu machen, gehst du schrittweise vor:

1. **Ausgangswerte erfassen**
   Bestehenden Zeitaufwand und Prozessabläufe dokumentieren
2. **Prozess automatisieren**
   Einen geeigneten, wiederkehrenden Anwendungsfall auswählen
3. **Veränderung messen**
   Aufwand und Geschwindigkeit vor und nach der Automatisierung vergleichen
4. **Wirtschaftlichen Nutzen bewerten**
   Die Ergebnisse den anfallenden Kosten gegenüberstellen

Erfasse zunächst die Ausgangswerte und vergleiche sie nach der Einführung. So kannst du Veränderungen nachvollziehen und ihren wirtschaftlichen Nutzen bewerten.

Berechne deinen möglichen ROI

Mit dem Evalanche ROI-Rechner erhältst du in etwa fünf Minuten einen Überblick über den möglichen ROI von Marketing Automation und die Kosten über drei Jahre. Gleichzeitig kannst du verschiedene Marketing-Automation-Lösungen miteinander vergleichen. Nutze die Ergebnisse als Orientierung für deine Investitionsentscheidung. Sie hängen von den zugrunde gelegten Annahmen ab.

5. Executive Decision Framework

Die richtige Integrationsentscheidung treffen

Bevor du die Integration beauftragst, solltest du fünf Punkte klären:

1. Geschäftliches Ziel

Welcher konkrete Marketingprozess soll verbessert werden – und welches Problem löst du damit?

2. Benötigter Leistungsumfang

Welche Integrationsleistungen sind für diesen Prozess erforderlich?

3. Daten und Verantwortlichkeiten

Welche Daten werden benötigt, wie sollen sie übertragen werden und wer verantwortet Datenqualität sowie fachliche Abnahme?

4. Kosten und Ressourcen

Welche einmaligen und laufenden Kosten entstehen? Berücksichtige auch interne Aufwände für Abstimmung, Tests und Betrieb.

5. Erfolgskriterien

An welchen Kennzahlen erkennst du, ob die Integration den gewünschten Nutzen erzielt? Lege Ausgangswerte, Messzeitpunkt und Verantwortlichkeiten vorab fest.

Entscheidung vor der Umsetzung

Die Integration ist entscheidungsreif, wenn der Anwendungsfall priorisiert, der Leistungsumfang abgestimmt, die Verantwortung geklärt und die Erfolgsmessung geplant ist.

Kernaussage

Entscheide nicht allein anhand verfügbarer Funktionen. Maßgeblich sind der konkrete geschäftliche Bedarf und der erwartete Nutzen für dein Unternehmen.

Nächste Schritte

Du möchtest prüfen, wie Evalanche in deine Salesforce-Umgebung integriert werden kann? Sprich mit unseren Integrationsexperten über deine Systemlandschaft und die konkreten Anforderungen an Daten, Schnittstelle und Betrieb.

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
- **Evalanche für Salesforce** – die Produktübersicht zur Integration von Salesforce und Evalanche

Vertrauen aus der Praxis

„Die Lösung von SC-Networks ist ein starkes Kernsystem für E-Mail-Marketing und Marketing-Automatisierung. Durch den Konnektor zu unserem CRM-System sind wir in der Lage, Kundeninformationen aus beiden Systemen zusammenzubringen und unsere Zielgruppe so entlang der gesamten Customer Journey noch passgenauer abzuholen. Dieses Gesamtsystem erleichtert uns nicht nur die Arbeit im E-Mail-Marketing, durch Evalanche haben wir zudem die Gewissheit, dass kundenbezogene Daten vollkommen DSGVO-konform verarbeitet werden."

Alexander Rosenthal
Associate Director Customer Journey Marketing, PAYONE 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

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.