

Aufforderung zur Angebotsabgabe: Marketing Automation

Software Lösung

Inhaltsübersicht

1. Einführung und Hintergrund
2. Ziele des Projekts
3. Umfang der Arbeiten
4. Technische Anforderungen
5. Funktionale Anforderungen
 - Kernfunktionen
 - KI-gestützte Funktionen
6. Qualifikationen des Anbieters
7. Kriterien für die Bewertung
8. Leitlinien für die Einreichung
9. Zeitleiste

1. Einleitung und Hintergrund

Organisation Hintergrund

Unser Unternehmen ist auf der Suche nach einer umfassenden Softwarelösung für die Marketingautomatisierung, um unsere digitalen Marketingfähigkeiten zu verbessern und unsere Marketingabläufe zu rationalisieren. Diese Ausschreibung umreißt unsere Anforderungen an ein robustes System, das es uns ermöglicht, personalisierte, kanalübergreifende Marketingkampagnen durchzuführen und gleichzeitig die Effizienz zu verbessern und den ROI zu messen.

Wichtige organisatorische Aspekte:

- Industriezweig: [z. B. Einzelhandel/Gesundheitswesen/Technologie]

- Unternehmensgröße: [z. B. 500 Mitarbeiter, mehrere Standorte]
- Jährlicher Umsatz: [z.B. \$50M-\$100M]
- Zielmarkt: [z.B. B2B, B2C, oder beides]
- Geografischer Geltungsbereich: [z. B. national/international]

Aktuelles Umfeld

Aktueller Marketing-Technologie-Stack:

- CRM-System: [z. B. Salesforce, Microsoft Dynamics]
- E-Mail-Plattform: [z. B. Mailchimp, Constant Contact]
- Analyse-Tools: [z. B. Google Analytics, Adobe Analytics]
- Inhaltsverwaltungssystem: [z. B. WordPress, Drupal]
- Verwaltung sozialer Medien: [z. B. Hootsuite, Buffer]

Herausforderungen bei der derzeitigen Einrichtung:

1. Begrenzte Automatisierungsmöglichkeiten
2. Getrennte Marketingkanäle
3. Manuelle Berichtsverfahren
4. Fehlende Personalisierungsmöglichkeiten
5. Begrenzte Skalierbarkeit
6. Ineffizientes Lead-Management

Projektumfang

Dieses Projekt umfasst folgende Bereiche:

- Anzahl der Benutzer: [z. B. 50 Mitglieder des Marketingteams]
- Anzahl der Kontakte: [z.B. Datenbank mit 100.000 Kontakten]
- Geografische Regionen: [z. B. Nordamerika, Europa]
- Wichtige Integrationen erforderlich: [Spezifische Systeme auflisten]

- Zeitplan für die Umsetzung: [z. B. 3-6 Monate]

2. Projektziele

Primäre Zielsetzungen

1. Marketing-Prozesse automatisieren
 - Implementierung automatisierter Kampagnen-Workflows
 - Rationalisierung von Lead-Nurturing-Prozessen
 - Automatisieren Sie sich wiederholende Marketingaufgaben
2. Verbessern Sie die Kundenbindung
 - Personalisierte Inhalte kanalübergreifend bereitstellen
 - Implementierung von Verhaltensauslösern
 - Erstellen Sie dynamische Customer Journeys
3. Verbesserung der Marketingeffizienz
 - Zentralisierung der Marketingaktivitäten
 - Reduzieren Sie manuelle Eingriffe
 - Rationalisierung der Berichtsverfahren
4. Bessere Ergebnisse erzielen
 - Steigerung der Lead-Generierung
 - Verbesserung der Konversionsraten
 - Verbessern Sie die ROI-Messung

Erfolgskriterien

1. Quantitative Metriken
 - 50%ige Reduzierung der manuellen Marketingaufgaben
 - 30%ige Verbesserung der Lead-Qualifizierung
 - 25%ige Steigerung der E-Mail-Beteiligungsraten

- 20%ige Verbesserung des ROI der Kampagne

2. Qualitative Ergebnisse

- Verbesserte Produktivität des Marketingteams
- Verbessertes Kundenerlebnis
- Bessere Abstimmung zwischen Marketing und Vertrieb
- Mehr datengestützte Entscheidungsfindung

3. Umfang der Arbeit

Anforderungen an die Umsetzung

1. Bereitstellung der Lösung

- Software-Installation/Konfiguration
- Datenbank-Migration
- Systemintegration
- Benutzereinrichtung und Zugangskontrolle

2. Integrationsdienste

- CRM-Integration
- Website/CMS-Integration
- Integration der Analytik
- Integration sozialer Medienplattformen

3. Ausbildung und Unterstützung

- Schulung von Verwaltungsbenutzern
- Schulung der Endbenutzer
- Technische Dokumentation
- Laufende Unterstützungsdienste

4. Migration von Daten

- Migration der Kontaktdatenbank
- Übertragung historischer Kampagnendaten
- Migration von Inhalten
- Benutzerdefinierte Feldzuordnung

4. Technische Anforderungen

Systemarchitektur

1. Optionen für den Einsatz

- Cloud-basierte SaaS-Lösung
- 99,9 % Mindestbetriebszeitgarantie
- Automatisierte Sicherungssysteme
- Disaster Recovery-Funktionen

2. Sicherheitsanforderungen

- SOC 2 Typ II-Konformität
- Datenverschlüsselung im Ruhezustand und bei der Übertragung
- Multi-Faktor-Authentifizierung
- Rollenbasierte Zugriffskontrolle
- Regelmäßige Sicherheitsaudits
- Verfahren zur Reaktion auf Vorfälle

3. Leistungsanforderungen

- Unterstützung für 100+ gleichzeitige Benutzer
- Seitenladezeiten unter 3 Sekunden
- E-Mail-Versandkapazität von mehr als 1 Mio./Monat
- Datenverarbeitung in Echtzeit
- Skalierbare Architektur

4. Anforderungen an die Integration

- Verfügbarkeit der REST-API
- SOAP-API-Unterstützung, falls erforderlich
- Webhook-Unterstützung
- Single Sign-On (SSO) Fähigkeit
- Standard-Authentifizierungsmethoden

5. Datenverwaltung

- Automatisierte Datensicherung
- Maßnahmen zur Datenspeicherung
- Funktionen zur Datenarchivierung
- Import/Export-Funktionalität
- Skalierbarkeit der Datenbank

6. Browser-Unterstützung

- Chrome (die letzten 2 Versionen)
- Firefox (die letzten 2 Versionen)
- Safari (die letzten 2 Versionen)
- Edge (letzte 2 Versionen)
- Kompatibilität mit mobilen Browsern

7. Mobile Anforderungen

- Native iOS-App
- Native Android-Anwendung
- Responsive Web-Oberfläche
- Offline-Fähigkeiten

8. Compliance-Anforderungen

- Einhaltung der GDPR
- Einhaltung des CCPA
- CAN-SPAM-Konformität
- ISO 27001-Zertifizierung
- Branchenspezifische Vorschriften

5. Funktionale Anforderungen

Kernfunktionen

1. Kampagnenmanagement

Tipp: Das Kampagnenmanagement ist die Grundlage jeder Marketingautomatisierungsplattform. Konzentrieren Sie sich darauf, sowohl grundlegende als auch erweiterte Funktionen zu bewerten, die Ihren aktuellen und zukünftigen Anforderungen an die Kampagnenkomplexität entsprechen.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Erstellung von Kampagnen	Automatisierte Erstellung mehrstufiger Kampagnen		
	Grafische Modellierungswerkzeuge		
	Drag-and-Drop-Funktionalität		
Kampagnenablauf	Möglichkeiten für Split-Tests		
	Mailing-Optionen zusammenführen		
	Entscheidungsbasierte Verzweigung		
Multi-Channel-Unterstützung	Integration von E-Mail-Kanälen		

	Integration sozialer Medien		
	SMS/Mobilfunk-Integration		
	Kanalübergreifende Koordination		

2. Segmentierung

Tipp: Eine wirksame Segmentierung ist entscheidend für den Erfolg von gezieltem Marketing. Stellen Sie sicher, dass die Plattform sowohl standardmäßige demografische als auch erweiterte verhaltensbezogene Segmentierungsfunktionen mit Echtzeitaktualisierung bietet.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Segmentierung Schnittstelle	Grafische Segmentierungswerkzeuge		
	Visuelle Zielgruppenstrukturierung		
	Segmenterstellung per Drag-and-Drop		
Kriterien für die Segmentierung	Geografische Ausrichtung		
	Demografische Zielgruppenansprache		
	Psychografische Analyse		
	Verhaltensbasierte Überwachung		
Verwaltung von Regeln	Unterstützung boolescher Operatoren		
	Erstellung benutzerdefinierter Regeln		

	Möglichkeiten der Regelkombination		
Konzernleitung	Manuelle Einstellungen		
	Automatische Aktualisierungen		
	Dynamische Gruppenzugehörigkeit		

[Möchten Sie, dass ich mit dem Rest der Kernfunktionen fortfahre? Ich werde genau diesen Detaillierungsgrad und die Formatierung beibehalten]

3. Blei-Management

Tipp: Lead-Management-Funktionen müssen Marketing und Vertrieb nahtlos miteinander verbinden. Konzentrieren Sie sich auf eine flexible Bewertung, Automatisierungsregeln und eine reibungslose CRM-Integration für eine effektive Lead-Bearbeitung.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Lead-Bewertung	Benutzerdefinierte Scoring-Modelle		
	Verhaltensbasiertes Scoring		
	Demografisches Scoring		
Leitweglenkung	Automatisierte Routing-Regeln		
	Verwaltung der Gebiete		
	Verteilung nach dem Zufallsprinzip		
Integration der Verkäufe	CRM-Datenabgleich		
	Verfolgung der Verkaufsaktivitäten		

	Aktualisierungen des Leitungsstatus		
Datenverwaltung	Aktualisierungen in Echtzeit		
	Anreicherung der Daten		
	Verwaltung von Duplikaten		

4. E-Mail-Marketing

Tipp: E-Mail bleibt ein wichtiger Kanal. Prüfen Sie sowohl grundlegende E-Mail-Funktionen als auch erweiterte Funktionen wie dynamische Inhalte und automatisierte Workflows, um einen umfassenden E-Mail-Marketing-Erfolg zu gewährleisten.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Erstellung von Kampagnen	E-Mail-Vorlagenerstellung		
	Dynamische Einfügung von Inhalten		
	A/B-Testmöglichkeiten		
Kampagnen nähren	Entscheidungsbasierte Verzweigung		
	Auslöserbasierte E-Mails		
	Automatisierte Abläufe		
Zustellbarkeit	SPF/DKIM-Unterstützung		
	Bounce-Management		
	Berichterstattung über die Zustellbarkeit		
Personalisierung	Einfügen eines benutzerdefinierten Feldes		

	Dynamische Inhaltsblöcke		
	Verhaltensbasierte Zielgruppenansprache		

5. Landing Pages & Formulare

Tip: Landing Page- und Formularfunktionen wirken sich direkt auf den Konversionserfolg aus. Achten Sie auf einen intuitiven Aufbau, mobile Reaktionsfähigkeit und eine fortschrittliche Formularlogik, die komplexe Lead-Capture-Szenarien verarbeiten kann.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Erstellung einer Landing Page	Visueller Seitenersteller		
	Vorlagenbibliothek		
	Benutzerdefinierte HTML/CSS-Unterstützung		
Formenbau	Drag-and-Drop-Formular-Editor		
	Regeln für die Feldüberprüfung		
	Obligatorische Feldeinstellungen		
Design-Merkmale	Reaktionsfähiges Design		
	Mobile Optimierung		
	A/B-Testmöglichkeiten		
Form Logik	Bedingte Logik		
	Progressives Profiling		
	Dynamische Feldbevölkerung		

6. Analytik & Berichterstattung

Tipp: Umfassende Analysen fördern die Optimierung und ROI-Verfolgung. Stellen Sie sicher, dass die Plattform sowohl übersichtliche Dashboards als auch detaillierte Drilldown-Funktionen mit anpassbaren Berichten bietet.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Eigenschaften des Dashboards	Anpassbare Dashboards		
	Datenaktualisierung in Echtzeit		
	Interaktive Visualisierungen		
Leistungsmetriken	Verfolgung der Kampagnenleistung		
	Analyse der Wirksamkeit der Kanäle		
	ROI-Berechnungen		
	Attributionsmodellierung	Multi-Channel-Attribution	
	Benutzerdefinierte Zuordnungsmodelle		
	Analyse des Berührungspunkts		
Erstellung von Berichten	Automatisierte Berichtsplanung		
	Benutzerdefinierte Berichtserstellung		
	Exportmöglichkeiten		

[Fortsetzung von Teil 4 - Weitere Kernfunktionen...]

7. Integrationsfähigkeiten

Tipp: Starke Integrationsfähigkeiten sorgen für eine nahtlose Verbindung mit Ihrem bestehenden Tech-Stack. Konzentrieren Sie sich sowohl auf vorgefertigte Konnektoren als auch auf API-Flexibilität für benutzerdefinierte Integrationen.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
CRM-Integration	Bi-direktionale Synchronisation		
	Feldkartierung		
	Aktualisierungen in Echtzeit		
Analyse-Plattformen	Integration von Google Analytics		
	Benutzerdefinierte Analysetools		
	Verbindung zum Data Warehouse		
Integration in den elektronischen Geschäftsverkehr	Plattform-Anschlüsse		
	Auftragsverfolgung		
	Synchronisierung des Kundenverhaltens		
API-Fähigkeiten	Verfügbarkeit der REST-API		
	API-Dokumentation		
	Unterstützung für benutzerdefinierte Endpunkte		

Daten-Synchronisation	Automatisierte Synchronisationen		
	Fehlerbehandlung		
	Lösung von Konflikten		

8. Automatisierung von Arbeitsabläufen

Tip: Funktionen zur Workflow-Automatisierung sollten ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Leistung und Benutzerfreundlichkeit bieten. Suchen Sie nach visuellen Buildern, die komplexe Szenarien bewältigen können und dennoch überschaubar bleiben.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Visueller Arbeitsablauf	Drag-and-Drop-Erstellung		
	Unterstützung der Verzweigungslogik		
	Sequenzierung von Aktionen		
Auslöser-Konfiguration	Ereignisbasierte Auslöser		
	Zeitbasierte Auslöser		
	Verhaltensbasierte Auslöser		
Lead Nurturing	Automatisierte Fahrten		
	Dynamische Einfügung von Inhalten		
	Progressives Profiling		
Arbeitsablauf-Management	Versionskontrolle		
	Testmöglichkeiten		

	Überwachung der Leistung		
--	--------------------------	--	--

9. GDPR-Einhaltung

Tipp: Die Einhaltung der GDPR muss umfassend und anpassungsfähig sein. Stellen Sie sicher, dass das System die Verwaltung von Einwilligungen, Datenrechten und Datenschutzanforderungen für alle Marketingaktivitäten abdeckt.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Datensicherheit	Sichere Datenspeicherung		
	Verschlüsselungsmethoden		
	Zugangskontrollen		
Verwaltung von Genehmigungen	Verfolgung der Zustimmung		
	Kanalspezifische Berechtigungen		
	Präferenz-Zentren		
Datenverarbeitung	Bearbeitung von Datenanfragen		
	Recht auf Vergessenwerden		
	Fähigkeiten zum Datenexport		
Verwaltung von Abonnements	Opt-in-Verfahren		
	Behandlung von Abbestellungen		
	Aktualisierungen der Präferenzen		

10. Multi-Client-Unterstützung

Tip: Multi-Mandanten-Funktionen sollten eine klare Trennung zwischen den Mandanten ermöglichen und gleichzeitig eine effiziente Verwaltung über mehrere Konten hinweg erlauben. Berücksichtigen Sie die Anforderungen an die Skalierbarkeit.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Kontostruktur	Verwaltung von Stammkonten		
	Erstellung von Untermantanten		
	Rollenbasierter Zugang		
Mandantenübergreifende Analyse	Aggregierte Berichterstattung		
	Leistungsvergleich		
	Nutzung der Ressourcen		
Kundenmanagement	Gemeinsame Nutzung von Vorlagen		
	Vermögensverwaltung		
	Durchsetzung bewährter Praktiken		
Berichterstattung	Individuelle Kundenberichte		
	Mandantenübergreifende Analytik		
	Benutzerdefinierte Berichte		

11. Mobile Fähigkeiten

Tip: Mobile Fähigkeiten sollten über responsives Design hinausgehen und umfassende mobile Marketingfunktionen und Interaktionskanäle beinhalten.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Reaktionsfähiges Design	Mobile-first-Vorlagen		
	Adaptive Layouts		
	Gerätevorschau		
SMS-Marketing	Erstellung von SMS-Kampagnen		
	Unterstützung von Kurzcodes		
	Terminierung von Nachrichten		
Push-Benachrichtigungen	App-Push-Benachrichtigungen		
	Web-Push-Benachrichtigungen		
	Unterstützung von Rich Media		
Mobile Analytik	Verfolgung des mobilen Engagements		
	App-Leistungsmetriken		
	Geräteübergreifende Analytik		

KI-gestützte Funktionen

5.1 KI-gestützte Inhaltserstellung

Tipp: KI für die Inhaltserstellung sollte eine konsistente Markensprache beibehalten und gleichzeitig die manuelle Erstellungszeit reduzieren. Beurteilen Sie Qualität, Konsistenz und Anpassungsmöglichkeiten.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
E-Mail-Inhalt	Automatisierte Erstellung von E-Mail-Kopien		

	Optimierung der Betreffzeile		
	Vorschläge für Call-to-Action		
Soziale Medien	Generation Post		
	Plattformspezifische Formatierung		
	Hashtag-Empfehlungen		
Inhalt der Anzeige	Erstellung von Anzeigentexten		
	A/B-Testvarianten		
	Plattformspezifische Anpassungen		
Produkt Inhalt	Beschreibung der Produktgeneration		
	Merkmal Hervorhebung		
	Anpassung des Tons		

5.2 Erweiterte prädiktive Analytik

Tipp: Prädiktive Analysen sollten verwertbare Erkenntnisse für strategische Entscheidungen liefern. Achten Sie auf Genauigkeit, Lernfähigkeit und praktische Anwendungen.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Verhaltensprognose	Modellierung des Kundenverhaltens		
	Scoring der Kaufwahrscheinlichkeit		
	Vorhersage der Abwanderung		
Absatzprognosen	Umsatzprognosen		
	Bewertung von Gelegenheiten		

	Pipeline-Analyse		
Lead-Bewertung	ML-basierte Lead-Scoring		
	Verhaltensbasiertes Scoring		
	Dynamische Punkteanpassung		
Marktanalyse	Identifizierung von Trends		
	Analyse der Wettbewerber		
	Erkennung von Marktchancen		

5.3 Intelligente Segmentierung und Zielgruppenansprache

Tipp: KI-gesteuerte Segmentierung sollte herkömmliche Methoden mit dynamischen, verhaltensbasierten Gruppierungen und Echtzeit-Anpassungen ergänzen.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Dynamische Segmentierung	Verhaltensanalyse in Echtzeit		
	Automatisierte Segmenterstellung		
	Verfolgung der Segmententwicklung		
Erstellung eines Publikums	Lookalike-Modellierung		
	Benutzerdefinierte Zielgruppenbildung		
	Kanalübergreifende Zielgruppen		
Journey Mapping	Automatisiertes Journey Mapping		

	Touchpoint-Optimierung		
	Reise-Analytik		
Prädiktives Targeting	Vorhersage zukünftigen Verhaltens		
	Vorschläge für die nächstbeste Aktion		
	Identifizierung von Gelegenheiten		

5.4 Erweiterungen der natürlichen Sprachverarbeitung (NLP)

Tipp: NLP-Funktionen sollten die Kundenkommunikation über alle Kanäle hinweg effektiv analysieren. Achten Sie auf mehrsprachige Unterstützung und Fähigkeiten zur Gewinnung von Erkenntnissen.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Sentiment-Analyse	Analyse des Kundenfeedbacks		
	Überwachung sozialer Medien		
	Überprüfung der Analyse		
Erkennung von Absichten	Analyse von Kundenanfragen		
	Scoring der Kaufabsicht		
	Klassifizierung der Abfrage		
Mehrsprachige Unterstützung	Erkennung von Sprachen		
	Übersetzungsfähigkeiten		
	Sprachübergreifende Analyse		

Inhaltliche Analyse	Text-Zusammenfassung		
	Schlüsselwort-Extraktion		
	Thema Modellierung		

5.5 Visuelle KI und Computer Vision

Tipp: Visuelle KI sollte die Inhaltsanalyse verbessern und gleichzeitig die Markenkonsistenz gewährleisten. Bewerten Sie die Genauigkeit der Bilderkennung und die Generierung von Erkenntnissen.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Inhaltliche Analyse	Bild-/Videoanalyse		
	Klassifizierung des Inhalts		
	Erkennung von Objekten		
Design-Unterstützung	Empfehlungen zur Gestaltung		
	Überprüfung der Markenkonsistenz		
	Optimierung des Layouts		
UGC-Verarbeitung	Moderation von Inhalten		
	Visuelle Trendanalyse		
	Engagement-Prognose		
Soziale Medien	Visuelle Trendverfolgung		
	Leistungsvorhersage		
	Empfehlungen zum Inhalt		

5.6 Konversationelle KI und Chatbots

Tip: Konversationelle KI sollte natürliche Interaktionen ermöglichen und gleichzeitig in Marketing-Automatisierungs-Workflows integriert werden. Konzentrieren Sie sich auf die Qualität der Konversation und Übergabefunktionen.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Behandlung von Anfragen	Verarbeitung komplexer Abfragen		
	Pflege des Kontexts		
	Personalisierung der Antwort		
Marketing-Integration	Integration von Kampagnen		
	Lead-Qualifizierung		
	Datenerhebung		
Erkennung von Emotionen	Erkennung von Gefühlen		
	Anpassung des Tons		
	Auslöser der Eskalation		
Bot-Management	Ausbildungsmöglichkeiten		
	Überwachung der Leistung		
	Kontinuierliche Verbesserung		

5.7 KI-gesteuerte Personalisierung

Tip: Personalisierung sollte wirklich individuelle Erlebnisse über alle Kanäle hinweg schaffen. Evaluieren Sie Echtzeit-Funktionen und Skalierbarkeit.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Inhaltliche Empfehlungen	Dynamische Inhaltsauswahl		

	Kanalübergreifende Koordination		
	Anpassung in Echtzeit		
Website-Personalisierung	Dynamischer Seiteninhalt		
	Verhaltensbasierte Anpassung		
	Automatisierung von A/B-Tests		
E-Mail-Personalisierung	Anpassung der Inhalte		
	Optimierung der Sendezeit		
	Dynamische Angebote		
Produkt-Empfehlungen	Analyse der Kaufhistorie		
	Cross-Sell-Vorschläge		
	Bündel-Empfehlungen		

5.8 Automatisierte A/B-Tests und -Optimierung

Tipp: KI-gesteuerte Tests sollten den gesamten Testzyklus automatisieren und gleichzeitig klare Erkenntnisse liefern. Achten Sie auf automatisierte Testdesign- und Analysefunktionen.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Multivariate Tests	Automatisierung des Testdesigns		
	Variable Kombinationsprüfung		
	Analyse der statistischen Signifikanz		
Echtzeit-Optimierung	Leistungsüberwachung		

	Dynamische Anpassungen		
	Auswahl des Gewinners		
Generierung von Inhalten	Erstellung von Varianten		
	Leistungsvorhersage		
	Lernende Anwendung		

5.9 Kanalübergreifende Attributionsmodellierung

Tipp: Die KI-Attribution sollte klare Einblicke in die Marketingeffektivität über alle Kanäle hinweg liefern. Konzentrieren Sie sich auf Modellgenauigkeit und umsetzbare Erkenntnisse.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Attributionsmodelle	Erstellung benutzerdefinierter Modelle		
	Multi-Touch-Attribution		
	ROI-Berechnung		
Wertberechnung	Wert der Kundenlebensdauer		
	Analyse der Umstellungspfade		
	Zuordnung der Einnahmen		
Budget-Zuweisung	Optimierung der Kanäle		
	Empfehlungen für die Ausgaben		
	Leistungsprognose		

5.10 KI-gestützte Datenverarbeitung und -verwaltung

Tipp: Die KI-Datenverarbeitung sollte komplexe Datenverwaltungsaufgaben automatisieren und gleichzeitig die Qualität sicherstellen. Berücksichtigen Sie die Möglichkeiten der Bereinigung, Integration und Compliance.

Anforderung	Teilanforderung	JA/NEIN	Anmerkungen
Bereinigung von Daten	Automatisierte Reinigung		
	Normalisierung		
	Deduplizierung		
Integration von Daten	Anschluss der Quelle		
	Standardisierung von Formaten		
	Fehlerbehandlung		
Compliance Management	Automatisierung der Datenschutzkontrolle		
	Überwachung der Einhaltung		
	Erkennung von Verstößen		
Erkennung von Anomalien	Mustererkennung		
	Erzeugung von Warnmeldungen		
	Vorschläge zur Auflösung		

6. Qualifikationen des Anbieters

- Unternehmensgeschichte und Erfahrung in der Marketingautomatisierung
- Aktueller Kundenstamm und Referenzen
- Technische Unterstützungsmöglichkeiten und Service Level Agreements
- Produktfahrplan und künftige Entwicklungspläne
- Partnerschaften und Integrationen mit anderen Anbietern

7. Kriterien für die Bewertung

1. Umfassender Umfang der Lösung

2. Einfacher Einsatz und einfaches Management
3. Skalierbarkeit und Leistung
4. Integrationsfähigkeit
5. Ruf und Unterstützung des Anbieters
6. Gesamtbetriebskosten
7. Innovation und Anpassungsfähigkeit

8. Einreichungsrichtlinien

Die Anbieter müssen einreichen:

1. Detaillierte Beschreibung der Lösung
2. Antworten auf technische und funktionale Anforderungen
3. Umsetzungsplan und Zeitplan
4. Vollständige Preisstruktur
5. Beispielberichte und Dashboards
6. Kundenreferenzen

9. Zeitleiste

- RFP-Freigabedatum: [Datum]
- Einsendeschluss: [Datum]
- Fälligkeitsdatum des Vorschlags: [Datum]
- Präsentationen des Anbieters: [Datumsbereich]
- Endgültige Auswahl: [Datum]
- Projektaufakt: [Datum]

Vorschläge einreichen bei: [Kontaktinformationen]