

Marketing automation maturity model

Marketing automation maturity model Nederlands	2 — 9
Marketing automation maturity model English	10 — 17



Marketing automation maturity model

Verbeter en versterk je marketing automation strategie. Bergen verzetten begint met het eerste steentje.



Wat is een marketing automation maturity model?

Het marketing automation maturity model is een handig hulpmiddel om te zien hoe ver jouw organisatie staat met marketingautomatisering en om stap voor stap te groeien naar het hoogste niveau.

Dit model helpt je om te bepalen waar je nu staat, waar nog verbeteringen mogelijk zijn, en welke stappen je kunt nemen om je marketingautomatisering steeds beter te maken.



Vergelijken

Bepaal in welke fase van het marketing automation maturity model je je bevindt en vergelijk ook eens jouw prestaties met die van je concurrenten.



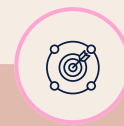
Groeiplan ontwikkelen

Het model helpt je om een gestructureerd plan voor je groei te maken.



Mogelijkheden ontdekken

Gebruik het model om kansen in je strategie te ontdekken die je misschien over het hoofd hebt gezien.



Resultaten optimaliseren

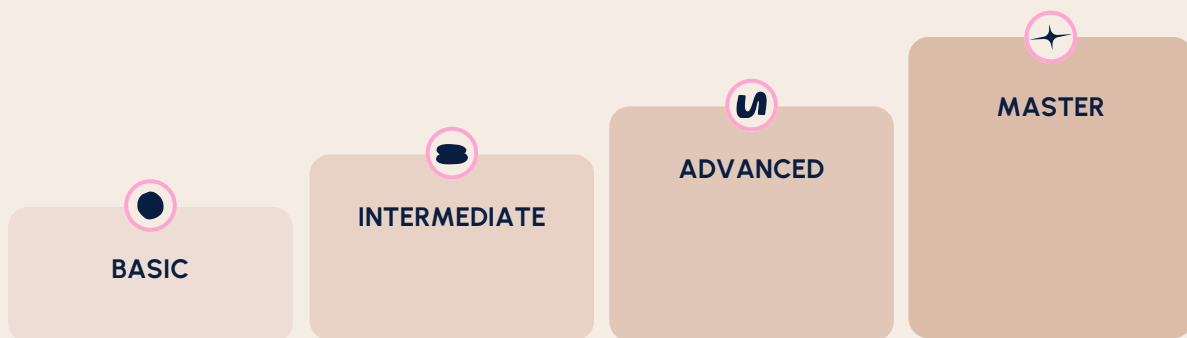
Door de marketing automation maturity fasen systematisch te doorlopen en de bijbehorende tactieken toe te passen, kun je je resultaten optimaliseren.



In welke fase zit jij?

Een marketing automation maturity model helpt bedrijven hun volwassenheid op het gebied van marketingautomatisering te begrijpen en te verbeteren.

Dit model is ingedeeld in verschillende fases: Basic, Intermediate, Advanced en Master. Elke fase vertegenwoordigt een stap vooruit in de verfijning en effectiviteit van marketingautomatisering binnen een organisatie.



	BASIC	INTERMEDIATE	ADVANCED	MASTER
DOEL	Bereik	Personalisatie	Engagement	Retentie en loyalty
STRATEGIE	Handmatige selectie	Geautomatiseerde segmentatie	Geautomatiseerde event driven campagnes	Geautomatiseerde omnichannel marketing
TACTIEK	Bulk nieuwsbrieven	Gesegmenteerde emails	Event driven campagnes	Customer interaction programma
DATA	E-mailadres	Profieldata en interesses	Aankoopdata en behavioral data	360 ° klantendata
METRICS	# Aantal verzonden e-mails	OR, CTR	Conversie	CLV, RFM
AI	GenAI om content en ideeën te genereren.	AI-implementatie voor A/B-testen en eenvoudige personalisatie.	AI voor real-time personalisatie, predictive analytics, ...	AI is de kern van elke marketingbeslissing
KANALEN	E-mail	E-mail	Multichannel (e-mail, app, website, ...)	Omnichannel (offline en online)
USE CASE	Wekelijkse nieuwsbrief	Nieuwsbrieven gebaseerd op interesses en gedrag	Transactionele e-mails, recommendations, ...	Heractivatie, loyalty, up-sell, cross-sell



Basic

Je focus ligt op een zo groot mogelijk bereik en het genereren van opens, kliks en traffic.

Strategie

Het verzenden van generieke massa-e-mails, zoals nieuwsbrieven en promotionele berichten, naar een zo groot mogelijke groep ontvangers.



Intermediate

Je focust op meer relevantie en personalisatie met behulp van o.a. demografische kenmerken om zo segmenten op te zetten.

Strategie

Het opbouwen van een solide basis voor geautomatiseerde marketingcampagnes door eenvoudige segmentaties en automatisering toe te passen, met een focus op het vergroten van bereik en betrokkenheid.



Advanced

Je focust op op het opzetten van geautomatiseerde campagnes op basis van datagedreven triggers.

Strategie

Het optimaliseren van klantinteracties door gebruik te maken van diepere klantinzichten en geavanceerdere automatiseringstechnieken om meer gepersonaliseerde en relevante communicatie te leveren, met een focus op het verhogen van klantbetrokkenheid en conversie.




Master

Je focust op klantbehoud en het verhogen van de loyaliteit waarbij je gebruik maakt van een multichannel customer lifecycle.

Strategie

Het opzetten en verfijnen van een geïntegreerde klantlevenscyclusstrategie, waarbij gebruik wordt gemaakt van alle beschikbare databronnen.





BERGEN VERZETTEN BEGINT BIJ HET EERSTE STEENTJE.

Team Pebble staat klaar om je bij te staan!
Let's talk!

www.pebble.digital

liesbet@pebble.digital



Marketing automation maturity model

Improve and strengthen your marketing automation strategy. Moving mountains starts with the first brick.



What is a marketing automation maturity model?

The marketing automation maturity model is a useful tool to see how far along your organisation is with marketing automation and to grow step by step to the highest level.

This model helps you determine where you are now, where improvements can still be made, and what steps you can take to make your marketing automation better and better.



Compare

Determine what stage of the marketing automation maturity model you are at and also compare your performance with that of your competitors.



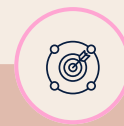
Develop growth plan

The model helps you create a structured plan for your growth.



Discovering possibilities

Use the model to spot opportunities in your strategy that you may have overlooked.



Optimising results

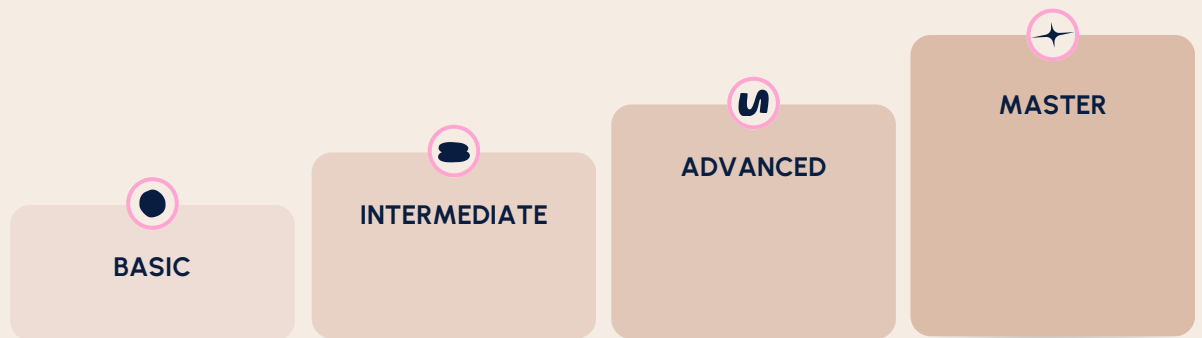
By going through the marketing automation maturity phases systematically and applying the corresponding tactics, you can optimise your results.



What stage are you in?

A marketing automation maturity model helps companies understand and improve their marketing automation maturity.

This model is divided into several stages: Basic, Intermediate, Advanced and Master. Each stage represents a step forward in the sophistication and effectiveness of marketing automation within an organisation.



	BASIC	INTERMEDIATE	ADVANCED	MASTER
GOAL	Reach	Personalisation	Engagement	Retention and loyalty
STRATEGY	Manual selection	Automated segmentation	Automated event-driven campaigns	Automated omnichannel marketing
TACTIC	Bulk newsletters	Segmented mails	Event driven campaign	Automated omnichannel marketing
DATA	Email address	Profile data and interests	Purchase data and behavioural data	360° customer data
METRICS	# Number of e-mails sent	OR, CTR	Conversion	CLV, RFM
AI	GenAI to generate content and ideas.	AI implementation for A/B testing and easy personalisation.	AI voor realtime personalisatie, voorspellende analyses	AI is at the heart of every marketing decision
CHANNELS	Email	Email	Multichannel (email, app, website, ...)	Omnichannel (offline and online)
USE CASE	Weekly newsletter	Newsletters based on interests and behaviour	Transaction emails, recommendations, ...	Re-activation, loyalty, up-sell, cross-sell

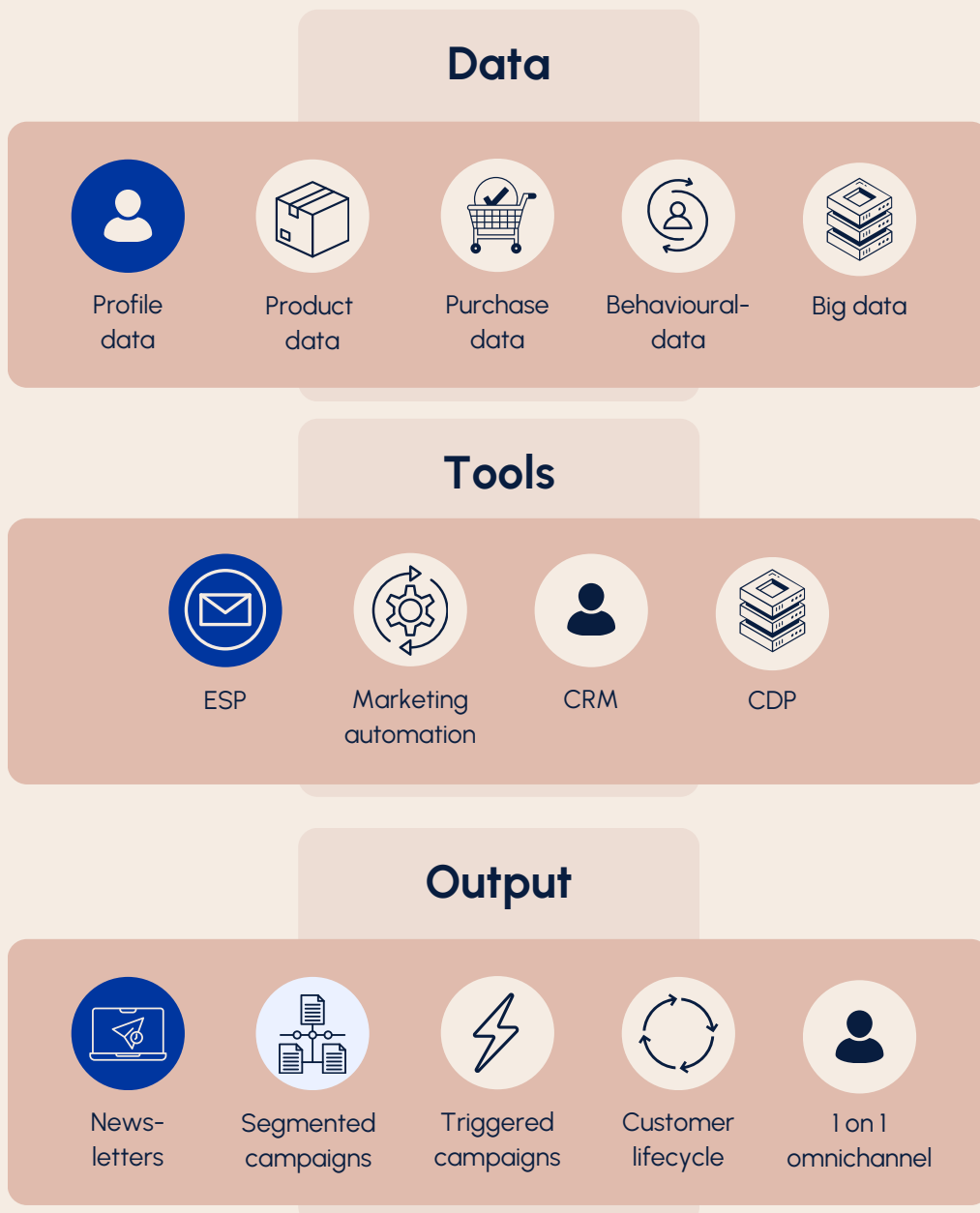


● Basic

Your focus is on maximising reach and generating opens, clicks and traffic.

Strategy

Sending generic mass emails, such as newsletters and promotional messages, to the largest possible group of recipients.

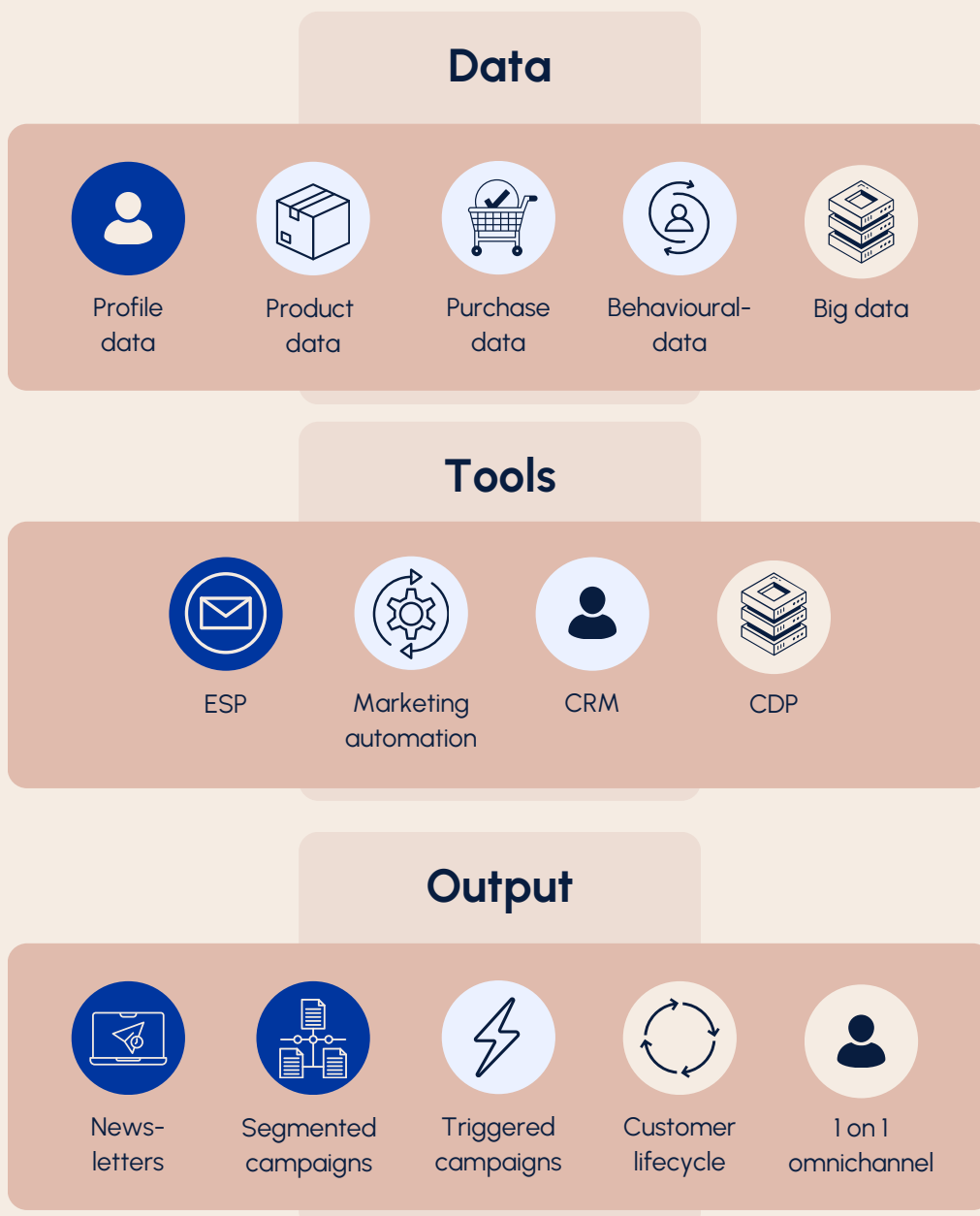


Intermediate

You focus on greater relevance and personalisation using demographic characteristics to set up segments.

Strategy

Building a solid foundation for automated marketing campaigns by applying simple segmentations and automation, with a focus on increasing reach and engagement.



Advanced

You focus on setting up automated campaigns based on data-driven triggers.

Strategy

Optimise customer interactions by using deeper customer insights and more advanced automation techniques to deliver more personalised and relevant communications, with a focus on increasing customer engagement and conversion.





You focus on customer retention and increasing loyalty using a multichannel customer lifecycle.

Strategie

Creating and refining an integrated customer lifecycle strategy using all available data sources.





MOVING MOUNTAINS STARTS WITH THE FIRST PEBBLE

Team Pebble is ready to assist you! Let's talk!

www.pebble.digital

liesbet@pebble.digital

