

# **Zastosowanie Marketing Automation w branży konferencyjno-kongresowej**

**Renata Gerlach**

Dynamicznie rozwijająca się branża konferencyjno-kongresowa domaga się nowych rozwiązań. Jednym z najistotniejszych z nich jest automatyzacja marketingu, umożliwiająca personalizację komunikacji z klientem, dzięki czemu przedstawiana mu oferta (zarówno na stronie internetowej, jak i w wiadomościach email) odpowiada dokładnie jego potrzebom. Systemy klasy Marketing Automation, takie jak SALESmanago, identyfikują danego użytkownika oraz budują jego profil w oparciu o Digital Body Language (odwiedzone strony www, pobrania plików, odpowiedź na email, informacje, których szuka, zachowanie na stronie internetowej) oraz przekazane przez niego samego dane (np. dotyczące charakteru, budżetu i rozmiaru planowanego przedsięwzięcia). Taka wiedza pozwala na segmentację klientów oraz personalizację komunikacji, konieczną w rzeczywistości nadmiaru komunikatów i bodźców.

Niniejsze rozważania przedstawiono z perspektywy działu marketingu hotelu i oparto na sprawdzonych rozwiązaniach, jakie zastosowano wśród klientów SALESmanago z tej branży. Stanowią one próbę odpowiedzi na pytanie: „jakie narzędzia komunikacji i strategie marketingowe są najbardziej efektywne w obszarze turystyki kongresowo-konferencyjnej?”.

Przedstawiona w tekście analiza wykorzystania systemów Marketing Automation pokazuje, jakie korzyści – niedostępne przy użyciu innych środków – można w ten sposób uzyskać.

**Słowa kluczowe:** marketing automation, big data, digital body language, hotelarstwo, konferencje, email marketing, personalizacja treści.

## **Marketing automation in the meeting industry**

The paper is to analyze potential of marketing automation in the area of meeting industry, and to describe its functions, mainly personalization of communication with customers. Marketing Automation systems, such as SALESmanago, identify given user on the website and build his profile based on his Digital Body Language (visited websites, files downloaded, behavior on website) and information filled into forms on the website (size, type and budget of a planned event).

The study focuses on hotel marketing and is based on proved solutions implemented among SALESmanago partners from that branch. It attempts to answer questions: “Which means of communication and marketing strategies are

most efficient in meeting industry?” and shows what benefits can be gained with Marketing Automation.

**Keywords:** marketing automation, big data, digital body language, hotel industry, conferences, email marketing, content personalization.