

# salesforce pardot implementering



Når Pardot skal implementeres, er det vigtigt at involvere folk med de rette kompetencer og folk som har mandat til at tage beslutninger på vegne af virksomheden. I implementeringen af Pardot skal der trækkes på kompetencer fra en række forskellige ressourcer.

## FORUD FOR IMPLEMENTERING



Pardot vil ændre på måden salg arbejder med leads. Derfor er det vigtigt, at salgsledelsen forstår de muligheder, som et Pardot projekt vil give, så salgsledelsen accepterer de ændringer, som Pardot vil betyde for salgsafdelingen. Derfor skal salgsledelsen involveres i beslutningen om at implementere Pardot.



Arbejdet med Pardot kræver, at marketingafdelingen bruger tid og ressourcer på at oprette indhold i både Pardot og på virksomhedens hjemmeside. Det indebærer, at hjemmesiden indeholder touch points, hvorigennem der kan opsamles information om de besøgende. Det kan bl.a. gøres ved hjælp af formularer, som skal udfyldes for at få whitepapers tilsendt eller via registreringsformularer for arrangementer. Pardot skal derfor tænkes ind som en integreret del af en virksomheds content marketing strategi.

## TEKNISK IMPLEMENTERING



Webmaster

I forbindelse med implementering af Pardot skal en Tracking-kode placeres på alle ønskede sider af virksomhedens website. Dette skal gøres af en webmaster, som placerer et java-script på siden. Dette java-script genereres automatisk i Pardot.



IT-afdelingen

Herefter skal IT-afdelingen på arbejde. Først skal de oprette et CName, som sørger for, at alle de aktiviteter som bliver gennemført gennem Pardot bliver vist fra virksomhedens egen hjemmeside. Derudover skal IT-afdelingen sætte godkendelse op for SPF/Sender ID og Domain Keys. Det gør, at Pardot genererede e-mails bliver sendt fra virksomhedens egen e-mail adresse.



CRM-ansvarlig

Pardot er et stærkt redskab – og i samarbejde med et CRM-system er det endnu stærkere. I forbindelse med implementeringen af Pardot, skal virksomhedens CRM-administrator involveres for at integrere Pardot op mod virksomhedens CRM-system. Hvis der anvendes Salesforce.com, NetSuite, Microsoft Dynamics CRM eller Sugar CRM findes der en prækonfigureret integration, som nemt og hurtigt kan sættes op.

## FUNKTIONEL IMPLEMENTERING



Marketing

Nu er det tekniske sat op, og det er nu op til marketingteamet at udforme indhold i både Pardot og på virksomhedens hjemmeside. Hjemmesiden skal indeholde spændende indhold, som vil tiltrække besøgende og formularer, som giver de besøgende en grund til at videregive oplysninger om dem selv. I Pardot skal der oprettes kampagner, e-mail skabloner, landingpages, lister, automatiseringer og meget mere.



Salg

Det er salg der skal nyde frugterne af implementeringen af Pardot, idet de får mere relevante leads og information om hvad leads er interesserede i. Salg skal være med til at definere, hvornår et lead er klar til at blive tildelt en sælger, og om leads med specifikke interesser skal tildeles bestemte sælgere. Derudover kræves det, at Salgsafdelingen får en grundig introduktion til Pardot, så de får det optimale ud af løsningen.

## Om Capgemini Sogeti Danmark

Capgemini Sogeti leverer IT-konsulentytelser indenfor udvikling og integration, softwaretest og applikationsvedligeholdelse både onshore og offshore og har mere end 200.000 ansatte i 40 lande, heraf 300 i Danmark. Capgemini Sogeti er et hel-ejet datterselskab af Cap Gemini SA, som er noteret på børsen i Paris.

### Vores Salesforce løsninger

Capgemini Sogeti er Salesforce Global Strategic Cloud Alliance Partner og leverer Salesforce løsninger - fra analyse til systemudvikling, implementering, organisatorisk forankring, uddannelse, forvaltning og drift. Hvad end det drejer sig om at optimere salgsafdelingen, forbedre servicecentret, marketingsautomatisering, tilbyde flere mobile løsninger til de ansatte, eller rykke i retning af "den sociale organisation" har vi ressourcerne.

For mere information, besøg [www.capgeminoisogeti.dk/marketing-automation](http://www.capgeminoisogeti.dk/marketing-automation)