



Marketing Cloud Engagement for Industries



salesforce.org

© Copyright 2000–2023 salesforce.com, inc. All rights reserved. Salesforce is a registered trademark of salesforce.com, inc., as are other names and marks. Other marks appearing herein may be trademarks of their respective owners.

Inhalt

Marketing Cloud Engagement for Industries-Dokumentation	1
Erste Schritte mit Marketing Cloud Engagement for Industries.....	1
Informationen zu E-Mail-Vorlagen.....	3
Einrichten von Marketing Cloud-Geschäftsbereichen.....	4
Marketing Cloud Engagement for Industries und Übersetzung.....	15
Problembehandlung von Marketing Cloud Engagement for Industries.....	18
Marketing Cloud Engagement für Ihre Produkte.....	20
Marketing Cloud Engagement for Education.....	21
Marketing Cloud Engagement for Financial Services Cloud.....	26
Marketing Cloud Engagement for Health Cloud.....	29
Marketing Cloud Engagement for Nonprofits – NPSP.....	32

Marketing Cloud Engagement for Industries-Dokumentation

Marketing Cloud Engagement for Industries ist eine Suite von Tools für Outreach-Marketing, die Ihnen helfen, mit Ihren Unterstützern, Kunden und Kontakten zu kommunizieren und zusammenzuarbeiten. Erfahren Sie, wie Sie Ihr Messaging mit personalisierten E-Mails, Zielgruppensegmentierung und automatisierten E-Mail-Kampagnen entscheidend voran bringen.

Erste Schritte mit Marketing Cloud Engagement for Industries

Hier erfahren Sie, wie Sie Marketing Cloud Engagement for Industries installieren und verwenden. Senden Sie personalisierte E-Mails an Zielgruppen, und erstellen Sie automatisierte E-Mail-Kampagnen.

Übersicht zu Marketing Cloud Engagement for Industries

Mithilfe von Marketing Cloud Engagement for Industries können Sie mit ihren Kunden kommunizieren und Initiativen einleiten.

Marketing Cloud Engagement for Industries ist eine Suite von Tools für Outreach-Marketing, die Ihnen helfen, unabhängig von der Größenordnung mit Ihren Unterstützern, Kontakten und Kunden zu kommunizieren und zusammenzuarbeiten. Bringen Sie Ihr Messaging mit personalisierten E-Mails, Zielgruppensegmentierung und automatisierten E-Mail-Kampagnen entscheidend voran.

Damit Sie schnell mit Marketing Cloud loslegen können, haben wir in der Marketing Cloud Engagement for Industries-App eine Seite "Erste Schritte" eingerichtet. Die Seite "Erste Schritte" führt Sie durch den Vorgang der Verbindungserstellung und bietet Zugriff auf eine Reihe spezialisierter Ressourcen, wie etwa E-Mails und Journeys.

Voraussetzungen für Marketing Cloud Engagement for Industries

Bereiten Sie sich auf die Installation von Marketing Cloud Engagement for Industries vor, in dem Sie sich vergewissern, dass Sie über die erforderlichen Lizenzen und Features verfügen.

Damit Sie Marketing Cloud Engagement for Industries installieren können, benötigen Sie die erforderlichen Lizenzen. Wenden Sie sich an Ihren Kundenbetreuer, oder greifen Sie direkt auf [Ihre Salesforce-Accounts](#) zu, um Ihre Abonnements zu verwalten.

Als nächstes müssen Sie die folgenden Voraussetzungen erfüllen, um Marketing Cloud mit Ihrem Salesforce CRM zu verbinden.

Aktivieren von Lightning Experience

Salesforce Lightning stellt die nächste Generation der Salesforce-Benutzeroberfläche dar und ist eine Voraussetzung für Marketing Cloud Engagement for Industries. Falls Ihre Organisation Lightning Experience noch nicht verwendet, erfahren Sie mehr unter [How to Transition to Lightning Experience](#) (Umstieg auf Lightning Experience).

Aktivieren von "Meine Domäne"

Meine Domäne trägt zum Schutz Ihrer Daten bei, indem den URLs Ihrer Salesforce-Organisation ein kundenspezifischer Domänenname hinzugefügt wird, und stellt eine Voraussetzung für Marketing Cloud Engagement for Industries dar. Falls Sie Meine Domäne noch nicht in Ihrer Organisation eingeführt haben, erfahren Sie mehr unter [Set Up My Domain](#) (Einrichten von Meine Domäne).

Installieren des Marketing Cloud Engagement for Industries-Pakets

Installieren Sie das Marketing Cloud Engagement for Industries-Paket in Ihrer Organisation.

1. Besuchen Sie die [Seite des Marketing Cloud Engagement for Industries-Installationsprogramms](#).
2. Klicken Sie auf **Anmelden**, um die Überprüfung vor der Installation zu starten und den Typ Ihrer Organisation auszuwählen.
3. Geben Sie Ihre Anmeldeinformationen ein.
4. Klicken Sie auf **Zulassen**.
5. Klicken Sie auf **Installieren**. Nach Abschluss der Installation erhalten Sie eine Bestätigung.

Starten der Marketing Cloud Engagement for Industries-App

Öffnen Sie die Marketing Cloud Engagement for Industries-App und folgen Sie den Anweisungen auf der Seite "Erste Schritte", um die Verbindung von Marketing Cloud mit Salesforce vorzubereiten.

1. Melden Sie sich bei Salesforce an.

2. Suchen Sie in App Launcher **MC Engagement for Industries**, und wählen Sie den Eintrag aus.
3. Befolgen Sie die Anweisungen auf der Seite "Erste Schritte".

Sie sind jetzt bereit, Marketing Cloud mit Salesforce zu verbinden.

Bereitgestellte Ressourcen von Marketing Cloud Engagement for Industries

Erfahren Sie mehr über die Ressourcen, die Ihnen zur Verfügung stehen, nachdem Sie den Flow "Erste Schritte" in Marketing Cloud Engagement for Industries abgeschlossen haben.

Sie können Ressourcen wie diese nach dem erfolgreichen Abschluss des Flows "Erste Schritte" verwenden.

Bereitgestellte Ressourcen	Speicherort in Marketing Cloud
E-Mails	Content Builder
Journeys	Journey Builder
Automatisierungen	Automation Studio
Datenerweiterungen	Kontaktgenerator

Brauchen Sie Hilfe?

Setzen Sie sich mit den Ressourcen in Verbindung, die Ihnen helfen, Marketing Cloud Engagement for Industries reibungslos zum Laufen zu bringen.

Das Verbinden von Marketing Cloud mit Salesforce kann ein komplexer Prozess sein. Treten Sie der [Trailblazer Community](#) bei, und bitten Sie um Hilfe. In dieser Online-Community können sich Benutzer mit anderen Trailblazer-Teilnehmern in Verbindung setzen, um Ideen auszutauschen und um Hilfe zu bitten.

Sollte dies Ihre Probleme nicht lösen, wenden Sie sich an den Salesforce Support.

Siehe auch:

- [Trailhead: Marketing Cloud Connect-Setup](#)
- [Marketing Cloud-Anleitung zur Problembehandlung](#)

Informationen zu E-Mail-Vorlagen

Finden Sie die E-Mail-Vorlagen, die Ihren Anforderungen entsprechen, und erfahren Sie mehr über die Verwendung von E-Mails in Marketing Cloud.

Suchen der E-Mail-Vorlage für Ihre Branche

Erfahren Sie, wie Sie in Marketing Cloud for Industries die richtige E-Mail-Vorlage für Ihre Bedürfnisse finden.

Versionen von E-Mail-Vorlagen werden anhand ihres Zeitstempels gespeichert. Bevor Sie eine E-Mail aktualisieren, vergewissern Sie sich, dass Sie die richtige Vorlage haben.

1. Wechseln Sie zu der E-Mail, die Sie aktualisieren möchten.
2. Suchen Sie im Bereich "Details" den Namen der Quellvorlage.
3. Navigieren Sie zum Ordner mit den E-Mail-Vorlagen, und suchen Sie die Quellvorlage.
4. Nehmen Sie bei Bedarf Aktualisierungen vor.

Ressourcen für das Erstellen und Senden von E-Mails mit Marketing Cloud

Erkunden Sie die Marketing Cloud-Ressourcen zum Erstellen, Testen und Senden von E-Mails.

- [Erstellen von synchronisierten Datenquellen im Kontaktgenerator](#)
- [Automation Studio](#)
- [Erstellen von Vorlagen](#)
- [Erstellen von E-Mails in Content Builder](#)
- [Abonnentenvorschau und Sendetest](#)
- *Trailhead:* [Vorschau, Testen und Senden von E-Mails](#)
- *Trailhead:* [Erstellen und Senden von gezielten E-Mails](#)

Einrichten von Marketing Cloud-Geschäftsbereichen

Geschäftsbereiche sind separate Arbeitsräume innerhalb der Marketing Cloud einer Organisation, die es den diversen Teams ermöglichen, ihre Daten und Marketingfunktionen unabhängig voneinander zu verwalten. In diesem Artikel werden die unterschiedlichen Aspekte dieses Merkmals erkundet. Darüber hinaus werden zahlreiche Überlegungen hervorgehoben, die berücksichtigt werden sollten, um die Geschäftsbereiche optimal für Marketingfunktionen nutzen zu können.

Einführung in Marketing Cloud-Geschäftsbereiche

Erfahren Sie, wie Marketing Cloud Business Units Teammitgliedern dabei hilft, ihre Daten und Marketingfunktionen unabhängig zu verwalten und gleichzeitig gemeinsame Ressourcen zu nutzen.

Geschäftsbereiche in Marketing Cloud sind separate Arbeitsräume innerhalb des Marketing Cloud-Accounts einer Organisation, mit denen verschiedene Teammitglieder oder Abteilungen innerhalb derselben Organisation ihre Daten und Marketingfunktionen unabhängig von einander verwalten und dabei zugleich problemlos allgemeine Assets (wie z. B. Vorlagen mit eigenem Branding) gemeinsam nutzen können.

Geschäftsbereiche werden in einer Hierarchie erstellt. Der Hauptgeschäftsbereich ganz oben in der Hierarchie wird als **Übergeordneter Geschäftsbereich** bezeichnet, und die unter diesem übergeordneten Geschäftsbereich eingerichteten Untergeschäftsbereiche werden **Untergeordnete Geschäftsbereiche** genannt. Diese untergeordneten Geschäftsbereiche können ihrerseits wiederum ihre eigenen untergeordneten Knoten enthalten usw.

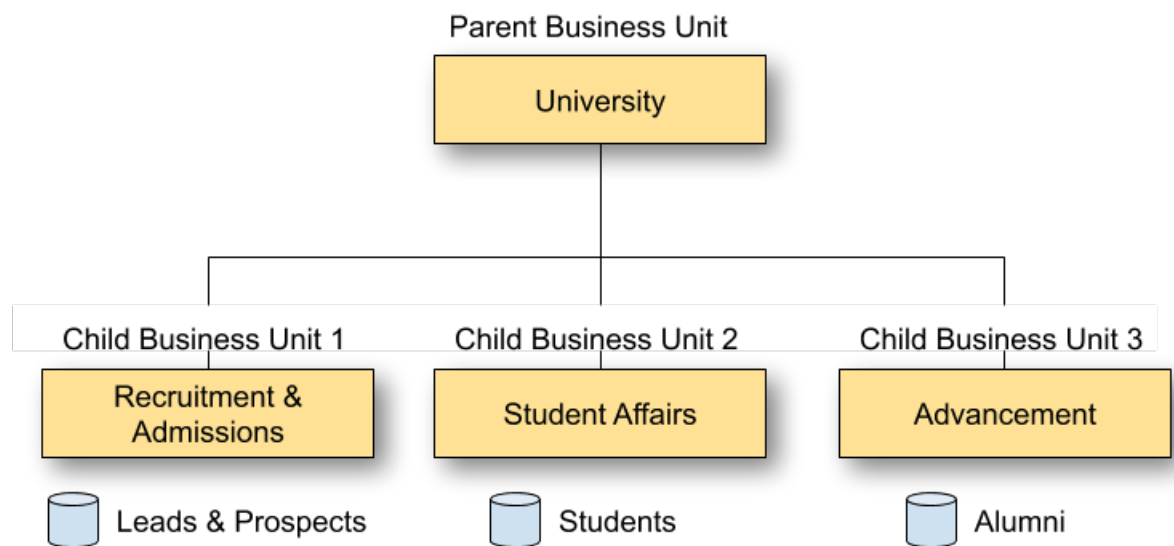
Hierarchie aus übergeordneten und untergeordneten Marketing Cloud-Geschäftsbereichen einer Universität

Aus der Geschäfts- und Marketingperspektive werden Geschäftsbereiche in der Regel eingerichtet, um Marketingaufgaben unterschiedlicher Unterabteilungen innerhalb einer Organisation zu verwalten. Sehen wir uns beispielsweise eine große Universität mit verschiedenen Marketingteams aus den Bereichen "Akquisition und Zulassungen", "Studentische Angelegenheiten" und "Beförderung" an. Jede dieser Unterabteilung verwaltet unterschiedliche Zielgruppensegmente (Interessenten und mögliche Kandidaten, Studenten, ehemalige Studenten etc.) und möchte ihre Marketingteams und Daten ggf. unabhängig voneinander organisieren und verwalten. In diesem Fall könnte die übergeordnete IT-Organisation, die die Universität verwaltet, 3 verschiedene Geschäftsbereiche für diese Abteilungen unter dem allgemeinen übergeordneten Bereich mit dem Namen Universitäts-Geschäftsbereich erstellen.

Durch die Einrichtung von Geschäftsbereichen kann die Universität:

- die Benutzer jeder Abteilung unter einem Marketing-Account-Schirm verwalten.
- alle 3 Abteilungen nur die Daten anzeigen und verwalten lassen, die sie für die Verwaltung benötigen. Beispielsweise könnte die für Anwerbungen und Zulassungen zuständige Abteilung Zugriff auf Interessenten und mögliche Kandidaten erhalten, damit sie entsprechende Marketingbemühungen bei dieser Zielgruppe unternehmen kann; oder die Abteilung für studentische Angelegenheiten könnte die Möglichkeit erhalten, unter aktuellen Studenten zu werben.

- Benutzer unabhängig voneinander in jeden dieser Geschäftsbereiche einordnen. Geschäftsbereichsspezifische benutzerdefinierte Benutzerrollen können bei Bedarf erstellt werden.
- Benutzern die Möglichkeit geben, unterschiedliche Arten von E-Mails (z. B. E-Mails zur Anwerbung und E-Mails an Studentenwohnheime) unabhängig voneinander aus verschiedenen Geschäftsbereichen zu versenden. Wenn ein Marketingspezialist für beide Abteilungen arbeitet, kann er in beiden Bereichen eingesetzt werden.
- Benutzern die Möglichkeit geben, allgemeine E-Mail-Vorlagen, Bilder und sonstige Assets für alle Geschäftsbereiche freizugeben.



Ein weiterer Anwendungsfall für Marketing Cloud-Geschäftsbereiche besteht darin, verschiedene Untermarken oder regionale Strukturen unter derselben Marke zu verwalten. Dies ist nicht nur im Einzelhandel von Bedeutung, sondern trifft auch auf bestimmte Hochschuleinrichtungen und gemeinnützige Einrichtungen zu. Eine gemeinnützige Einrichtung kann beispielsweise ein Verbund aus mehreren Organisationen sein, die unter unterschiedlichen Markennamen unterschiedlichen gesellschaftlichen Anforderungen in verschiedenen Ländern gerecht werden. In diesem Fall können die jeweiligen Marketingteams mithilfe der Geschäftsbereiche flexibler und sicherer verwaltet werden.

Darüber hinaus gibt es hier noch einen weiteren Vorteil: Durch die Einrichtung von Geschäftsbereichen haben Abonnenten die Möglichkeit, sich nur gegen eine bestimmte Marke oder ein regionales Unternehmen zu entscheiden und nicht gegen die gesamte Organisation.

Merkmale von Geschäftsbereichen

Optimieren Sie die Trennung und Verwaltung von Daten mit Hilfe von Geschäftsbereichen.

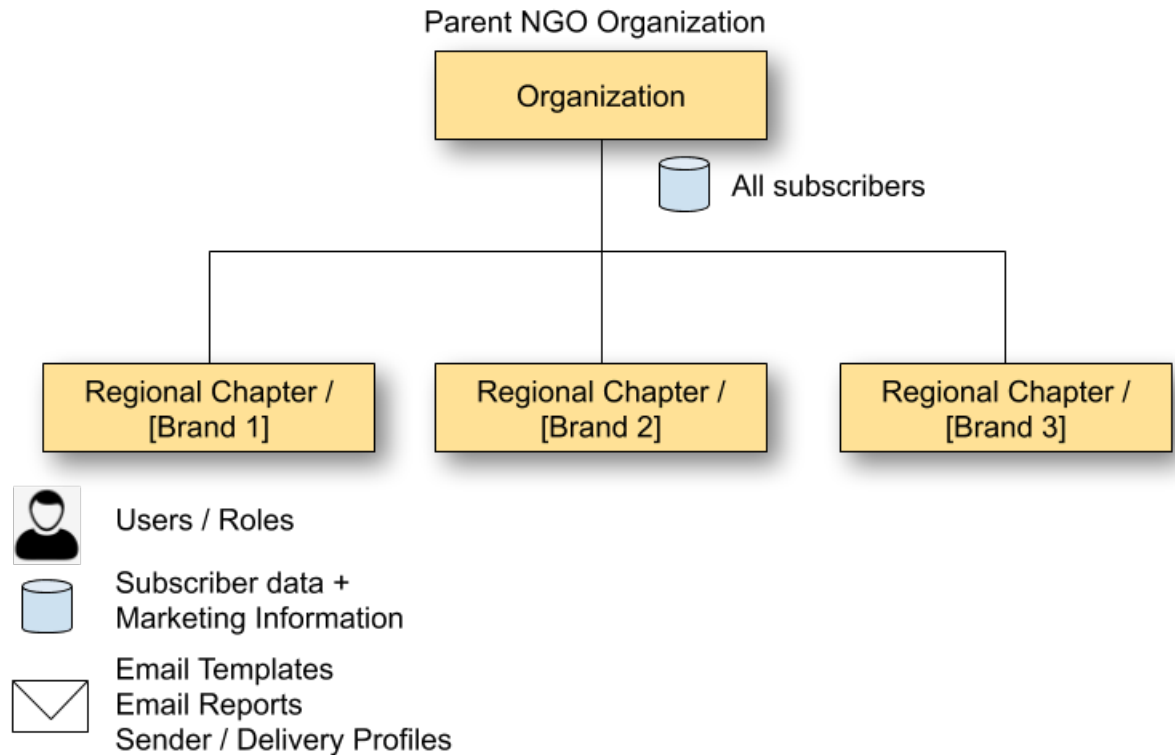
Hierarchie

Überlegen Sie, wie Ihr Unternehmen die Hierarchien der Geschäftsbereiche am besten nutzen kann, um die Datenverwaltung zu strukturieren und zu organisieren.

Während es bei der Einrichtung einer Geschäftsbereich-Hierarchie kein Richtig oder Falsch gibt, sollten bestimmte Benutzeranforderungen und Datenbedarfe für Unterabteilungen innerhalb der gesamten Organisation ausgewertet werden, um das richtige Modell zu ermitteln. Unter anderem sind die folgenden Fragen zu berücksichtigen:

- Gibt es andere Marken oder Abteilungen, die aufgrund spezieller Datenbedarfe oder Prozesse separate Arbeitsräume erforderlich machen?
- Gibt es unterschiedliche Branding-Bedarfe in den verschiedenen Marketing-Teams?
- Welche allgemeinen Assets und Daten müssen geteilt werden?

Dies sind die Fragen, die es zu berücksichtigen gilt. Darüber hinaus sollten zu viele Ebenen und komplexe Hierarchien vermieden werden, die ansonsten nur schwer zu verwalten sind.



Untergeordnete Geschäftsbereiche behalten ihre eigenen Abonnenten, Benutzer, Rollen und E-Mail-Vorlagen.

Trennung und Isolation der Benutzererfahrung

Lernen Sie die Arten von Daten und Assets kennen, die mithilfe von Geschäftsbereichen unabhängig verwaltet werden können.

Die Benutzererfahrung kann in jedem Geschäftsbereich einzigartig sein und nichts mit der Benutzererfahrung in den anderen Geschäftsbereichen zu tun haben.

In den verschiedenen Geschäftsbereichen können die Benutzer die folgenden Elemente unabhängig verwalten:

- Abonentendaten und damit verbundene Marketinginformationen**
- E-Mail-Vorlagen, Bilder etc.
- Benutzerrollen (die benutzerdefinierten Rollen können geschäftsbereichsspezifisch sein)
- Absenderprofile und Zustellungsprofile
- E-Mail-Berichte

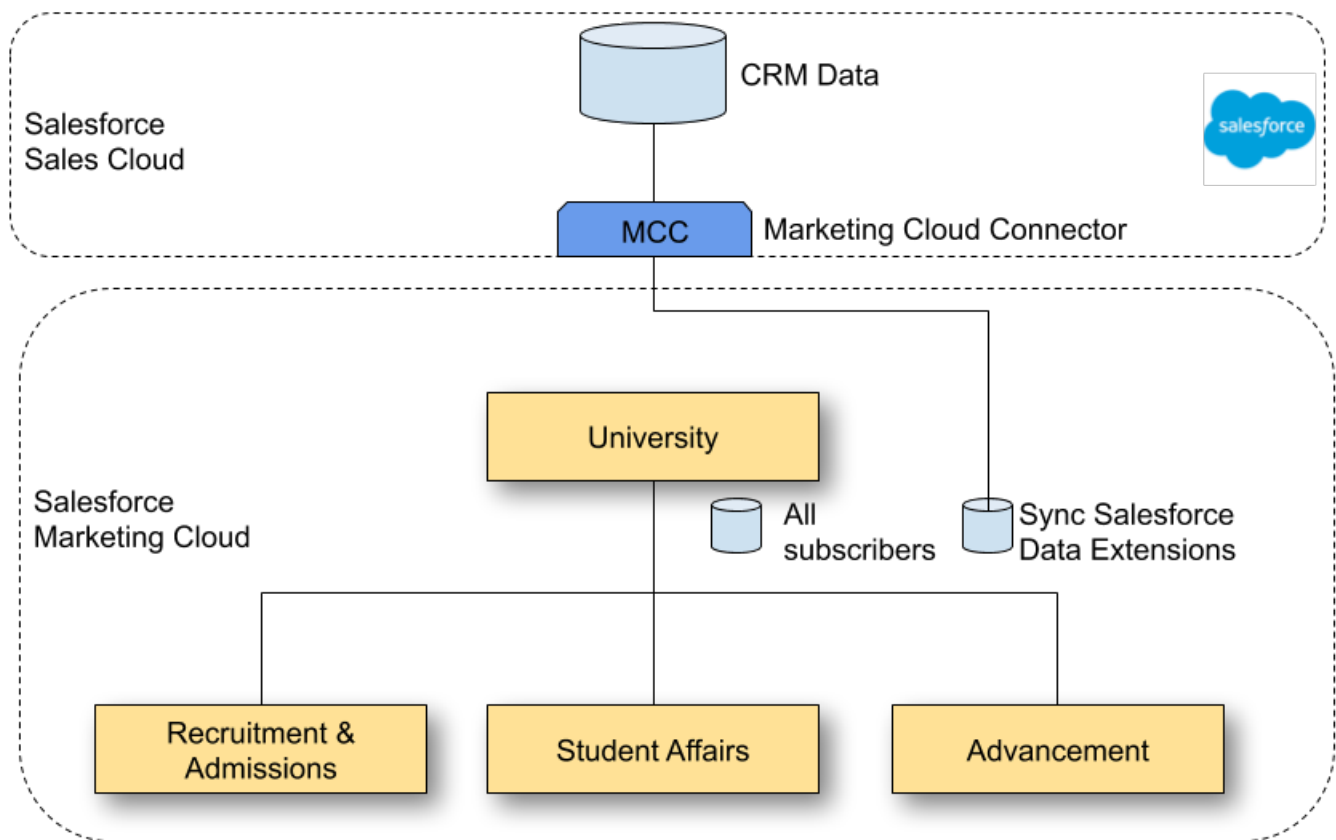
- Ordnerstruktur

**** Hinweis:** In der Tabelle "Alle Abonnenten" auf der übergeordneten Ebene wird eine Master-Liste sämtlicher Abonnenten über alle Geschäftsbereiche hinweg geführt.

Marketing Cloud Connector und gemeinsame Nutzung von Daten

Verwenden Sie Marketing Cloud Connector von Salesforce, um die Daten der Salesforce-Kernplattform mit den Daten in Marketing Cloud zu synchronisieren.

Kunden nutzen Marketing Cloud Connector von Salesforce oftmals, um Daten der Salesforce-Plattform (Sales Cloud, Service Cloud usw.) und Marketing Cloud zu synchronisieren. Auf diese Weise können sie alle CRM-Daten in Sales Cloud verwalten und zugleich Marketingkampagnen in Marketing Cloud durchführen.



Marketing Cloud-Connector-Links, Salesforce Core-Plattform und Marketing Cloud

Bei der Installation und Konfiguration von Marketing Cloud Connector sollte/muss der übergeordnete Geschäftsbereich der **Integrationspunkt** zwischen Marketing Cloud und Salesforce¹ sein. Marketing Cloud Connector integriert standardmäßig alle Salesforce CRM-Daten in den übergeordneten Geschäftsbereich und speichert sie in den **synchronisierten**

Salesforce-Datenerweiterungen. Bitte beachten Sie, dass der Marketing Cloud-Administrator zwar die Möglichkeit hat, die Felder auszuwählen, die er für ein bestimmtes Objekt in CRM synchronisieren möchte, dass ihm jedoch nur begrenzte Filteroptionen zur Verfügung stehen.² Sobald sich diese Daten im übergeordneten Bereich befinden, können aus dem übergeordneten Bereich **bestimmte Datensätze abgefragt** und für die einzelnen untergeordneten Geschäftsbereiche **freigegeben** werden. Diese Freigabe erfolgt über einen **freigegebenen Datenerweiterungs-Ordner**. Sie kann so konfiguriert werden, dass auf einen bestimmten freigegebenen Datenerweiterungs-Ordner nur von einem bestimmten untergeordneten Geschäftsbereich zugegriffen werden kann, sodass kein anderer Geschäftsbereich Zugriff auf diesen Ordner bzw. die Daten hat. Dadurch wird sichergestellt, dass die Daten in den einzelnen untergeordneten Geschäftsbereichen sicher sind und nur für ihren jeweiligen speziellen Bedarf verwendet werden können.

Da der übergeordnete Geschäftsbereich Zugriff auf alle Daten hat, bevor sie für die einzelnen untergeordneten Geschäftsbereiche gefiltert werden, kann der übergeordnete Geschäftsbereich für Mitteilungen genutzt werden, die im Namen der gesamten Organisation versendet werden müssen.

Um dies für die Hochschulbildung darzustellen, würde der übergeordnete Geschäftsbereich – die Universität – alle maßgeblichen Studentendaten aus Salesforce verbrauchen. Der übergeordnete Universitäts-Geschäftsbereich könnte die Daten der zahlreichen einzelnen Colleges zum Versenden von Marketingmitteilungen an ihre jeweiligen Studenten filtern und freigeben. Der Universitäts-Geschäftsbereich kann seinerseits wiederum zum Versenden von universitätsweiten Mitteilungen an alle Studenten verwendet werden.

Fußnoten:

¹ Die einzige Ausnahme sind mit mehreren Organisationen verbundene Marketing Clouds, d. h. Marketing Cloud-Instanzen, die mit mehreren Instanzen von Sales/Service Cloud verknüpft sind. Weitere Informationen hierzu finden Sie [hier](#).

² Filter auf der Grundlage eines festgelegten Booleschen Feldes / Filterdaten ab einem festgelegten Datum.

Überlegungen zu Marketing Cloud-Geschäftsbereichen

Erfahren Sie, welche Entscheidungen bei der Konfiguration von Marketing Cloud Business Units zu treffen sind.

Dedizierte IP-Adresse/Übergeordnete Domäne

Erfahren Sie, wann Sie eine dedizierte IP-Adresse oder eine einzelne übergeordnete Domäne für einen Geschäftsbereich verwenden sollten.

Je nach Sendevolumen und Anwendungsfall kann eine IP-Adresse **gemeinsam für alle Geschäftsbereiche** einer Organisation verwendet werden. Bei ordnungsgemäßer

Überwachung und Wartung kann sich die Organisation dank der gemeinsamen Nutzung einer dedizierten IP-Adresse zum einen einen positiven Ruf als Absender bewahren und gleichzeitig das Branding vereinheitlichen.

Es gibt jedoch auch Anwendungsfälle, in denen sich ein Geschäftsbereich u. U. seine eigene dedizierte IP-Adresse wünscht. Dies ist in der Regel der Fall, wenn die Sendevolumen über 2,5 Mio. E-Mails pro Monat liegen. Die zusätzliche dedizierte IP-Adresse kann dann genutzt werden, wenn andere Arten von E-Mail-Nachrichten versendet werden, wie z. B. Werbenachrichten anstelle von Transaktionsnachrichten.

Wenn sich der Kunde bei der Ersteinrichtung für Sender Authentication Package oder SAP entschieden hat, kann die gesamte Organisation **eine dedizierte übergeordnete Domäne** für alle Geschäftsbereiche verwenden. Diese Domäne wird für alle URLs und Bilder verwendet, sodass sie die Marke der Organisation darstellen und nicht die Standard-Marketing Cloud-Marke. Beispielsweise kann die Universität ABC, eine Hochschuleinrichtung, die Domäne **communications.abcuniv.edu** zu ihrer übergeordneten Domäne machen, und alle Bild-URLs und -Links können unter dieser URL ausgeführt werden.

In der Regel wird eine einzige übergeordnete Domäne für alle Geschäftsbereiche einer Organisation verwendet. Es ist jedoch auch möglich, bei Bedarf individuelle übergeordnete Domänen für bestimmte Geschäftsbereiche zu konfigurieren. Dies ist ganz besonders bei Organisationen erforderlich, die unter diesen Geschäftsbereichen mehrere Marken verwalten möchten.

Abmeldung/Einstellungs-Center

Verwalten Sie E-Mail-Abmeldungen für Ihr gesamtes Unternehmen oder nehmen Sie eine Feinabstimmung der Abmeldeoptionen in den einzelnen Geschäftsbereichen vor.

Die Abmeldung von E-Mail kann **entweder auf der Ebene des Geschäftsbereichs oder für die gesamte Organisation** erfolgen. Wenn die Verwaltung auf der Ebene des Geschäftsbereichs erfolgt und ein Abonnent sich von allen E-Mails abmeldet, bezieht sich diese Einstellung nur auf E-Mails, die von dem betreffenden Geschäftsbereich versendet werden. Wenn die Verwaltung auf Organisations- oder Unternehmensebene erfolgt und ein Abonnent sich von den E-Mails abmeldet, gilt diese Einstellung für **alle E-Mails von allen Geschäftsbereichen**.

In jedem Geschäftsbereich kann es ein eigenes dediziertes Einstellungs-Center geben, das verschiedene Mitteilungseinstellungen beinhalten kann. Beispielsweise können Einstellungen für unterschiedliche E-Mail-Inhalte, die der Abonnent gerne erhalten möchte, von diesem nach seinen eigenen Vorstellungen erfasst und geändert werden. Darüber hinaus ist es der Organisation möglich, sich mithilfe von Cloud Pages oder anderen benutzerdefinierten Einstellungs-Centern für die zentrale Verwaltung der Einstellungen aller

Geschäftsbereiche zu entscheiden. Weitere Informationen zu Cloud Pages finden Sie weiter unten in diesem Artikel.

Auf Ebene der Geschäftsbereiche gibt es **Unterdrückungslisten** und **Ausschlusslisten**, mit denen jeder Bereich steuern kann, wer E-Mail-Nachrichten erhalten soll und wer nicht. Auch sollte darauf hingewiesen werden, dass die E-Mail-Gültigkeit (z. B. Hard- und Soft-Bounces) auf Ebene der übergeordneten Geschäftsbereiche nachverfolgt und hinunter zu allen untergeordneten Geschäftsbereichen angewendet wird.

Datenfreigabe/-sicherheit

Geben Sie Inhalte und Assets vom übergeordneten Geschäftsbereich für untergeordnete Geschäftsbereiche oder zwischen untergeordneten Geschäftsbereichen frei.

Sowohl **Daten als auch Inhalte können für verschiedene Geschäftsbereiche innerhalb einer Instanz freigegeben** werden. Wie bereits erwähnt, können Daten aus dem übergeordneten Geschäftsbereich bei Bedarf für den untergeordneten Geschäftsbereich freigegeben werden. Daten **können jedoch auch von einem untergeordneten Geschäftsbereich zum nächsten freigegeben werden**, wenn sich die Notwendigkeit ergibt.

Dasselbe gilt für Inhalte und Assets. Inhalte aus einem Geschäftsbereich können für einen anderen Geschäftsbereich freigegeben werden. Dabei kann es sich um den übergeordneten Geschäftsbereich handeln, der E-Mail-Vorlagen oder Logos für die einzelnen untergeordneten Geschäftsbereiche erstellt und verwaltet, oder der Bilder an einen oder mehrere andere untergeordnete Geschäftsbereiche freigibt.

Beachten Sie unbedingt, dass Sie, wenn es um die Freigabe geht, die Sichtbarkeit bestimmter Daten nicht beschränken können, wenn ein Benutzer in einem Geschäftsbereich erst einmal Zugriff auf diese Daten hat. Wenn einem Benutzer beispielsweise Zugriff auf Abonentendaten innerhalb des Geschäftsbereichs gewährt wird, hat er Zugriff auf alle Abonentendaten innerhalb des Bereichs. Dasselbe gilt für Inhalte; wenn der Benutzer Zugriff auf Inhalte erhält, hat er Zugriff auf sämtliche Inhalte. Mithilfe von Ordnern innerhalb des Geschäftsbereichs können Daten oder Inhalte organisiert und unterteilt werden, aber der Zugriff der Benutzer innerhalb des Geschäftsbereichs kann durch sie nicht beschränkt werden.

Cloud Pages

Verwenden Sie Cloud Pages und Content Builder, um Zielseiten zu erstellen und die Verwaltung der Inhalte über alle Kanäle hinweg konsistent und einfach zu halten.

Mit Cloud Pages in Marketing Cloud können Benutzer Zielseiten oder Microsites erstellen und veröffentlichen. Indem Inhalte verwendet werden, die in Content Builder gespeichert sind, bleiben sämtliche Inhalte über alle Kanäle hinweg konsistent und leicht zu verwalten. Wie bereits erwähnt, können Cloud Pages u. a. zum Erstellen von benutzerdefinierten

Einstellungs-Centern verwendet werden. Die Einstellungs-Center können ihrerseits auf der Ebene des untergeordneten oder übergeordneten Geschäftsbereichs Daten aus Marketing Cloud darstellen/anzeigen und sogar Daten aus einer verbundenen Salesforce-Instanz abrufen und aktualisieren, und zwar mit AmpScript.

Während der Inhalt und die Assets, die zum Erstellen der Seite verwendet werden, freigegeben werden können, sind die Cloud Pages in ihrer ursprünglichen Form auf den Geschäftsbereich, in dem sie erstellt wurden, beschränkt und können nicht für andere Geschäftsbereiche freigegeben werden.

Markendarstellung

Erfahren Sie mehr über einige Aspekte der Markendarstellung und des Austauschs von Inhalten zwischen den Geschäftsbereichen.

In der Einleitung haben wir kurz die Verwaltung mehrerer Marken mithilfe von Geschäftsbereichen angesprochen. Mithilfe von Geschäftsbereichen können die Marketingfunktionen der verschiedenen Sparten, Abteilungen und Marken einer Organisation unabhängig voneinander unterteilt und verwaltet werden. Der Einsatz von Geschäftsbereichen ist lediglich ein wichtiger erster Schritt bei der Verwaltung des Marketings mehrerer Marken. Möglicherweise nehmen Abonnenten diese Marken erst wahr oder fühlen sich mit ihnen verbunden, wenn die Identität der einzelnen Marken in den E-Mail-Vorlagen, Bildern und den damit verbundenen Inhalten entsprechend wiedergegeben wird.

Nehmen wir z. B. eine Universität mit drei (3) verschiedenen Fakultäten, nämlich Ingenieurwesen, Wirtschaft und Handel. Diese Fakultäten agieren in den Bereichen Marketing und Kommunikation u. U. mit ihrem eigenen Branding und ihren eigenen Mitteilungen. Die Zielgruppe (bzw. die Gruppe der Studierenden) ist, was die einzelnen Marken anbelangt, recht heterogen, sodass die Marketingkommunikation, die Personalisierung, und die Häufigkeit so angepasst werden sollten, dass sie den Bedürfnissen dieser Markenzielgruppen/-segmente entsprechen. Auch könnte eine Universität unter einem leicht abgewandelten Markennamen eine neue Online-Fakultät für erwachsene Studierende mit gänzlich neuen Bildungsangeboten einrichten. In solchen Fällen kann das Konzept der Geschäftsbereiche effektiv eingesetzt werden, um mehrere Kommunikationsroutinen unter einem Marketing Cloud-Account zu verwalten.

Der übergeordnete Geschäftsbereich steht in der Regel für das übergeordnete Unternehmen oder im vorliegenden Fall für die übergeordnete Universität, und jede unter dieser Entität zusammengefasste einzigartige Marke kann ihrem eigenen Geschäftsbereich zugeordnet und unabhängig vermarktet werden.

Überlegungen:

- Falls Bedarf daran besteht, allgemeine Marken-Assets wie z. B. E-Mail-Vorlagen oder Bilder zu verwalten oder zu steuern, kann dies im Rahmen der Content Builder-Freigabe erfolgen.
- Falls Abonentendaten oder sonstige Informationen über verschiedene Geschäftsbereiche hinweg freigegeben werden müssen, können hierfür die freigegebenen Ordner in der Datenerweiterung genutzt werden.
- Jeder Geschäftsbereich kann unter Verwendung des gewünschten Markenzeichens und der gewünschten Vorlagen sein eigenes maßgeschneidertes Abonnement-Center hosten, damit seine Abonnenten ihre Profile und Abonnements entsprechend verwalten können.
- Während es ggf. innerhalb einer Institution Gruppen gibt, die sich als vollkommen eigenständige Marke betrachten, ist das nicht immer auch die Sichtweise der Zielgruppe. Berücksichtigen Sie beim Einrichten neuer Geschäftsbereiche nicht nur die Erfahrungswerte Ihrer Endkunden, sondern auch die der internen Zielgruppen.

Benutzerbasis und -rollen

Erfahren Sie mehr über Überlegungen und bewährte Verfahren für die Erteilung von Zugriff auf Benutzer und die Verwendung von Standard- und benutzerdefinierten Rollen in Geschäftsbereichen.

Wenn ein Benutzer in Marketing Cloud bereitgestellt wird, kann er Zugriff auf einen oder mehrere Geschäftsbereiche erhalten. Wenn verschiedene Gruppen von Benutzern jedoch unterschiedlichen Zugriff erhalten, kann dies sehr mühsam und komplex zu verwalten sein.

Überlegungen:

- Beschränken Sie die Anzahl der Benutzer auf Ebene des übergeordneten Geschäftsbereichs auf Marketing Cloud-Administratoren, auf Teammitglieder, die Daten auf der übergeordneten Ebene sehen müssen (wie z. B. die zentrale Marketingabteilung), und auf jegliche Teams, die Inhalte erstellen, die für alle Geschäftsbereiche freigegeben werden (wie z. B. die Markenverwaltung).
- Der Zugriff einzelner Marketingfachleute oder Mitarbeiter in der Technik, die für bestimmte Abteilungen arbeiten, muss auf den jeweiligen Geschäftsbereich beschränkt sein. Innerhalb dieses Geschäftsbereichs müssen sie den gewünschten Zugriff auf die verschiedenen Tools und Daten haben.
- Wenn eine einzelne Person, wie z. B. ein Marketingspezialist, mit mehr als nur einer Abteilung zu tun hat, kann er Zugriff auf mehr als nur diesen einen Geschäftsbereich erhalten. Dies sollte jedoch als Ausnahme behandelt und nicht zur Norm werden.
- Soweit es möglich ist, müssen die Rollen innerhalb dieser einzelnen Geschäftsbereiche standardisiert werden. Dies ist eine ganz besonders große Herausforderung, wenn die verschiedenen Geschäftsbereiche unterschiedliche Unternehmen mit sehr

unterschiedlichen Organisationsstrukturen repräsentieren. Marketing Cloud ermöglicht das Erstellen benutzerdefinierter Rollen auf jeder Geschäftsbereichsebene. Dies kann jedoch leicht zu einer administrativen Belastung werden, wenn es nicht ordnungsgemäß gehandhabt wird. Es hat sich bewährt, Rollen über alle von einem übergeordneten Unternehmen unterstützte Geschäftsbereiche hinweg zu standardisieren.

- Das Erstellen benutzerdefinierter Rollen ist ein manueller Prozess, und es gibt keine Möglichkeit, benutzerdefinierte Rollen von einem Geschäftsbereich in einen anderen zu exportieren. Das kann schwierig zu handhaben sein, wenn ein übergeordneter Bereich eine Reihe von untergeordneten Bereichen hat, und jeder untergeordnete Bereich benutzerdefinierte Rollen braucht.

Zusätzliche Informationen

Nutzen Sie diese zusätzlichen Ressourcen, um mehr über Geschäftsbereiche in Marketing Cloud und Salesforce Distributed Marketing zu erfahren.

- [Geschäftsbereiche in Marketing Cloud](#)
- [Salesforce Distributed Marketing](#)



Note

Danke an Rebecca Schults Robrahn für ihren Beitrag zu diesem Artikel. Rebecca Schults Robrahn ist Marketing Cloud-Beraterin bei Accenture mit Sitz in den USA. Sie arbeitet landesweit für Kunden aus dem Hochschulbereich und entwirft, implementiert und unterstützt Strategien für deren Marketing Cloud-Instanz und ihre Integration in andere Salesforce-Technologien.

Marketing Cloud Engagement for Industries und Übersetzung

Erfahren Sie, welche Sprachen wir für Marketing Cloud Engagement for Industries unterstützen.

Häufig gestellte Fragen

Erhalten Sie Antworten auf Fragen zur Lokalisierung, einschließlich Häufigkeit, Sprachen und Dokumentation.

Wie oft werden die Salesforce.org-Produkte lokalisiert?

Wir lokalisieren die Beschriftungen und Texte in unseren Produkten im Rahmen jeder größeren Jahreszeitenversion.

In welche Sprachen erfolgt die Lokalisierung?

Salesforce.org führt die Lokalisierung paketweise, nicht produktweise durch, daher unterscheiden sich die Sprachen. Mehr Informationen finden Sie unter [Verfügbare Sprachen](#). Salesforce bietet drei Stufen der Sprachunterstützung: vollständig unterstützte Sprachen, Endbenutzersprachen und plattformspezifische Sprachen. Weitere Informationen finden Sie unter [Unterstützte Sprachen](#).

Wird die Produktdokumentation lokalisiert?

Wir lokalisieren derzeit die Dokumentation für diese Produkte: Accounting Subledger, Accounting Subledger Legacy, Fall-Management, Education Cloud, Education Data Architecture (EDA), Grants Management, Insights Platform Data Integrity, Marketing Cloud Engagement for Industries, Nonprofit Cloud, Nonprofit Success Pack (NPSP), Outbound Funds Module, Program Management Module (PMM) und Student Success Hub (SSH). Details dazu finden Sie unter [Verfügbare Sprachen](#). Eine Liste aller Links zu Dokumentation finden Sie unter [Lokalisierte Dokumentation](#).

Ich habe einen Fehler oder eine Auslassung in einer Übersetzung bemerkt. Wo kann ich das melden?

Bitte beachten Sie, dass wir die Übersetzungen nur für Hauptversionen aktualisieren, sodass sie nach kleineren Releases möglicherweise nicht mehr synchron sind. Wenn Sie einen Fehler melden möchten, [erstellen Sie einen Fall](#), dessen Thema Sie auf `setup` und `sicherheit` und dessen Kategorie Sie auf `Globalisierung` und `Lokalisierung` festlegen.

Lassen sich Übersetzungen überschreiben?

Absolut. Sie können die Übersetzungsworkbench verwenden, um Übersetzungen zu überschreiben. Weitere Informationen dazu finden Sie unter [Übersetzungsworkbench](#).

Welcher Unterschied besteht zwischen Sprache und Gebietsschema?

In Salesforce sehen Sie sowohl Einstellungen für die Sprache als auch für das Gebietsschema. Das Gebietsschema bestimmt die Anzeigeformate für Datum und Uhrzeit, Adressen, Telefonnummern sowie Kommas und Punkte in Zahlen. Die Sprache legt die Sprache fest, in der Objekte, Felder, Einstellungen und Texte der Benutzeroberfläche angezeigt werden.

Akzeptieren Sie Übersetzungen aus der Community?

Zwar sind viele unserer Produkte Open Source, wir akzeptieren zurzeit aber keine GitHub-Pull-Anforderungen für Lokalisierungsbeiträge. Der Lokalisierungsprozess erfordert ein Maß an Wartung, das für Community-Mitwirkende weder realistisch noch nachhaltig ist. Daher verlassen wir uns auf unsere eigenen Lokalisierungsprogramme, um zeitnah qualitativ hochwertige Übersetzungen zugänglich zu machen.

Verfügbare Sprachen

Weitere Informationen finden Sie in der Liste der verfügbaren Sprachen für Marketing Cloud Engagement for Industries:

Salesforce.org bietet Übersetzungen in diese Sprachen. Wenn Sie eine der unterstützten Sprachen während des benutzerspezifischen (oder organisationsweiten) Setups auswählen, werden Objekte, Felder, Einstellungen und Text der Benutzeroberfläche von Marketing Cloud Engagement for Industries in der betreffenden Sprache angezeigt.

Marketing Cloud Engagement for Industries

Sprache	Benutzeroberfläche	Dokumentation
Niederländisch	√	√
Englisch (Vereinigtes Königreich)	√	√
Französisch	√	√
Deutsch	√	√
Japanisch	√	
Portugiesisch (Brasilien)	√	√
Spanisch	√	

Lokalisierte Dokumentation

Hier finden Sie Links zu Dokumentation in anderen Sprachen.

Verwenden Sie diese Links für den Zugriff auf die lokalisierte Dokumentation für jede verfügbare Sprache.

Marketing Cloud Engagement for Industries

- [Niederländisch](#)
- [Englisch \(Vereinigtes Königreich\)](#)
- [Französisch](#)
- [Deutsch](#)
- [Portugiesisch \(Brasilien\)](#)
- [Spanisch \(Spanien\)](#)

Marketing Cloud for Nonprofits – Legacy

- [Niederländisch](#)
- [Englisch \(Vereinigtes Königreich\)](#)

- [Französisch](#)
- [Deutsch](#)
- [Portugiesisch \(Brasilien\)](#)

Aktivieren von Sprachen

Aktivieren Sie in Salesforce Lokalisierung für Ihr Marketing Cloud Engagement for Industries-Produkt:

Wir empfehlen Ihnen, die folgenden Schritte auszuführen, um eine Sprache für die Verwendung in Marketing Cloud Engagement for Industries zu aktivieren:

1. Bevor Sie übersetzte Sprachen verwenden, müssen Sie die Translation Workbench im Setup aktivieren. Informationen dazu finden Sie unter [Aktivieren und Deaktivieren der Übersetzungsworkbench](#).
2. Wenn Sie eine nur für die Plattform verfügbare Sprache aktivieren:
 - a. Suchen Sie in Setup **Plattformspezifische Sprachen aktivieren**, und wählen Sie es aus.
 - b. Verschieben Sie die gewünschte Sprache in die Liste "Angezeigte Sprachen".
 - c. Speichern Sie Ihre Änderungen.

Problembehandlung von Marketing Cloud Engagement for Industries

Beheben Sie Fehler und Konfigurationsprobleme in Marketing Cloud Engagement for Industries.

Beheben von Fehlern auf der Seite "Erste Schritte"

Beheben von Fehlern, die auf der Seite "Erste Schritte" von Marketing Cloud Engagement for Industries auftreten.

Wenn Sie beim Durcharbeiten der Seite "Erste Schritte" für Marketing Cloud Engagement for Industries auf Fehler treffen, vergewissern Sie sich, dass die folgenden Punkte zutreffen:

- Sie verfügen über die erforderlichen Systemberechtigungen.
- Sie haben die notwendigen Schritte im Prozess ausgeführt.

Die Seite "Erste Schritte" von Marketing Cloud Engagement for Industries folgt dem Modell des Moduls [Marketing Cloud Connect-Setup](#) in Trailhead. Zum Beheben von Problemen, die auf der Seite "Erste Schritte" auftreten, folgen Sie den Anweisungen im Trailhead-Modul.

Synchronisieren von Datenerweiterungen

Erstellen Sie im Rahmen des Workflows "Erste Schritte" eine synchronisierte Datenerweiterung, damit Daten von CRM zu Marketing Cloud fließen können.

Wenn Sie Ressourcen bereitstellen, ohne die synchronisierten Datenerweiterungen einzurichten, werden die Ressourcen bereitgestellt, nicht jedoch die SQL-Abfrageautomatisierungen. Etwa 10 Minuten nach der Bereitstellung wird eine Fehlermeldung angezeigt, die auf einen Datenfehler hinweist.

[Synchronisieren Ihrer Salesforce-Daten mit Marketing Cloud](#) vor der Bereitstellung von Ressourcen.

Aktualisieren der Farben von E-Mail-Ressourcen

Ändern der Designfarbe für eine E-Mail-Ressource nach der Bereitstellung.

Sie können Ressourcen mit dem Branding Ihrer Organisation anpassen, bevor Sie sie auf der Seite "Erste Schritte" bereitstellen. So ändern Sie die Designfarbe für eine E-Mail-Ressource nach der Bereitstellung:

1. Melden Sie sich bei Marketing Cloud an.
2. Navigieren Sie zu **E-Mail-Studio > E-Mail**.
3. Klicken Sie auf **Inhalt**.
4. Wählen Sie eine Ressource zur Bearbeitung aus. Achten Sie darauf, eine Ressource auszuwählen, deren Typ "Vorlage" und nicht "Vorlagenbasierte E-Mail" lautet.
5. Klicken Sie auf **Bearbeiten** und dann auf **Inhalt bearbeiten**.
6. Klicken Sie auf **Codeansicht**.
7. Suchen Sie die AMPscript-Zeile, in der die Designfarbe festgelegt ist.

Beispiel: `SET @companyColor = TreatAsContent('#000000')`

Hier lautet der Farbcode #000000.

8. Geben Sie einen neuen Farbcode ein.
9. Speichern Sie Ihre Änderungen.



Note

Die Aktualisierung der Designfarbe ist beim Anzeigen der Ressource nicht sichtbar. Sie sehen die aktualisierte Farbe, wenn Sie eine E-Mail in der Vorschau anzeigen und versenden.

So aktualisieren Sie vorhandene E-Mails, die eine Vorlage verwenden, bei der Sie die Designfarbe aktualisiert haben:

1. Navigieren Sie zu **E-Mail-Studio > E-Mail**.
2. Wählen Sie eine E-Mail zur Bearbeitung aus.
3. Klicken Sie auf **Bearbeiten** und dann auf **Eigenschaften bearbeiten**.
4. Suchen Sie die Warnmeldung "Vorlage geändert", und klicken Sie auf **E-Mail jetzt aktualisieren**.
5. Klicken Sie auf **Weiter**, und speichern Sie Ihre Änderungen.

Benötigen Sie weitere Hilfe?

Verbindungsaufnahme mit Community-Ressourcen, um zusätzliche Hilfe zu Marketing Cloud Engagement for Industries zu erhalten.

Treten Sie der [Trailblazer Community](#) bei, und bitten Sie um Hilfe. In dieser Online-Community können sich Benutzer mit anderen Trailblazer-Teilnehmern in Verbindung setzen, um Ideen auszutauschen und um Hilfe zu bitten.

Sollte dies Ihre Probleme nicht lösen, wenden Sie sich an den Salesforce Support.

Siehe auch:

- [Trailhead: Marketing Cloud Connect-Setup](#)
- [Marketing Cloud-Anleitung zur Problembehandlung](#)

Marketing Cloud Engagement für Ihre Produkte

Schließen Sie die Einrichtung von Marketing Cloud Engagement for Industries ab, damit es mit Ihren Produkten funktioniert.

Synchronisieren Sie Ihre CRM-Daten mit Marketing Cloud, um das Potenzial von Marketing Cloud Engagement for Industries voll auszuschöpfen.

Hier folgt eine allgemeine Zusammenfassung der Schritte zur Datensynchronisierung:

1. Erstellen Sie eine synchronisierte Datenquelle, um Marketing Cloud regelmäßig Kontaktdaten aus Salesforce automatisch hinzuzufügen.
2. Führen Sie mithilfe von Automation Studio eine Datenabfrage aus, um Ihre Datenerweiterungen regelmäßig mit Daten aufzufüllen.

**Note**

Arbeiten Sie mit Ihrem Marketing Cloud-Administrator zusammen, um Marketing Cloud Engagement for Industries für Ihr Produkt einzurichten.

Marketing Cloud Engagement for Education

Damit Sie Marketing Cloud Engagement for Industries optimal nutzen können, sollten Sie Ihre Education Cloud CRM-Daten mit Marketing Cloud synchronisieren.

Wir empfehlen Ihnen, diese Integrationsschritte gemeinsam mit Ihrem Marketing Cloud-Administrator durchzuführen.

Erstellen einer synchronisierten Datenquelle für Education Cloud

Erstellen Sie eine synchronisierte Datenquelle, um Marketing Cloud automatisch regelmäßig neue und aktualisierte Education Cloud-Daten hinzuzufügen. Die Synchronisierung Ihrer Daten stellt sicher, dass Ihnen jederzeit die aktuellsten Informationen für Ihre Marketingaktivitäten zur Verfügung stehen.

Erstellen Sie für diese Objekte synchronisierte Datenquellen: Account, Kontakt, Bewerbung einer Einzelperson, Lead, Leistungstermin und Benutzer. Salesforce verwendet die Felder dieser Objekte in vorkonfigurierten E-Mail-Vorlagen.

**Note**

Nach der ursprünglichen Synchronisierung können Sie die Beziehungen zwischen synchronisierten Objekten nicht mehr ändern.

1. Melden Sie sich bei Marketing Cloud an.
2. Klicken Sie unter "Audience Builder" (Zielgruppengenerator) auf **Kontaktgenerator**.
3. Klicken Sie auf **Datenquellen**.
4. Klicken Sie auf **Synchronisiert**.
5. Klicken Sie auf die Kachel "Verfügbare Datenquelle".
6. Klicken Sie auf **Objekt einrichten**.
7. Klicken Sie auf der Account-Kachel auf **Synchronisieren**.

8. Wählen Sie diese Felder aus:

- FirstName
- PersonEmail
- Phone
- LastName

**Note**

Erforderliche Felder wie ID oder RecordTypeId sind standardmäßig ausgewählt.

9. Klicken Sie auf **Weiter**.

10. Wählen Sie aus, wie die synchronisierten Daten gefiltert werden sollen, und berücksichtigen Sie dabei Ihre Nutzungsgrenzen für Marketing Cloud. Informationen zu diesen Grenzen und ihrer Heraufsetzung erfahren Sie von Ihren Kundenbetreuer. Mehr dazu finden Sie unter [Wie finde ich meinen Salesforce.org-Kundenbetreuer?](#).

11. Wählen Sie aus, wie oft die Daten synchronisiert werden sollen. Wir empfehlen alle 15 Minuten.

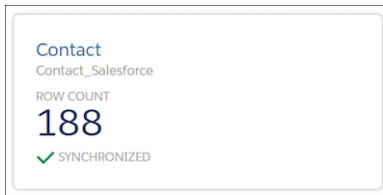
12. Speichern Sie Ihre Änderungen.

13. Wenn Sie dazu aufgefordert werden, klicken Sie auf **OK**, um den Synchronisierungsvorgang zu bestätigen.

14. Wiederholen Sie die Schritte 6–13 für diese Objekte und Felder:

- Kontakt: FirstName, LastName, Phone
- Antrag einer Einzelperson: ApplicationCategory, ApplicationType, AppliedDate, Category, Status
- Lead: FirstName, LastName, LeadSource, Name, Phone
- Leistungstermin: AppointmentType, ApptBookingInfoUrl, Description, Duration, SchedEndTime, SchedStartTime, Status, StatusCategory, Subject
- Benutzer: CompanyName, Department, FirstName, LastName, Phone, SenderEmail, SenderName

Je nach Anzahl der Datensätze kann der Synchronisierungsvorgang mehrere Minuten dauern. Nach dem Abschluss des Vorgangs werden die Zeilenanzahl und der Synchronisierungsstatus der ausgewählten Objekte auf einer Kachel angezeigt. Hier sehen Sie ein Beispiel für das Kontaktobjekt.



Note

Die Datensynchronisierung erfolgt nur in der Richtung von Salesforce zu Marketing Cloud. Marketing Cloud sendet also keine nachfolgenden Datenänderungen an Education Cloud.

Auffüllen von Education Cloud-Datenerweiterungen mit Automation Studio

Erstellen Sie Automatisierungen, um Ihre Datenerweiterungen zu aktualisieren, wenn Ihre Datenquelle neue Daten aus Salesforce empfängt.

1. Melden Sie sich bei Marketing Cloud an.
2. Klicken Sie unter "Journey Builder" auf **Automation Studio**, und wählen Sie dann **Neue Automatisierung** aus.
3. Ziehen Sie **Zeitplan** auf den mit einer gepunkteten Linie gefassten Kreis "Start with a Starting Source" (Mit einer Startquelle beginnen), und klicken Sie dann auf **Konfigurieren**.
4. Geben Sie ein Startdatum und eine Startuhrzeit für die Automatisierung ein, und wählen Sie dann Ihre Zeitzone aus.
5. Wählen Sie bei Bedarf eine Häufigkeit aus, und konfigurieren Sie dann die Kadenz. Legen Sie die tägliche oder wöchentliche planmäßige Ausführung dieses Vorgangs fest, abhängig davon, wie häufig Sie E-Mails senden, damit Sie immer über die aktuellsten Daten verfügen.
6. Klicken Sie auf **Fertig**.
7. Ziehen Sie **SQL-Abfrage** auf den Zeichenbereich, klicken Sie auf **Auswählen**, und wählen Sie dann **EducationCloudAccount** aus.
8. Geben Sie diese Abfrage ein: `select PersonEmail as PersonEmail, Phone as Phone, FirstName as FirstName, LastName as LastName from Account_Salesforce.`
9. Klicken Sie auf **Fertig**.

10. Wiederholen Sie die Schritte 7–9, um diese Aktivitäten hinzuzufügen:

- **EducationCloudContact:** `select Email as Email, Phone as Phone, FirstName as FirstName, LastName as LastName from Contact_Salesforce`
- **EducationCloudIndividualApplication:** `select Id as Id, AccountId as AccountId, ContactId as ContactId, ApplicationCategory as ApplicationCategory, ApplicationType as ApplicationType, Category as Category, Status as Status, AppliedDate as AppliedDate from IndividualApplication_Salesforce`
- **EducationCloudLead:** `select Email as Email, Phone as Phone, FirstName as FirstName, LastName as LastName from Lead_Salesforce`
- **EducationCloudServiceAppointment:** `select Id as Id, AccountId as AccountId, ContactId as ContactId, ApptBookingInfoUrl as ApptBookingInfoUrl, AppointmentType as AppointmentType, Subject as Subject, Description as Description, SchedStartTime as SchedStartTime from ServiceAppointment_Salesforce`
- **EducationCloudUser:** `select Email as Email, SenderEmail as SenderEmail, Phone as Phone, SenderName as SenderName, FirstName as FirstName, LastName as LastName, Department as Department, CompanyName as CompanyName from User_Salesforce`

11. Speichern Sie Ihre Änderungen.

12. Zum Testen der Automatisierung klicken Sie auf **Einmal ausführen**.

Einrichten von E-Mail mit Marketing Cloud Engagement for Education

Marketing Cloud Engagement for Education stellt E-Mail-Vorlagen zur Verfügung, mit denen Sie die E-Mail-Kampagnen Ihrer Einrichtung effizient einrichten können.

Marketing Cloud Engagement for Education stellt diese E-Mail-Vorlagen zur Verfügung.

- Akquisition und Zulassungen – Ende der Bewerbungsfrist: Versenden Sie automatische E-Mails, um die Studierenden an das bevorstehende Ende von Bewerbungsfristen zu erinnern.
- Studienerfolg – Terminbestätigung: Versenden Sie automatisierte E-Mails zur Bestätigung von Termindetails an Studierende, nachdem diese einen Termin mit Ihren Mitarbeitern vereinbart haben.
- Alumni Engagement – Einladung zum Portal für frische Absolventen: Senden Sie eine E-Mail, um frische Absolventen zum Beitritt zum Alumni-Portal einzuladen und sie über

die verfügbaren Ressourcen zu informieren, wie etwa Services zur Karriereplanung und Gruppen.

- Alumni Engagement – Öffentlichkeitskampagne für Einrichtungen: Senden Sie Alumni eine E-Mail mit Informationen über den Auftrag, die Ziele und dem aktuellen Stand von Initiativen zur Mittelbeschaffung Ihrer Einrichtung.

Erstellen von E-Mails mithilfe von Education Cloud-E-Mail-Vorlagen

Nutzen Sie vorkonfigurierte E-Mail-Vorlagen, oder passen Sie sie an Ihre Bedürfnisse an.

1. Melden Sie sich bei Marketing Cloud an.
2. Klicken Sie unter "Content Builder" auf **Content Builder**.
3. Klicken Sie auf **Erstellen**, und wählen Sie dann **E-Mail-Nachricht** aus.
4. Wählen Sie die Erstellungsoption **Vorlage** aus, und klicken Sie dann auf **Gespeichert**.
5. Wählen Sie die zu verwendende Vorlage aus, und klicken Sie dann auf **Auswählen**.
6. Geben Sie die E-Mail-Eigenschaften ein, und klicken Sie dann auf **Weiter**.
7. Geben Sie einen Betreff und ggf. einen Untertitel ein, um in einem E-Mail-Client Text unterhalb der Betreffzeile anzuzeigen. Ein Untertitel ist nicht erforderlich, ein effektiver Untertitel kann aber die Anzahl der Empfänger steigern, die Ihre E-Mail öffnen.
8. Bearbeiten Sie bei Bedarf den Standardtext, personalisieren Sie die E-Mail, und klicken Sie dann auf **Weiter**.
9. Zeigen Sie bei Bedarf eine Vorschau der E-Mail an, und führen Sie einen Sendetest durch.
10. Speichern Sie Ihre Änderungen.

Senden von Education Cloud-E-Mails

Nachdem Sie Ihre E-Mails fertiggestellt haben, wählen Sie aus, wann sie an wen gesendet werden sollen.

1. Melden Sie sich bei Marketing Cloud an.
2. Klicken Sie unter "E-Mail Studio" auf **E-Mail**.
3. Wählen Sie die von Ihnen erstellte E-Mail aus, und klicken Sie auf **Senden**.
4. Geben Sie bei Bedarf E-Mail-Eigenschaften ein, und klicken Sie dann auf **Weiter**.
5. Klicken Sie auf **Datenerweiterungen**, und ziehen Sie dann das Objekt, das Ihre Abonnenten darstellt, auf den Bereich "Zielgruppen".

6. Wählen Sie ggf. im Fenster "Publikationsliste auswählen" bestimmte Abonnenten anstelle aller Abonnenten aus, und klicken Sie dann auf **Auswählen**.
7. Klicken Sie auf **Weiter**, konfigurieren Sie den Zeitpunkt für den Versand der E-Mail, und klicken Sie dann auf **Weiter**.
8. Überprüfen Sie alle Details Ihrer E-Mail-Zustellung. Zum Durchführen von Änderungen klicken Sie auf **Zurück**. Wenn Sie mit den Einstellungen zufrieden sind, wählen Sie **Diese Informationen sind zutreffend, und die E-Mail ist zum Versand bereit.**, und klicken Sie dann auf **Zeitplan**.

Verwandte Links

- [Informationen zu E-Mail-Vorlagen](#)

Marketing Cloud Engagement for Financial Services Cloud

Damit Sie Marketing Cloud Engagement for Industries optimal nutzen können, sollten Sie Ihre CRM-Daten aus Financial Services Cloud mit Marketing Cloud synchronisieren.

Erstellen synchronisierter Datenquellen für Financial Services Cloud

Erstellen Sie eine synchronisierte Datenquelle, um Marketing Cloud automatisch regelmäßig neue und aktualisierte Kundeninformationen hinzuzufügen. Die Synchronisierung Ihrer Daten stellt sicher, dass Ihnen jederzeit die aktuellsten Informationen für Ihre Marketingaktivitäten zur Verfügung stehen.

Erstellen Sie eine synchronisierte Datenquelle für das Account-Objekt. Die Felder dieses Objekts werden in vorkonfigurierten E-Mail-Vorlagen verwendet.



Note

Nach der ursprünglichen Synchronisierung können Sie die Beziehungen zwischen synchronisierten Objekten nicht mehr ändern.

1. Melden Sie sich bei Marketing Cloud an.
2. Klicken Sie unter "Audience Builder" (Zielgruppengenerator) auf **Kontaktgenerator**.
3. Klicken Sie auf **Datenquellen**.
4. Klicken Sie auf **Synchronisiert**.
5. Klicken Sie auf die Kachel "Verfügbare Datenquelle".
6. Klicken Sie auf **Objekt einrichten**.
7. Klicken Sie auf der Account-Kachel auf **Synchronisieren**.

8. Wählen Sie diese Felder aus:

- Name
- PersonEmail

**Note**

Erforderliche Felder wie ID sind standardmäßig ausgewählt.

9. Klicken Sie auf **Weiter**.

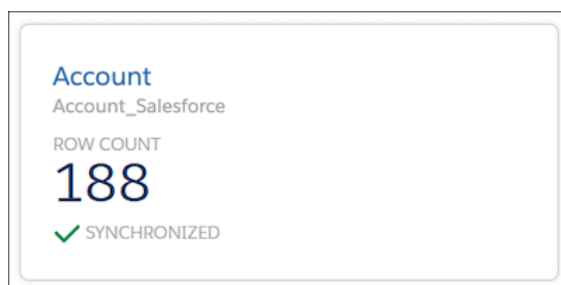
10. Wählen Sie aus, wie die synchronisierten Daten gefiltert werden sollen, und berücksichtigen Sie dabei Ihre Nutzungsgrenzen für Marketing Cloud. Informationen zu diesen Grenzen und ihrer Heraufsetzung erfahren Sie von Ihren Kundenbetreuer. Mehr dazu finden Sie unter [Wie finde ich meinen Salesforce.org-Kundenbetreuer?](#)

11. Wählen Sie aus, wie oft die Daten synchronisiert werden sollen. Wir empfehlen alle 15 Minuten.

12. Speichern Sie Ihre Änderungen.

13. Wenn Sie dazu aufgefordert werden, klicken Sie auf **OK**, um den Synchronisierungsvorgang zu bestätigen.

Je nach Anzahl der Datensätze kann der Synchronisierungsvorgang mehrere Minuten dauern. Nach dem Abschluss des Vorgangs werden die Zeilenanzahl und der Synchronisierungsstatus der ausgewählten Objekte auf einer Kachel angezeigt. Hier sehen Sie ein Beispiel für das Account-Objekt.

**Note**

Die Datensynchronisierung erfolgt nur in der Richtung von Salesforce zu Marketing Cloud. Marketing Cloud sendet also keine nachfolgenden Datenänderungen an Financial Services Cloud.

Einrichten von E-Mail mit Marketing Cloud Engagement for Financial Services Cloud

Marketing Cloud Engagement for Financial Services Cloud stellt E-Mail-Vorlagen zur Verfügung, mit denen Sie die E-Mail-Kampagnen Ihrer Einrichtung effizient einrichten können.

Marketing Cloud Engagement for Financial Services Cloud stellt diese E-Mail-Vorlagen zur Verfügung:

- E-Mail zu finanziellen Unterstützungsleistungen: E-Mail zur Vorstellung der finanziellen Unterstützungsleistungen, die in Ihrem Unternehmen verfügbar sind.
- E-Mail zum Ablauf der Bankkontosynchronisierung: E-Mail-Benachrichtigung, dass die Open Banking-Synchronisierung, die das Bankkonto eines Kunden mit Ihrer Bank synchronisiert, abgelaufen ist. Die E-Mail beinhaltet weitere Schritte für den Kunden zur Verlängerung.
- E-Mail-Bestätigung für wiederkehrende Zahlungen: E-Mail-Benachrichtigung zur Bestätigung, dass auf dem Konto des Kunden ein Plan für wiederkehrende Zahlungen eingerichtet ist.
- Registrierung für mobiles oder digitales Banking: E-Mail-Bestätigung nach der Registrierung eines Kunden zum mobilen oder digitalen Banking.
- E-Mail zu Investmentberatungsleistungen: E-Mail zur Vorstellung der Leistungen zur Investmentberatung, die in Ihrem Unternehmen verfügbar sind.
- E-Mail für neue Kunden: E-Mail zur Vorstellung der Finanzleistungen, die in Ihrer Bank verfügbar sind, für Kunden.

Erstellen von E-Mails mithilfe der E-Mail-Vorlagen von Financial Services Cloud

Nutzen Sie vorkonfigurierte E-Mail-Vorlagen, oder passen Sie sie an Ihre Bedürfnisse an.

1. Melden Sie sich bei Marketing Cloud an.
2. Klicken Sie unter "Content Builder" auf **Content Builder**.
3. Klicken Sie auf **Erstellen**, und wählen Sie dann **E-Mail-Nachricht** aus.
4. Wählen Sie die Erstellungsoption **Vorlage** aus, und klicken Sie dann auf **Gespeichert**.
5. Wählen Sie die zu verwendende Vorlage aus, und klicken Sie dann auf **Auswählen**.
6. Geben Sie die E-Mail-Eigenschaften ein, und klicken Sie dann auf **Weiter**.
7. Geben Sie einen Betreff und ggf. einen Untertitel ein, um in einem E-Mail-Client Text unterhalb der Betreffzeile anzuzeigen. Ein Untertitel ist nicht erforderlich, ein effektiver Untertitel kann aber die Anzahl der Empfänger steigern, die Ihre E-Mail öffnen.

8. Bearbeiten Sie den Standardtext, personalisieren Sie die E-Mail, und klicken Sie dann auf **Weiter**.
9. Zeigen Sie eine Vorschau der E-Mail an, und führen Sie einen Sendetest durch.
10. Speichern Sie Ihre Änderungen.

Senden von E-Mails aus Financial Services Cloud

Nachdem Sie Ihre E-Mails fertiggestellt haben, wählen Sie aus, wann sie an wen gesendet werden sollen.

1. Melden Sie sich bei Marketing Cloud an.
2. Klicken Sie unter "E-Mail Studio" auf **E-Mail**.
3. Wählen Sie die von Ihnen erstellte E-Mail aus, und klicken Sie auf **Senden**.
4. Geben Sie bei Bedarf E-Mail-Eigenschaften ein, und klicken Sie dann auf **Weiter**.
5. Klicken Sie auf **Datenerweiterungen**, und ziehen Sie dann das Objekt, das Ihre Abonnenten darstellt, auf den Bereich "Zielgruppen".
6. Wählen Sie ggf. im Fenster "Publikationsliste auswählen" bestimmte Abonnenten anstelle aller Abonnenten aus, und klicken Sie dann auf **Auswählen**.
7. Klicken Sie auf **Weiter**, konfigurieren Sie den Zeitpunkt für den Versand der E-Mail, und klicken Sie dann auf **Weiter**.
8. Überprüfen Sie alle Details Ihrer E-Mail-Zustellung. Zum Durchführen von Änderungen klicken Sie auf **Zurück**.
9. Wenn Sie mit den Details zufrieden sind, wählen Sie **Diese Informationen sind zutreffend, und die E-Mail ist zum Versand bereit.** und klicken Sie dann auf **Zeitplan**.

Verwandte Links

- [Informationen zu E-Mail-Vorlagen](#)

Marketing Cloud Engagement for Health Cloud

Nutzen Sie Marketing Cloud Engagement for Industries optimal, und synchronisieren Sie Ihre Health Cloud CRM-Daten mit Marketing Cloud.

Wir empfehlen Ihnen, diese Integrationsschritte gemeinsam mit Ihrem Marketing Cloud-Administrator durchzuführen.

Erstellen einer synchronisierten Datenquelle für Health Cloud

Erstellen Sie eine synchronisierte Datenquelle, um Marketing Cloud automatisch regelmäßig neue und aktualisierte Health Cloud-Daten hinzuzufügen. Die Synchronisierung Ihrer Daten

stellt sicher, dass Ihnen jederzeit die aktuellsten Informationen für Ihre Marketingaktivitäten zur Verfügung stehen.

Erstellen Sie eine synchronisierte Datenquelle für das Account-Objekt. Die Felder dieses Objekts werden in vorkonfigurierten Journeys verwendet. Erstellen Sie synchronisierte Datenquellen für zusätzliche Objekte auf der Grundlage der Datenerweiterungseingangsquellen, die Sie für Journeys verwenden.

**Note**

Nach der ursprünglichen Synchronisierung können Sie die Beziehungen zwischen synchronisierten Objekten nicht mehr ändern.

1. Melden Sie sich bei Marketing Cloud an.
2. Klicken Sie unter "Audience Builder" (Zielgruppengenerator) auf **Kontaktgenerator**.
3. Klicken Sie auf **Datenquellen**.
4. Klicken Sie auf **Synchronisiert**.
5. Klicken Sie auf die Kachel "Verfügbare Datenquelle".
6. Klicken Sie auf **Objekt einrichten**.
7. Klicken Sie auf der Account-Kachel auf **Synchronisieren**.
8. Wählen Sie diese Felder aus:
 - FirstName
 - PersonEmail
 - Phone
 - LastName

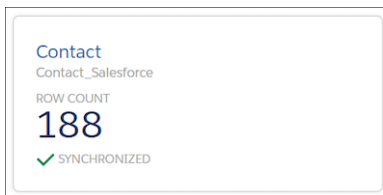
**Note**

Erforderliche Felder wie ID oder RecordTypeId sind standardmäßig ausgewählt.

9. Klicken Sie auf **Weiter**.
10. Wählen Sie aus, wie die synchronisierten Daten gefiltert werden sollen, und berücksichtigen Sie dabei Ihre Nutzungsgrenzen für Marketing Cloud. Informationen zu diesen Grenzen und ihrer Heraufsetzung erfahren Sie von Ihren Kundenbetreuer. Mehr dazu finden Sie unter [Wie finde ich meinen Salesforce.org-Kundenbetreuer?](#).
11. Wählen Sie aus, wie oft die Daten synchronisiert werden sollen. Wir empfehlen alle 15 Minuten.

12. Speichern Sie Ihre Änderungen.
13. Wenn Sie dazu aufgefordert werden, klicken Sie auf **OK**, um den Synchronisierungsvorgang zu bestätigen.
14. Wiederholen Sie die Schritte 6–13 für weitere Objekte und Felder, die in Journeys für das Gesundheitswesen verwendet werden, beispielsweise:
 - Kontakt: FirstName, LastName, Phone
 - Leistungstermin: AppointmentType, ApptBookingInfoUrl, Description, Duration, SchedEndTime, SchedStartTime, Status, StatusCategory, Subject
 - Benutzer: CompanyName, Department, FirstName, LastName, Phone, SenderEmail, SenderName

Je nach Anzahl der Datensätze kann der Synchronisierungsvorgang mehrere Minuten dauern. Nach dem Abschluss des Vorgangs werden die Zeilenanzahl und der Synchronisierungsstatus der ausgewählten Objekte auf einer Kachel angezeigt. Hier sehen Sie ein Beispiel für das Account-Objekt.



Note

Die Datensynchronisierung erfolgt nur in der Richtung von Salesforce zu Marketing Cloud. Marketing Cloud sendet also keine nachfolgenden Datenänderungen an Health Cloud.

Einrichten von Journeys mit Marketing Cloud Engagement for Health Cloud

Marketing Cloud Engagement for Health Cloud bietet anpassbare Journeys speziell für das Gesundheitswesen, mit denen Sie die Patientenansprache effizient gestalten und automatisieren können.

Verwenden Sie diese anpassbaren, mehrstufigen Journeys, um personalisierte E-Mails, Dokumente und Aufgabenzuweisungen an Patienten und Pflegeteams zu senden:

- Bewertung und Nachbereitung von Terminen: Bitten Sie einen Patienten, einen Termin zu bewerten, und haken Sie nach, wenn die Bewertung unter einen bestimmten Schwellenwert fällt.

- Terminerinnerung mit Anweisungen: Erinnern Sie einen Patienten an einen bevorstehenden Termin, und geben Sie ihm Anweisungen.
- Versorgungslücke – Mammographie: Erinnern Sie Patienten daran, Termine für eine Routineuntersuchung zu vereinbaren.
- Postoperative Versorgung von Hochrisikopatienten: Geben Sie Anweisungen für die häusliche Pflege, erkundigen Sie sich nach dem Zustand des Patienten, und haken Sie bei Bedarf nach.
- Postoperative Versorgung bei Hüftprothesen: Geben Sie Anweisungen für die häusliche Pflege, und vereinbaren Sie Folgetermine.
- Onboarding von Mitgliedern: Senden Sie Orientierungspakete an neue Versicherte.
 1. Melden Sie sich bei Marketing Cloud an.
 2. Klicken Sie unter "Journey Builder" auf **Journey Builder**.
 3. Klicken Sie auf **Alle Journeys**.
 4. Suchen Sie eine vorkonfigurierte Journey für Health Cloud, und wählen Sie sie aus.
 5. Konfigurieren Sie die Einstellungen, die Eingangsquelle und die Aktivitäten auf den einzelnen Bildschirmen für die Journey nach Bedarf.
 6. Erstellen Sie Marketinginhalte wie Vorlagen und E-Mails zur Unterstützung der Journey.
 7. Aktivieren Sie Ihre Journey, nachdem Sie sie validiert und getestet haben.

SIEHE AUCH

- [Journeys und Botschaften](#)

Marketing Cloud Engagement for Nonprofits – NPSP

Damit Sie Marketing Cloud Engagement for Industries optimal nutzen können, sollten Sie Ihre Nonprofit Success Pack-Daten mit Marketing Cloud synchronisieren.

Erstellen einer mit NPSP synchronisierten Datenquelle

Erstellen Sie synchronisierte Datenquellen, um wichtige Stakeholder-Informationen aus Salesforce nach Marketing Cloud zu übertragen.

Eine synchronisierte Datenquelle fügt Marketing Cloud automatisch Stakeholder-Informationen nach Ihrer Definition hinzu. Erstellen Sie eine synchronisierte Datenquelle, die Marketing Cloud aktualisierte und neue Kontaktdaten aus Salesforce hinzufügt, damit Sie immer über die aktuellsten Informationen für Ihre Marketingmaßnahmen verfügen.

So erstellen Sie eine synchronisierte Datenquelle für Kontakte:

1. Melden Sie sich bei Marketing Cloud an.

2. Klicken Sie unter "Audience Builder" (Zielgruppengenerator) auf **Kontaktgenerator**.
3. Klicken Sie auf **Datenquellen**.
4. Klicken Sie auf **Synchronisiert**.
5. Klicken Sie auf die Kachel "Verfügbare Datenquelle".
6. Klicken Sie auf **+ Neues Objekt einrichten**.
7. Suchen Sie die Kontaktkachel, und klicken Sie auf die Schaltfläche **Synchronisieren** für diese Kachel.
8. Wählen Sie die Felder für die Synchronisierung aus. Salesforce for Nonprofits-Benutzer wählen die folgenden Felder aus:
 - a. Vorname
 - b. Nachname
 - c. Postanschrift Straße
 - d. Postanschrift Stadt
 - e. Postanschrift Bundesstaat/Provinz
 - f. Postanschrift PLZ
 - g. npo02__FirstCloseDate__c
 - h. npo02__LargestAmount__c
 - i. npo02__LastOppAmount__c
 - j. npo02__LastCloseDate__c

**Note**

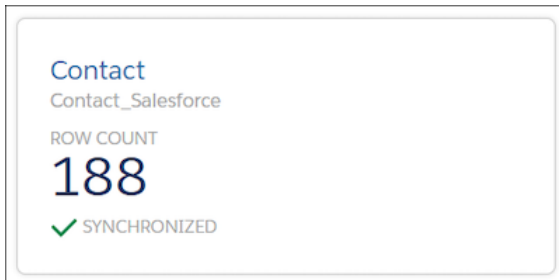
Einige Pflichtfelder sind bereits für Sie ausgewählt, wie etwa "Id", "Email" und "HasOptedOutOfEmail".

- k. npo02__NumberOfClosedOpps__c
 - l. npo02__TotalOppAmount__c
9. Klicken Sie auf **Weiter**.
 10. Wählen Sie in der Datensatzsammlung aus, wie die synchronisierten Daten gefiltert werden sollen. Beachten Sie die Nutzungsgrenzen der Marketing Cloud, und filtern Sie Ihre Daten entsprechend. Wenden Sie sich an Ihren Kundenbetreuer, wenn Sie Fragen haben oder Ihre Nutzung erhöhen müssen Mehr erfahren Sie unter [Wie finde ich meinen Salesforce.org-Kundenbetreuer?](#)
 11. Wählen Sie unter "Poll Schedule" (Abrufzeitplan) aus, wie häufig Sie Ihre Daten synchronisieren möchten. Wir empfehlen alle **15 Minuten**.

12. Klicken Sie auf **Speichern und synchronisieren**.

13. Salesforce for Nonprofits-Benutzer sollten die Schritte 6–12 für das Objekt "Wiederkehrende Spende" wiederholen. Synchronisieren Sie das Feld "Nächstes Spendendatum" mit npe03__Next_Payment_Date__c.

Je nach Anzahl der Datensätze kann der Synchronisierungsvorgang mehrere Minuten dauern. Der Synchronisierungsvorgang ist erfolgreich, wenn Sie eine Kachel für jede der synchronisierten Entitäten sehen, die eine Zeilenanzahl und den Status "Synchronisiert" enthält. Hier sehen Sie ein Beispiel der Kachel für die synchronisierte Entität "Kontakt".



Note

Die Datensynchronisierung von Salesforce zu Marketing Cloud erfolgt in einer Richtung. Mit anderen Worten: Änderungen, die Sie in Marketing Cloud an Ihren Kontaktdaten vornehmen, werden nicht an Salesforce zurück gesendet.

Auffüllen von NPSP-Datenerweiterungen mit Automation Studio

Verwenden Sie Automation Studio, um Ihre Datenerweiterung automatisch zu aktualisieren, wenn Ihre Datenquelle neue Daten aus Salesforce empfängt

Verwenden Sie Automation Studio, um Ihre Datenerweiterung automatisch zu aktualisieren, wenn Ihre Datenquelle neue Daten aus Salesforce empfängt. Wir haben einige Automatisierungen für Sie erstellt, aber Sie müssen sie ausführen, um die Daten abzurufen. Dies sind die Salesforce for Nonprofits-Automatisierungen:

- Automatisierung für wiederkehrende Spender
- Automatisierung für allgemeine Danksagung
- Automatisierung für dringende Aufrufe
- Automatisierung für allgemeine Newsletter für Spender
- Automatisierung für baldiges Aktionsende
- Automatisierung der Begrüßungsreihe

1. Melden Sie sich bei Marketing Cloud an.

2. Klicken Sie unter Journey Builder auf **Automation Studio**.
3. Navigieren Sie zu **Meine Automatisierungen**.
4. Öffnen Sie eine Automatisierung, und klicken Sie auf **Ausführen**.
5. Klicken Sie im nächsten Fenster auf **Jetzt ausführen**.
6. Wiederholen Sie den Vorgang, bis Sie alle sechs Automatisierungen ausgeführt haben.

**Tipp**

Legen Sie die tägliche oder wöchentliche planmäßige Ausführung dieses Vorgangs fest, abhängig davon, wie häufig Sie E-Mails senden, damit Sie immer über die aktuellsten Daten verfügen.

Erstellen einer Elevate-E-Mail mit einer Schaltfläche "Jetzt spenden"
Hinzufügen einer Schaltfläche "Jetzt spenden" in E-Mails, um Spender auf Ihre Spendenseite zu leiten.

Salesforce for Nonprofit-Benutzer können die Möglichkeiten von Marketing Cloud Engagement for Industries und Elevate kombinieren, um Ihre Spenden zu steigern. Erstellen Sie E-Mails, die eine Schaltfläche "Jetzt spenden" enthalten, die Ihre Spender auf Ihre [Spendenseite](#) führt.

**Note**

Diese Option ist nur für Salesforce for Nonprofit-Benutzer mit einer Elevate-Lizenz verfügbar.

1. Öffnen Sie die Elevate-E-Mail-Vorlage.
2. Suchen Sie im Hauptteil der E-Mail die Schaltfläche "Jetzt spenden".
3. Ändern Sie die folgenden URL-Abschnitte:
 - a. Ersetzen Sie **your-subdomain** durch den Namen der richtigen Subdomäne.
 - b. Ersetzen Sie **giving-page-name?** durch den Namen Ihrer Spendenseite.
4. Speichern Sie Ihre Arbeit.

Lizenzinformationen zu Marketing Cloud Engagement for Nonprofits
Erfahren Sie mehr über die Unterschiede bei der Lizenzierung zwischen Marketing Cloud Engagement for Industries und Marketing Cloud Pro Edition.

Salesforce for Nonprofits bietet Marketing Cloud Engagement for Industries (MCNGO) mit einem ausgewogenen Verhältnis von Preis und Features an. Unser Ziel ist es, Marketing

Cloud möglichst vielen gemeinnützigen Organisationen anzubieten. Die MCNGO-Edition entspricht in Features und Funktionen weitgehend der Marketing Cloud Pro-Edition, mit folgenden Ausnahmen:

Element	Pro-Edition gesamt	MCNGO-Edition gesamt
API-Aufrufe	2.000.000	100.000
Automatisierungen	15.000	10.000
Kontakte	15.000	10.000
Datenspeicherung	15	5
Super Messages	2.500.000	750.000
Benutzer	15	5



Note

Wenn Sie einen dieser Grenzwerte heraufsetzen müssen, wenden Sie sich an Ihren Kundenbetreuer.

Weitere Informationen zu Marketing Cloud-Editionen erfahren Sie unter [How to Select the Right Marketing Cloud Edition](#) (Wahl der richtigen Marketing Cloud-Edition).

Verwandte Links

- [Informationen zu E-Mail-Vorlagen](#)