

Einblick

SOFTWARE FÜR DIE KAMPAGNENPLANUNG

Planung, Budgetierung, Organisation, Reporting – mit dem webbasierten 'Marketing Planner' lassen sich sämtliche Marketingprozesse und -aktivitäten komfortabel erfassen, steuern und darstellen

// Auch große Unternehmen mit einer stark differenzierten IT-Infrastruktur haben den Vorteil standardisierter Marketingsoftware erkannt: rasche Integration, Anpassungsfähigkeit und eine kurze Einweisungszeit statt langem Schulungsaufwand. Die doubleSlash Net-Business GmbH, vor allem als Entwickler individueller Unternehmenssoftware aktiv, hat aus dem Erfahrungsschatz vieler Projekte geschöpft und mit dem 'Marketing Planner' eine Software auf den Markt gebracht, die das Leistungsvermögen entlang der gesamten Marketing-Prozesskette enorm steigert und die Mitarbeiter erheblich entlastet.

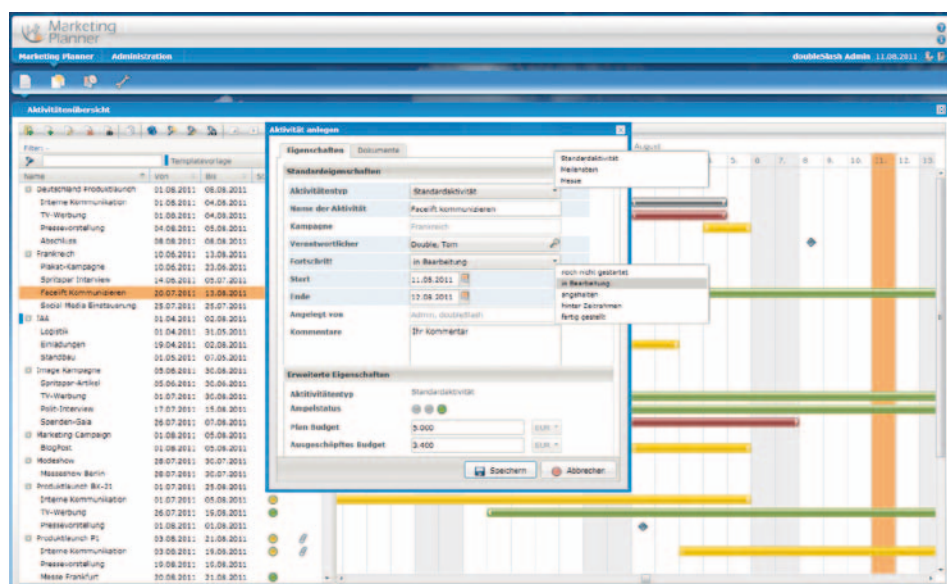
Die Kampagnenplanung ist eine maßgebliche Aufgabe im Marketing. Speziell in internationalen Marketingorganisationen entsteht dabei ein sehr hoher Koordinationsaufwand: Verschiedene Märkte und Handelsorganisationen müssen über bevorstehende Productlaunches, Events, Messen, Communication- und Shipment-Starts informiert und zur richtigen Zeit mit individuell unterschiedlichen Kommunikationsmitteln

versorgt werden. Alleine schon die Kommunikationsmittel sind heute spezifisch, um die regionalen Anforderungen wie Sprachen, Währungen, gesetzliche Vorgaben, Produktmerkmale, Sparten und vieles andere richtig zu adressieren. Zudem wächst die bloße Anzahl der Kommunikationsmittel speziell im Onlinebereich. Wo vor ein paar Jahren noch Flyer verschickt wurden, sind es heute immer öfter auch

Videodaten, Simulationen oder Software zur Produktkonfiguration.

Schließlich sind vor allem auch die Anforderungen an das Reporting erheblich gestiegen. Während man früher die möglichen Kampagnen und Kommunikationsmittel in einer Art Einwegkommunikation in die Märkte

// Schneller Überblick durch grafische Darstellung



gepumpt hat, möchte man heute ein möglichst direktes Feedback zur Nutzung und Umsetzung erhalten, vorzugsweise in schnell erfassbaren, grafisch ausgearbeiteten Gesamtübersichten. Je nach Funktion wünscht der eine Adressat einen Überblick über alle Aktivitäten in einem Markt oder eben nur über ein Produkt in allen Märkten.

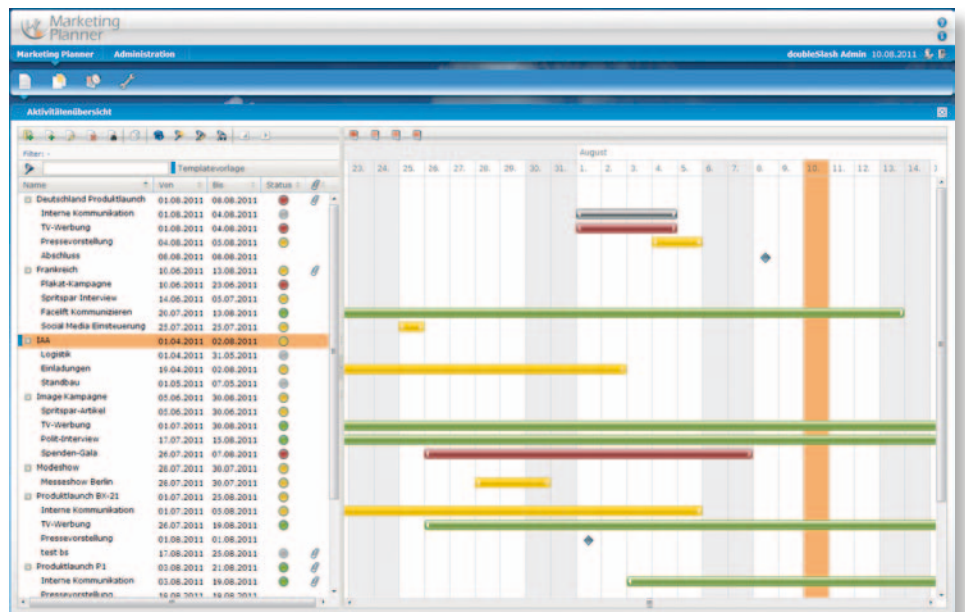
// DIE AKTIVITÄTEN LASSEN SICH VERSCHIEDENEN KATEGORIEN ZUORDNEN UND KÖNNEN MIT DOKUMENTEN UND VERSCHIEDENEN EIGENSCHAFTEN VERKNÜPFT WERDEN. SO SIND VERANTWORTLICHKEITEN, ZEITLICHE BEZÜGE UND BUDGETS JEDERZEIT FÜR ALLE BETEILIGTEN ÜBERSICHTLICH ABRUFBAR.

// KAMPAGNEN UND AKTIVITÄTEN LASSEN SICH MIT DEM MARKETING PLANNER TRANSPARENT PLANEN UND STEUERN.

In der unternehmerischen Praxis werden diese Aufgaben selbst in Großunternehmen oft mit typischer Office Software erledigt, wie z.B. Excel in Kombination mit einem Content Management, einem CRM-System und einer mehr oder weniger gut strukturierten Dateiablage. Die Arbeitsergebnisse werden dann in kryptischer Tabellenform teils per Internet und E-Mail, teils per Intranet durch

// Gebündelte Informationen, automatisierte Prozesse

das Unternehmen geschickt, 'irgendwie' wieder eingesammelt und am Ende wiederum händisch zu wackeligen Reports aufbereitet. Diese Praxis ist unnötig aufwändig, fehleranfällig und unübersichtlich. Die einzelnen Arbeitsschritte und Prozesse sind zu großen Teilen in den Köpfen einzelner Mitarbeiter abgespeichert statt im Workflow einer dezierten Software.



Dass das auch anders geht zeigt der Spezialist für Marketingsoftware, die Friedrichshafener doubleSlash Net-Business GmbH. Business Consultant Jochen Herdrich: „In fast jeder Marketingorganisation können durch Automatisierung dieser Prozesse erhebliche Potenziale gehoben werden. Wer über Marketing Efficiency nachdenkt, muss hier anfangen.“ Bevor aber Prozesse tat-

sächlich in einer Softwarelösung abgebildet werden können, müssen sie konkretisiert, modelliert und geclustert werden. Voraussetzung dafür ist die nötige Prozessreife über alle Ebenen. „Die Marketing-Mitarbeiter eines Unternehmens sind üblicherweise nicht darauf spezialisiert, Prozesse zu modellieren“, sagt Herdrich. „Das gehört erstens nicht zum Tagesgeschäft der Mitar-



KOMMUNIKATION

JOCHEN HERDRICH // BUSINESS CONSULTANT
 DOUBLES LASH NET-BUSINESS GMBH
 OTTO-LILIENTHAL-STRASSE 2 // 88046 FRIEDRICHSHAFEN
 FON 0049 (0)7541 70078-767 // FAX 0049 (0)7541 70078-111
 E-MAIL: JOCHEN.HERDRICH@DOUBLES LASH.DE // WWW.DOUBLES LASH.DE

„Wir sind nicht nur IT-Spezialisten, sondern auch Marketing-Versteher. Durch die Automatisierung von Arbeitsabläufen und Prozessen, die bis dahin nur in den Köpfen einzelner Mitarbeiter vorhanden waren, können erhebliche Potenziale gehoben werden.“

beiter und zweitens wäre dazu auch kaum Zeit. Wenn wir die bisherige Arbeitsweise mit Excel-Tabellen ablösen und stattdessen eine hocheffiziente Marketing Management Software einsetzen, reden wir mit den Mitarbeitern viel mehr über die Arbeitsabläufe und die zugrunde liegenden Prozesse als über Technik. Gute Prozessabbildung und Prozessdurchgängigkeit sind Trumpf. Die Anwendung der Software erschließt sich später nahezu von selbst.“

Strategische Eckpfeiler bei der Entwicklung des Marketing Planners waren Einfachheit, Schnelligkeit und Übersichtlichkeit. Eine

langwierige Implementierung durch die IT-Abteilung des Unternehmens ist nicht erforderlich. Jochen Herdrich: „Mit dem Marketing Planner kann man sehr einfach und kostengünstig starten, sogar ohne ihn

// Kurze Einweisung
statt langer Schulung

durch die eigene IT-Abteilung betreiben zu lassen. Als Mietlösung ist die Software sofort einsetzbar.“ Die doubleSlash-Experten können im späteren Verlauf noch speziellen Anforderungen begegnen, Pro-

zesse optimieren und schrittweise in den Marketing Planner integrieren, ohne dass die Bedienbarkeit darunter leiden würde. „Die Software lässt sich auch nach Anpassungen immer noch genauso einfach bedienen wie vorher.“

Schon in der Standardkonfiguration des Marketing Planners lassen sich Märkte, Vertriebsgebiete, Händler, genauso wie Produktgruppen, Zielgruppen, Sparten usw. abbilden. Diese sind einfach zu pflegen und nach Projekt, Kampagne und Aktivität selektierbar. Das garantiert von Anfang an eine sehr gute Übersichtlichkeit

DIE ZENTRALE FÜR SÄMTLICHE MARKETINGAKTIVITÄTEN

INNOVATIV, ÜBERSICHTLICH, MODULAR UND EINFACH ZU IMPLEMENTIEREN – DER MARKETING PLANNER ERMÖGLICHT EIN EFFIZIENTES MANAGEMENT SÄMTLICHER MARKETINGAKTIVITÄTEN:

1. Marketingaktivitäten erstellen

Das zentrale Marketing definiert die überregionalen Marketingaktivitäten, erstellt Kommunikationsmittel, Templates, Checklisten, Ziele, Budgets und Vorgaben zur Durchführung in den Vertriebsregionen.

2. Marketingaktivitäten steuern

Die Vertriebsregionen werden über geplante Aktivitäten strukturiert informiert und mit den benötigten Unterlagen versorgt. Sie führen ihre regionalen Anpassungen durch, die sofort sichtbar sind.

3. Marketingaktivitäten durchführen

Die Vertriebsregionen nutzen die Vorgaben des zentralen Marketings, um die vorgesehenen Marketingaktivitäten durchzuführen. Ihre Vorgehensweise gewinnt durch die hohe Prozessqualität an Effizienz.

4. Aktivitätenstatus überwachen

Durch einheitliche Ansichten auf Status und Wirkung ihrer Aktivitäten gewinnen Marketingorganisationen an Transparenz. Geschäftsführung und Stakeholder können jederzeit informiert werden.



www.marketingplanner.de

und schafft sofort die nötige Akzeptanz bei den Benutzern. Die Browseroberfläche des Marketing Planners ist einfach bedienbar und bedarf außer einer Einweisung keiner weiteren Schulung. Die graphischen Markt- und Kampagnenübersichten liefern einen optimalen Überblick der einzelnen Aktivitäten und stellen gleichzeitig in Echtzeit den Status der Gesamtkampagne und der jeweiligen Aktivitäten dar.

Durch eine Templatefunktion können 'Best-Practice-Projekte' gespeichert und jederzeit wieder gefunden werden. Dokumente und Materialien können direkt angehängt werden und selbst große Dateien, z.B. Videos somit online zur Verfügung gestellt werden, ohne ein weiteres Tool benutzen zu müssen.

// Integration vorhandener Systeme

Genügt diese Standardfunktionalität nicht oder nicht mehr, lässt sich der Marketing Planner jederzeit funktional erweitern oder mit bereits vorhandenen Systemen verbinden. Das ist vor allem dann sehr nützlich, wenn beispielsweise ein gut funktionierendes Content Management System vorhanden und weiter betrieben werden soll. In diesem Fall transportiert man im Marketing Planner nicht die Kommunikationsmittel selbst, sondern lediglich Links zu den entsprechenden Materialien im CMS. Das vereinfacht die Versionspflege und vermindert Fehler.

doubleSlash unterstützt zudem das Marketing bei der Einführung der Software in der Gesamtorganisation nach modernen Change Management Gesichtspunkten. Das hilft maßgeblich, von Anfang an eine hohe Akzeptanz und Nutzung in den Handelsorganisationen zu schaffen und durch übersichtliche Reports selbst auskunftsfähiger

gegenüber dem Management zu werden. doubleSlash Business Consultant Jochen Herdrich verfügt neben hervorragender Produktexpertise über große Erfahrung bei der Einführung von Marketingsoftware in mittleren und großen Unternehmen.

// Online-Demoversion zeigt Funktionsumfang

Er steht sowohl bei Fragen zu Technik und Leistungsumfang als auch komplexen Fragestellungen im Zuge der erfolgreichen Implementierung als Ansprechpartner

zur Verfügung. INDUKOM-Leser können sich sofort einen Live Eindruck verschaffen und den Marketing Planner in einer Demoversion unter <http://ce.doubleslash.de> kostenlos online testen. Hier lässt sich bereits eine Vielzahl von Funktionen ausprobieren, ohne dass es dazu einer Installation von Software auf dem eigenen Rechner bedarf – übrigens ohnehin einer der großen Vorteile dieser webbasierten Lösung. Wer über Rechner und Internetzugang verfügt, kann ohne zusätzliche Installationen jederzeit an jedem Ort mit allen Daten arbeiten. (rr)

MARKETING- UND IT-EXPERTEN IM DIALOG



slashTalk 2011 in Friedrichshafen zum Thema Marketing Efficiency: Auf YouTube zeigt doubleSlash Impressionen von dieser fachlich anspruchsvollen Veranstaltung, die 2012 eine Neuauflage erfährt. Direkt zum Video:

<http://indukom.de/R/?l=131>

Im eigenen YouTube-Kanal gibt doubleSlash auch Einblicke in das Unternehmen, informiert über Referenzen, Produkte, Leistungen uvm. www.youtube.com/doubleSlash.de Die Webseite der doubleSlash Net-Business GmbH präsentiert sich seit Anfang August in einem neuen Look: www.doubleslash.de