





Multi-Channel-Ausgabe in der Praxis

Produktivitätsvorsprung durch Enterprise Marketing Management

Agenda

Multi-Channel-Ausgabe in der Praxis

Kurze Vorstellung von CONTENTSERV

Multi-Channel-Ausgabe im Fokus

Live-Einblicke

Projektvorgehensweise und -Methodik

Next-Practice-Know-how: Erfolgsfaktoren eines EMMS-Projektes

Zusammenfassung

CONTENTSERV - Kurzvorstellung

- Standard-Softwarehersteller für Enterprise Marketing Management Lösungen zur effizienten Gestaltung von Marketing-, Print- und Medienprozesse
- Knapp 60 Mitarbeiter, Firmensitz in Rohrbach (bei München), Repräsentanzen in Stuttgart, Konstanz, Berlin und Hamburg; internationale Repräsentanzen in USA und Indien.
- Über 400 Projekte in verschiedensten Branchen mit über 300.000 Anwendern in 89 Ländern
- 100% eigenfinanziert und gesellschaftergeführt
- Mehr als 40 kompetente Lösungs-Partner vor Ort: u.a. in Deutschland, Österreich, Schweiz, Italien, Spanien, Frankreich, UK und Benelux

Auszug aus unseren 400 Kunden



SIEMENS

VOITH



Miele



PARADOR



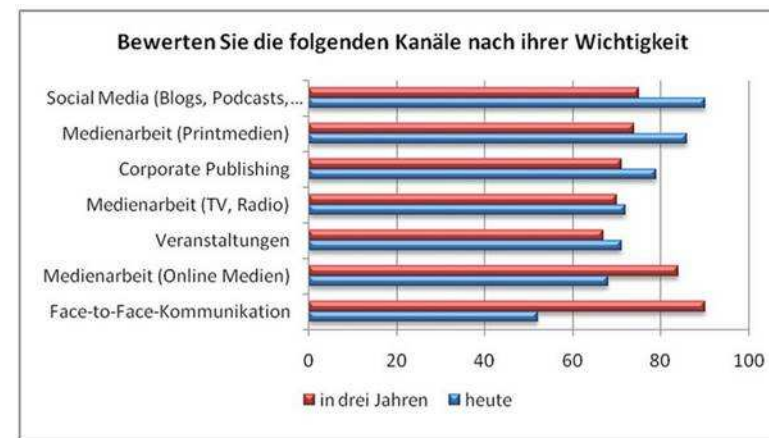
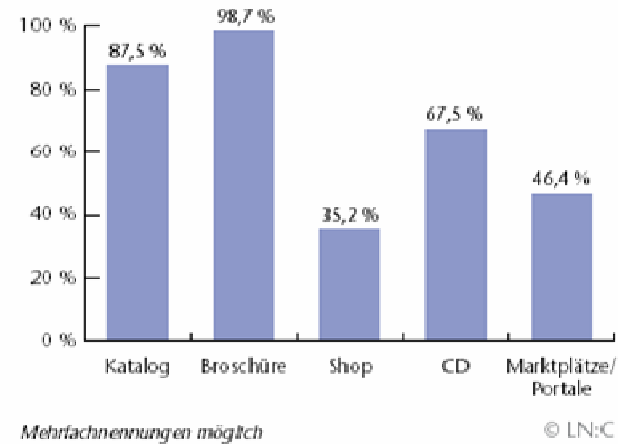


Professionelle Management der
Multi-Channel-Ausgabe –
wieso und weshalb?

Multi-Channel-Ausgabe auf Basis der versch. Medien

Unternehmenskommunikation wird jeden Tag komplexer

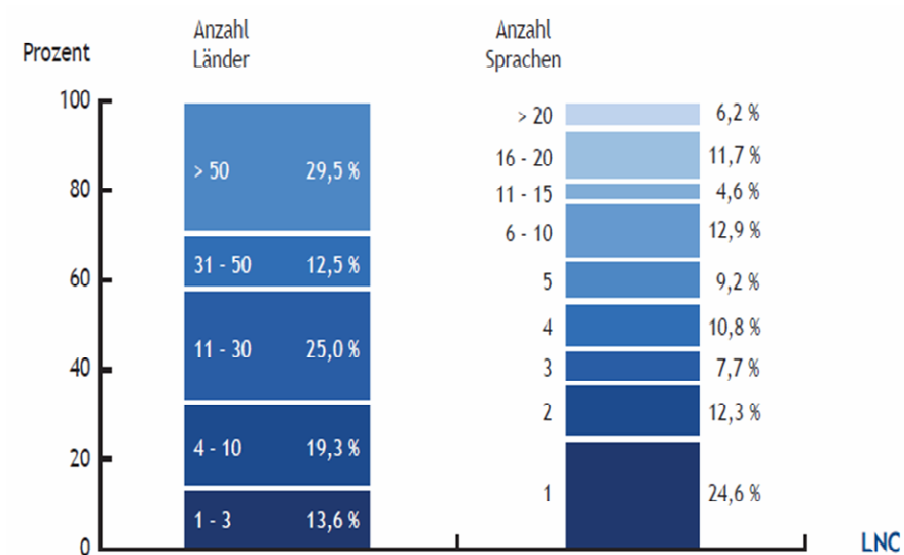
- Explosion der Medien: alle Kommunikationskanäle, wie Internet, Print, Mobile, Shop, Social Media Plattformen müssen bedient werden.
- Bei deutschen Industrieunternehmen sind Produktbeschreibungen in durchschn. 80 verschiedenen Dokumenten/Kanälen vertreten.



Multi-Channel-Ausgabe auf Basis verschiedener Märkte

Unternehmenskommunikation wird jeden Tag komplexer

- Stetige Globalisierung:
 - fordert eine optimale Länder-Sprachen-Umsetzung des Marketings
 - hochkomplexe Korrektur- und Freigabeprozesse



Multi-Channel-Ausgabe auf Basis des einzelnen Kunden

Unternehmenskommunikation wird jeden Tag komplexer

- Eine Wachstumsstrategie in kleinere bzw. neue Märkte fordert:
 - eine Zielgruppen-gerechte Ansprache und
 - mittelfristig einen anspruchsvollen One-to-One-Marketing Ansatz

Multi-Channel-Ausgabe

Fazit:

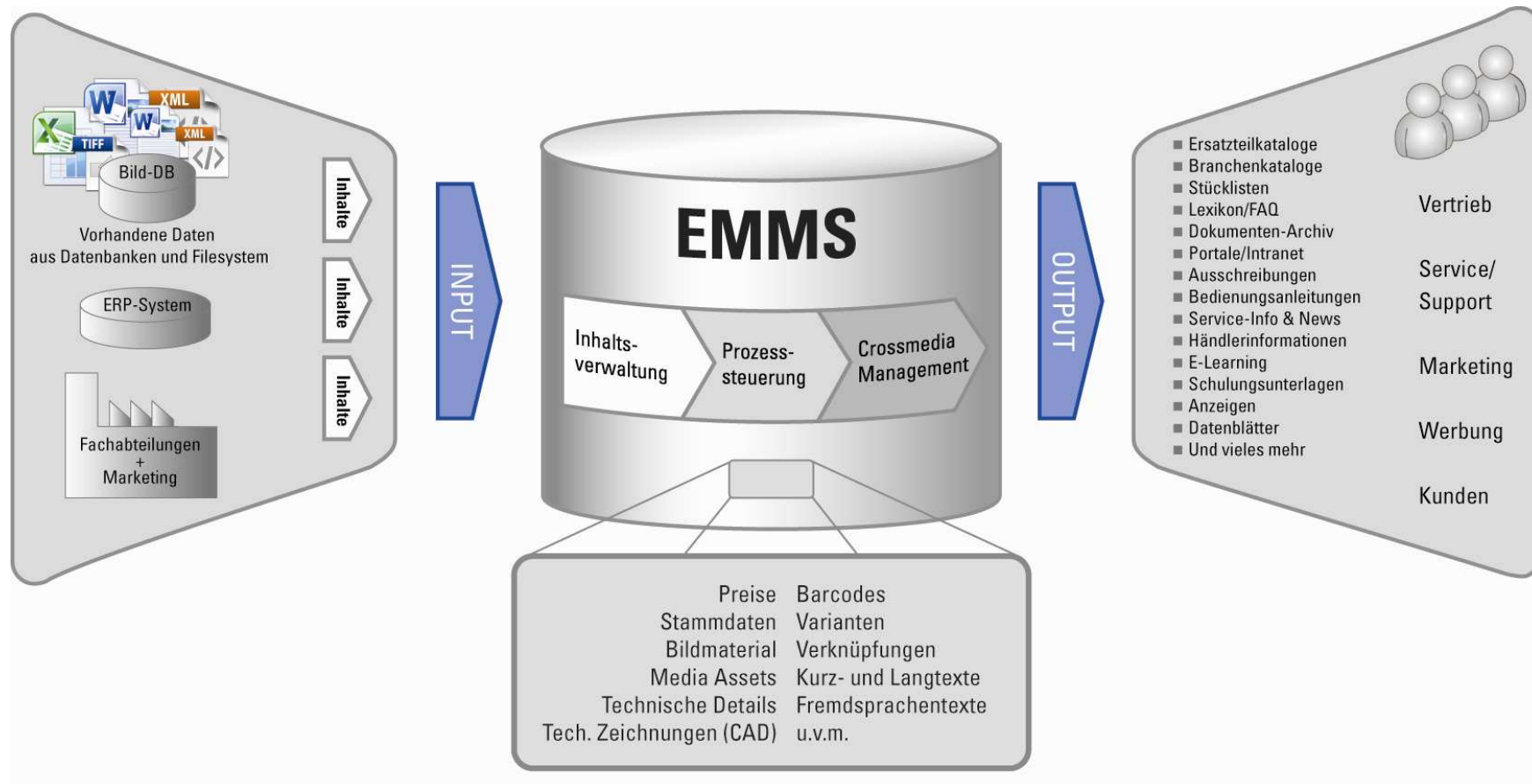
- Unternehmenskommunikation bzw. Marketing ist hochgradig komplex geworden
- Die Komplexität wird weiterhin steigen - einfach so weitermachen geht nicht
- Die Marketingprozesse müssen sich daher den neuen Gegebenheiten stellen
- Davon sind im Grunde fast alle Unternehmen betroffen und brauchen eine Lösung - Enterprise Marketing Management nimmt sich ganzheitlich des Multi-Channel-Themas an

Wie funktioniert Enterprise Marketing Management?

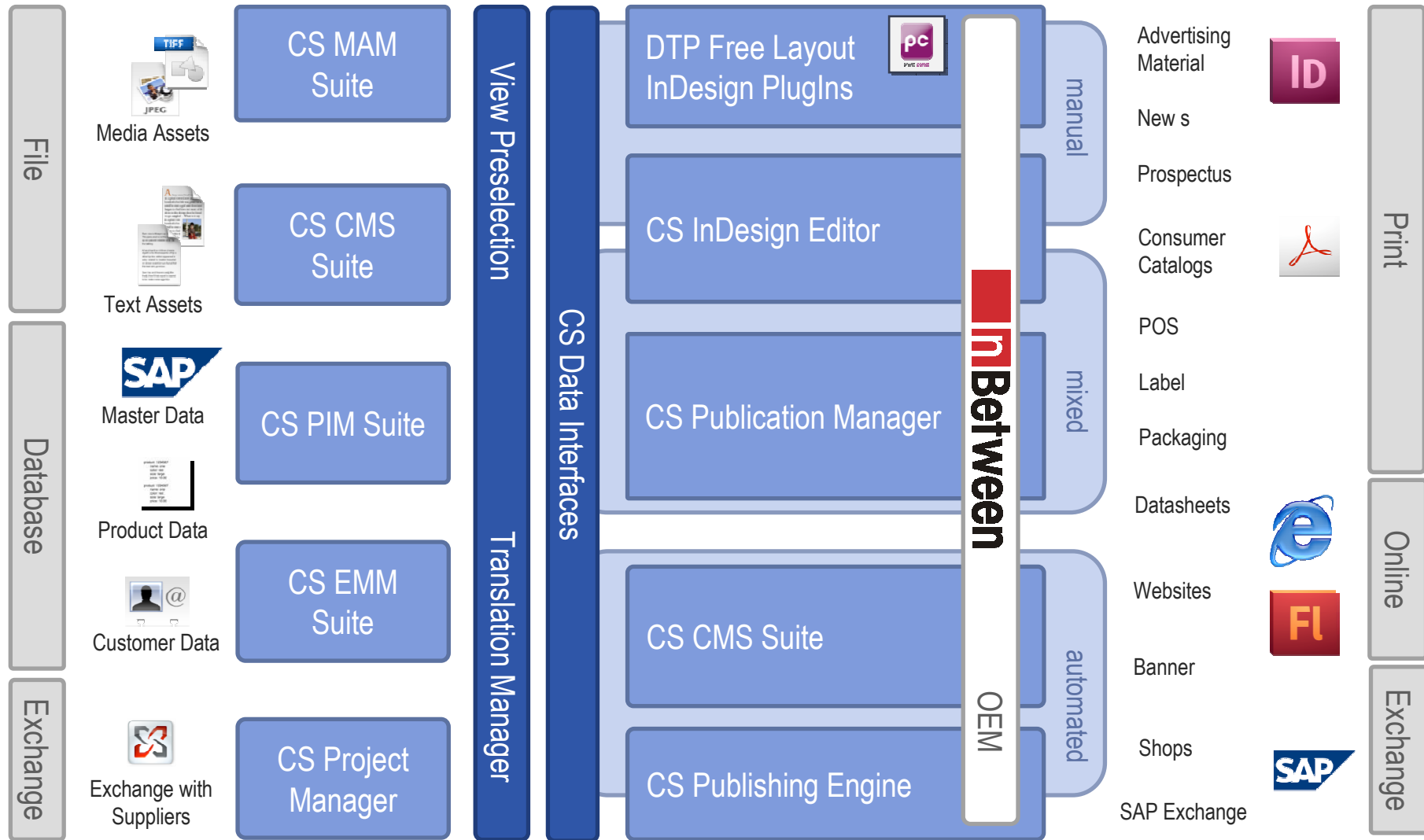
Prozesse, Software-Unterstützung, Steuerung & Ausbau

1. Die Prozesse müssen an die neuen Anforderungen angepasst werden
→ Prozessberatung und -Neustrukturierung.
2. Die neuen Prozesse werden mit Hilfe ganzheitlicher Softwarelösungen umgesetzt:
Enterprise Marketing Management System (= EMMS).
Ein EMMS unterstützt das Marketing im täglichen „Doing“ mit einer durchgehenden Prozessabbildung
3. Gezielte **Prozesssteuerung und -kontrolle** durch das EMMS.
In den **erfolgsversprechenden** Bereichen wird die Unternehmenskommunikation **stetig ausgebaut**.
→ Klare Wettbewerbsvorteile durch Kommunikationsführerschaft

Enterprise Marketing Management – EMMS



Architektur





Live-Einblicke



Projektvorgehensweise & Methodik

Empfohlenes Projektvorgehen



- Zwei-tägiger Workshop
 - Prozessanalyse und Neustrukturierung der Prozesse
 - Ausarbeitung des genauen Lösungsszenarios & der IT-Rahmenbedingungen
- [Erstellung des Prototyps (nach Aufwand, meist ca. 10 – 20 Manntage)]
- Gemeinsame Ausarbeitung einer Feinspezifikation

Empfohlenes Projektvorgehen



Projektmanagement, Qualitygate, Budget- und Termincontrolling



Best Practice und Erfolgsfaktoren

Entscheidende Erfolgsfaktoren eines EMM-Projektes

Keine „IT-meets-Marketing“-Experimente, stattdessen Auswahl einer flexiblen Standardsoftwarelösung.

Achten Sie dabei auf:

- Breite Inhaltspalette
(Produktdaten, Bilder, digitale Formate, Texte, Kundenprofilaten,...)
- Breite Ausgabepalette
 - Formate (Print, Internet, XML-Formate, Mobile,...)
 - Typen (Preislisten, Kataloge, Zeitschriften, Werbemittel, Mailings, Newsletter, Websites/Portale,...)
- Workflow-Flexibilität
- Print ist nicht gleich Print

Entscheidende Erfolgsfaktoren eines EMM-Projektes

Es gibt verschiedenste Bedientypen:

Diese benötigen unterschiedliche Oberflächen und Funktionalitäten
(unterschiedliche Editormasken, flexibles Rechtesystem)

- Kunde – anspruchsvoller Benutzer (Power-User)
- Kunde – gelegentlicher Benutzer bzw. in großer Anzahl (Simple-User)
- Mediendienstleister (Power-User)

Unterschiedliche Oberflächen für Bearbeitung

Individualisierung von InDesign Dokumenten

The image shows a web application interface for individualizing InDesign documents, overlaid on an Adobe InDesign workspace. The web application is titled "Meine Kopie: Produktinformation individualisieren" and includes a navigation menu with "MedienCenter", "REPORTING", "GUIDELINES", and "CHARTSERVER". It features a search bar and a shopping cart icon. The main content area displays a form for individualization, including fields for "Werbemittel:", "Individualisierung:", "Internetadresse:", and "Logoaustausch:". A "GISInvestor" logo is visible. The InDesign interface shows a document titled "07_FM_209_090504_Presse_Proof.indd" with a "Pressehau" focus. The document content includes a headline "Schwarz auf Weiß #", a sub-headline "Deutsche Zeitungen und Fachmagazine greifen - das Thema Nachhaltigkeit - auf.", and a main text block starting with "RHEINISCHE POST". The InDesign interface also shows a "Handelsblatt" section and a "Finanvoedkte Allgemeine" section. The bottom right of the InDesign interface shows a "Paragraph" style list with options like "NormalParagraphStyle", "Normal", "01 head", "02 Einleitungstext, Subhead", "03 Copytext: Initialen", "04 Copytext: normal", "05 Copytext: Einzug", and "Ausweisungen".

Entscheidende Erfolgsfaktoren eines EMM-Projektes

- Prozessberatung in Anspruch nehmen –
Überarbeitung der Prozesse sowohl bei Ihnen als auch bei Ihren Mediendienstleistern
- EMMS Projekte benötigen die Abteilungen:
 - Marketing & Grafik
 - IT
 - Produktmanagement & Vertrieb
 - Meist auch die Geschäftsführung
- Achten Sie darauf, dass der Softwareanbieter Ihre Sprache spricht, aber auch ganz deutlich über den Tellerrand blickt und viel, viel Erfahrung mitbringt.

Kontakt



Patricia Kastner
CEO

CONTENTSERV GmbH
Werner-von-Siemens-Str. 1
85296 Rohrbach/Ilm

T: +49.8442.9253.800

F: +49.8442.2044

Email: pkastner@contentserv.com

Web: www.contentserv.com