

Marketingprozess-Optimierung

Administration statt Wertschöpfung?

Im Spielfeld komplexer Märkte, Veränderungen des Zielgruppenverhaltens und der zunehmenden Bedeutung neuer Medien steht das Marketing vor einem radikalen Wandel. Parallel dazu werden die Produktlebenszyklen immer kürzer und erfordern einen stetig steigenden Marketingaufwand. Der Druck wächst, effizientere und belegbare Beiträge zur Wertschöpfung und zum Wert des Unternehmens zu leisten.

Marketingverantwortliche verbringen mittlerweile zwei Drittel ihrer Arbeitszeit mit administrativen Routineaufgaben. Viele verlieren sich in den operativen Aufgaben des Tagesgeschäfts. Für die wertschöpfenden und konzeptionellen Aufgaben bleibt dann oft keine Zeit.

Diesen Umstand hat Pepper im Rahmen einer aktuellen Online-Studie untersucht. Fokus war die strategische Ausrichtung des Marketings sowie der Organisationsgrad und die Marketingeffizienz im Tagesgeschäft.

Die Studie gibt darüber Aufschluss, in welchen Marketingbereichen typischerweise Effizienzpotenziale zu heben sind und welche Maßnahmen die Unternehmen in Angriff nehmen müssen, um die Effizienz und Effektivität zu erhöhen. Betrachtet wurden dabei der typische Marketingprozess sowie unterstützende Faktoren in der IT, Marketingorganisation, (Agentur-)Partner-Zusammenarbeit sowie die Erfolgsmessung von Marketingmaßnahmen.

Die zehn Zeitdiebe im Marketingalltag.

- Freigaben einholen
- Finden von Daten in internen/externen Informationsquellen
- Verteilung vorhandener Informationen an interne/externe Gruppen
- Archivierung/Aktualisierung marketingrelevanter Informationen
- Extrahieren und Zusammenfügen von Daten aus unterschiedlichen Quellen
- Navigieren in uneinheitlich gestalteten Informationssystemen
- Datenzugriff
- Organisation von Datenzugriffen zwischen Programmen und Systemen
- Erstellung/Bearbeitung von Formularen
- Nutzung von marktbezogenen Daten zu Planungszwecken

Potenziale identifizieren – und nutzen.

Allein die Tatsache, dass das Marketing als Funktionsbereich meist stark fragmentiert ist, führt zu zahlreichen Schnittstellen, die zu Ineffizienzen bei internen Prozessabläufen und der externen Marktbearbeitung führen.

Diese Ineffizienzen gilt es, sichtbar zu machen und daraus Handlungsalternativen für die Zukunft abzuleiten. Mit einem professionellen Marketingprozess- und Infrastruktur-Audit, das Effizienzpotenziale in Marketingprozessen sichtbar macht und zielgerichtete Veränderungen anstößt.

Auf dieser fundierten Basis können bestehende Prozesse beispielsweise mit einer Synchronisierung der Kommunikation, der zeitnahen Bereitstellung relevanter Informationen sowie der Beseitigung von ineffizienten Schnittstellen und Prozessbrüchen effizient verändert werden.

Die möglichen Einsparpotenziale sind enorm, die daraus resultierende höhere Marketingeffizienz schafft Raum für neue Ideen.



Wie Sie von einem Marketingprozess- und Infrastruktur-Audit profitieren.

Entdecken Sie Effizienzpotenziale und gewinnen Sie mehr Zeit für die wertschöpfenden Kernthemen durch optimierte und (teil-)automatisierte Prozesse.

Kurzfristig

Im Rahmen des Audits werden die Effizienzpotenziale in Ihrem Marketingprozess identifiziert und eine Abschätzung der Position Ihres Unternehmens im Vergleich zur Gesamtindustrie geliefert.

Gleichzeitig erhalten Sie eine Einschätzung, welche Ihrer Abteilungen besser strukturiert werden sollten, suboptimale Kompetenzen/Profile der Prozessbeteiligten werden aufgedeckt und Hinweise auf die zu optimierenden Ressourcen und die Budgetallokation gegeben.

Darüber hinaus hilft ein Audit, mehrfach vorhandene Tools oder Systeme zu identifizieren und somit weiter Zeit und Kosten zu sparen. Im Rahmen des Audits erhalten Sie Vorschläge, wie sich die Prozesse automatisieren bzw. die Tools und Systeme konsolidieren lassen.

In Zusammenarbeit mit Ihnen entsteht so ein Gesamtbild Ihrer Marketingprozesse, Organisations- und Tool-Landschaft, zugleich werden quantifizierbare Erfolgspotenziale benannt.

Langfristig

Die Veränderung von Prozessen ist selbst ein Prozess. Die im Audit aufgedeckten Effizienzpotenziale können in einer „Marketing Excellence Roadmap“ in Form konkreter Einsparungen umgesetzt werden. Die frei gewordenen Ressourcen können Sie für strategische Marketingaufgaben neu allokkieren oder einsparen.

Pepper steht für messbare Erfolge.

Pepper unterstützt Sie dabei, nachweisbare Wirkung für das Marketing und den Vertrieb Ihres Unternehmens zu erzielen. Als drittgrößte unabhängige Dialogmarketing-Agentur in Deutschland verfügen wir über langjährige Erfahrung im Marketingprozess- und Infrastruktur-Audit.

Pepper bietet ein ganzheitliches Portfolio und schlägt die Brücke zwischen Marketingkommunikation, CRM und Social Media. Darüber hinaus unterstützen wir Sie mit einer professionellen Optimierung der Prozesse und der Umsetzung. Viele Marktführer vertrauen bereits auf eine Zusammenarbeit mit uns – und das weltweit:

Wir arbeiten für **5** der **20** wertvollsten Marken.

Wir betreuen Marketingprogramme in über **50** Ländern.

Unser Marketingsupport deckt über **30** Sprachen ab.

Wir sind seit **12** Jahren erfolgreich auf dem Markt.

Unsere Kunden profitieren.

In den nachfolgenden ausgewählten Marketingprozess-Optimierungsprojekten (Auszug) konnte Pepper in den letzten 12 Jahren für seine Kunden erfolgreiche Projekte realisieren:

- Marketingprozess-Audit und -Optimierung zur End-to-end-Erstellung von Produktbroschüren in 15 europäischen Ländern für einen weltweit führenden IT-Konzern
- Change Management bei der Neuausrichtung der Marketingprozesse eines Global Players
- Einführung eines globalen E-Newsletters (60 Länder) inkl. Editorial, Content Management und Versandprozess sowie Steuerung der Kernprozesse im Rahmen eines Outsourcing- und Offshoring-Modells
- Rollout der weltweiten Retention-Marketinginfrastruktur eines globalen IT-Unternehmens
- Definition der Business-Anforderungen bei der Entwicklung von redaktionellen Systemen und Management bei der Umsetzung
- Management der Marketing-Infrastrukturintegration im internationalen Maßstab bei einem Global Player

Pepper Benchmarks bei Marketingprozess- und Infrastruktur-Optimierungsprojekten

Verbesserung der Durchlaufzeiten und Reduktion der Durchlaufkosten bei einem redaktionellen System bis zu

20%

Operative Kostensenkung durch Optimierung eines Kampagnenprozesses bis zu

65%

Antworten auf Ihre Fragen.

Von Marketingprozess-Audits über Prozessoptimierungsprojekte bis hin zu Outsourcing und Offshoring von Marketingprogrammen: Sie finden in uns einen kompetenten Ansprechpartner. Nutzen Sie die Chance, mit einem professionellen Marketingprozess- und Infrastruktur-Audit Effizienzpotenziale sichtbar zu machen und zielgerichtet Veränderungen anzustoßen. Testen Sie uns!

Ihre Ansprechpartner bei Pepper:

München

Christian von Vietinghoff

Director Consulting

Tel +49 89 30903 553

christian.vonvietinghoff@pepperglobal.com

Chicago

Brennen Roberts

Managing Director

Tel +1 312 588 4774

brennen.roberts@pepperglobal.com

Wien

Alexandra Wolf

Client Service Director

Tel +43 1 71 30 110 14

alexandra.wolf@pepperglobal.com

Singapur

Caroline Lim

Managing Director

Tel +65 6221 3312

caroline.lim@pepperglobal.com