

## Marketing Planer Funktionsübersicht



### Alle Aktivitäten im Überblick

Kalenderansicht mit flexibler Struktur und übersichtlicher Timeline-Anzeige.

- Timelines von Kampagnen sind per Drag & Drop im Handumdrehen angelegt. Vielfältige Informationen zu jedem Element: Inhalte, Medien, Zielsetzung, Aufgaben, Dateianhänge u.v.m.
- Einfacher Wechsel zwischen Ganzjahres-, Quartals- und Monatsansicht für mehr Details und stufenloses Zoomen
- Problemlose und einfache Aktualisierung der Marketingplanung
- Die Basics zur Kampagne werden direkt bei Mouse-Over angezeigt
- Individuell einsetzbare Marker und Farben für die Zeitleisten für den schnellen Überblick
- Filtern und Sortieren des Kalenders schafft die bedarfsgerechte Ansicht für jeden Nutzer.



### Task- und Milestoneplanung

Projektpläne, Aufgaben und Verantwortlichkeiten für die geplanten Kampagnen.

- Planung von Aufgaben und Zuweisung von To Dos an andere Nutzer des Marketing Planers
- Definition von Meilensteinen und dazugehörigen Aufgaben
- Automatische E-Mail Benachrichtigung bei Erhalt neuer Aufgaben
- Tabellarische Meilenstein- und Aufgabenübersicht
- Automatische Generierung von Gantt-Diagrammen für die Projektplanung



### Arbeiten im Team

Feingranulares Rechte- und Rollenkonzept für die optimale Zusammenarbeit verschiedener Bereiche und Teams.

- Bereiche, Projekte und Aufgaben können den Nutzern des Marketing Planers zugeordnet werden, sodass jederzeit Transparenz über die aktuellen Verantwortlichkeiten herrscht
- Individuell definierbare Nutzergruppen mit Zugriff auf bestimmte Bereiche der Planungsstruktur
- Zuweisung von Rechten auf Benutzerebene, z.B. Leserechte für alle Bereiche, Schreibrechte nur für bestimmte Bereiche des Kalenders
- Assignment von Projekten und Aufgaben an einzelne Benutzer
- Automatische Benachrichtigung per E-Mail bei neuen Aufgaben und Projekten
- Zugriff auf zentrale und aktuelle Daten für alle User



### Kampagnen-Templates

Planungsvorlagen für Maßnahmen mit Vorlaufzeiten und Abwicklungszeiträumen.

- Legen Sie zum Beispiel einmalig die Vorlage für Anzeigenkampagnen an – bei der Planung einer konkreten Kampagne werden die einzelnen Projektphasen, deren Dauer und deren Abfolge automatisch im Marketing Planer eingetragen
- Zentraler Pool an individuell konfigurierbaren Projektvorlagen
- Verwendung der Vorlagen auf Knopfdruck
- Automatische Berücksichtigung von Vorlauf und Abwicklungsdauer
- Die spätere manuelle Nachbearbeitung des Projektplanes ist selbstverständlich möglich



### Budgetübersicht und -planung

Verteilung und Erfassung der Budgets auf Projekt- und zeitlicher Ebene

- Automatische Berechnung von Budgetsummen für die Projekte und auf Monatsbasis sowie der Restbudgets
- Warnhinweise bei Inkonsistenzen in der Planung
- Anzeige der Budgets und angefallenen Kosten
- Optionale Budgetfreigabe-Prozesse und Anzeige freigegebener sowie bereits fest verplanter Budgets
- Per Rechnungserfassung geben Sie Ihre Ist-Daten ein und haben somit stets den Überblick über den Status Ihrer Ausgaben, auch visuell über Statusbalken angezeigt



### Kosten-Tracking

Stets aktuelles Kosten-Tracking durch Erfassung eingehender Rechnungen.

- Schnelle und unkomplizierte Erfassung angefallener Kosten
- Automatische Berechnung von Projekt- und Gesamtkosten
- Visuelle Statusanzeige zur Budgetausschöpfung auf Projekt-, Monats- und Unternehmensbasis
- Optionale Anbindung an das ERP-System Ihres Unternehmens für den automatischen Rechnungsimpport



### Reports und Berichte

Abruf von Reports über Budgets, Aktivitäten und ROI auf Knopfdruck.

- Auswertungen zu Budgetverteilung, Soll-/Ist-Vergleiche, Aktivitäten und Erfolgsmessung als grafische Darstellung und zum Download für Präsentationen und Dokumente
- PDF-Download der Kalenderübersicht
- PDF- und MS-Excel Download der Budgetplanung



### KPI-Messung

Definition von KPIs (Key Performance Indicators) zur Erfolgsmessung von Kampagnen und Maßnahmen.

- Übergreifende, unternehmensspezifische Definition der Key Performance Indicators
- Auch berechnete Zielwerte lassen sich durch Hinterlegen von Formeln übergreifend definieren
- Festlegung von Zielen pro Maßnahme oder Kampagne mit Reminder-Datum für das Erfassen der erzielten Ergebnisse
- Erfassung der erzielten Werte und automatische Berechnung des Zielerreichungsgrades / ROIs
- Grafische Reports zur KPI-Messung wie Top- und Flop-Projekte sowie Vergleich des ROIs mehrerer Maßnahmen oder Kampagnen



### Genehmigungsprozesse

Optional können Freigabeprozesse für Maßnahmen und Budgets definiert werden.

- Definition von Freigabeworkflows zur Genehmigung von Budgets und Kampagnen
- Automatische Abwicklung dieses Workflows durch BrandMaker
- E-Mail- und Dashboard-Benachrichtigungen bei Aktualisierung und Handlungsbedarf



### Dashboard

Alle Informationen auf einen Blick ab: Aktuelle Aufgaben und Projekte, Budgetstatus, Zielerreichung und mehr.

- Benutzerspezifische Konfiguration des Dashboards, sodass jeder Nutzer die für ihn relevanten Informationen auf einen Blick erhält
- Vielfältige Bausteine wie Budgetstatus, aktuelle Projekte, Projektstatus, erwartete Freigaben, Reports etc.



### Dimensionen und Filter

Nutzerspezifische Sicht auf die Planung für schnellen Zugriff auf benötigte Informationen.

- Dimensionen sind unternehmensspezifisch wählbare Attribute, die den Projekten und Kampagnen hinzugefügt werden und nach denen die Ansicht gefiltert werden kann - zum Beispiel die adressierte Zielgruppe, die intern verantwortliche Organisationseinheit oder die betreffende Produktlinie.
- Die BrandMaker-Filter ermöglichen das Einrichten einer benutzerspezifischen Ansicht, bspw. nach Unternehmensbereichen, nach Produktlinien oder nach Zielgruppen.
- Übergreifende Definition der verfügbaren Dimensionen
- Hinzufügen von einer oder mehreren Dimensionen zu den Projekten und Aktivitäten in der Planung
- Erstellen eigener Ansichten und Abspeichern dieser Ansichten als Vorlage
- Freies Sortieren und Filtern der Kalenderstruktur anhand der Dimensionen



### Optionale Anbindung an andere Systeme

Flexible Schnittstellen für den Datenaustausch mit Drittsystemen.

- Anbindung des Marketing Planers an vorhandene ERP-Systeme: Automatischer Import von Budgetdaten, Projektnummern, Rechnungen etc. in BrandMaker
- Anbindung an andere Systeme, z.B. CRM- oder Data Mining Tools für die Kampagnenplanung

## Marketing Planer Add-Ons



### Handelsmarketing Planer

Integrieren Sie die Planung lokaler Aktivitäten und Information Ihrer Handels- und Franchise-Partner in BrandMaker.

Mit BrandMaker bilden Sie auch Ihre lokalen Marketingprozesse bei Händlern, Franchisepartnern, Niederlassungen und Filialen ab. Diese arbeiten mit einer eigenen, reduzierten Planungsansicht, die nur die für sie relevanten Inhalte anzeigt.

Durch die praktische und extrem benutzerfreundliche Bedienoberfläche können alle Informationen zu geplanten Kampagnen schnell und unkompliziert von den lokalen Marketingverantwortlichen eingesehen werden. So sind Ihre Vertriebspartner vor Ort schneller und aktueller über die Marketingaktionen informiert.

Bestandteile des Handelsmarketing Planers:

- Aktivitätenübersicht und reduzierte Ansicht für dezentrale Partner.
- Task- und Milestone Planung.
- Zusätzlich als Planungstool für eigene Aktionen lokaler Partner, z.B. als Autohaus- oder Filialplaner nutzbar.



### Aktionsleitfaden

Der Aktionsleitfaden von BrandMaker unterstützt die konzeptgerechte Durchführung von dezentralen Marketingaktivitäten.

Der Aktionsleitfaden führt Händler, Filialen und Niederlassungen entlang des „roten Fadens“ durch die Umsetzung zentral konzipierter Aktionen.

Es wird sichergestellt, dass Marketingaktivitäten lokal wie von der Zentrale vorgesehen umgesetzt werden. Die lokale Planung und Durchführung einzelner Maßnahmen wird professionalisiert, die Markenwahrnehmung beim Endkunden verbessert und Ihre Handelspartner sind durch den einfachen Prozess einfach motivierter, an Marketingaktionen teilzunehmen.

Für die Zentrale werden quantitative und qualitative Auswertungen über die Teilnahme an den Aktionen generiert und eine Rückmeldung über die Arbeit ihrer dezentralen Einheiten und den Erfolg des Konzeptes ermöglicht.

Bestandteile des Aktionsleitfadens:

- Übersichtliche Darstellung der Bestandteile einer Marketingaktion und die geführte Informationsvermittlung.
- Anleitung zur Planung und Durchführung der einzelnen Aktivitäten für das dezentrale Marketing.
- Übernahme der Aktivitäten in den eigenen Planer.
- Planungstool für die Planung der einzelnen Aktionsbestandteile bei den dezentralen Stellen.
- Living Diary – Reminderfunktionen und Aufgabenkalender für die dezentralen Marketingmitarbeiter.
- Controlling der Teilnahme an Marketingaktivitäten für die Zentrale.