

MÖBELMARKT[®]

International Interior Business Magazine



Prozessoptimierung
**Mehr PS auf der
Datenautobahn
mit intelligenter IT**

M.O.W., Partnertage, etc.
**Alle wichtigen
Branchenevents
im Frühling**

Bogdanski-Interview
**Die Pläne des
europäischen
Polsterriesen**

Marketing mit Methode

Mit der webbasierten Software Brandmaker optimiert Domicil Möbel derzeit seine Marketingprozesse. Zuvor hatte sich dieses Brand-Management-System z. B. schon in der Finanzbranche bewährt.

Prozesse bilden das Nervensystem einer jeden Organisation – und allein durch die konsequente Gestaltung und Definition der Prozesse hat man Kosten und Qualität fest im Griff. Das haben viele Unternehmen seit dem Aufkommen des Prozessgedankens in den 90er Jahren erkannt und in verschiedenen Bereichen umgesetzt, nicht zuletzt auch im Marketing. Vorreiter war hier, wie auf anderen Gebieten, das Bankwesen. So setzt beispielsweise die Dekabank seit Längerem ein intelligentes Instrument zur Prozessoptimierung und Effizienzsteigerung im Marketing ein: die Software-Lösung Brandmaker vom gleichnamigen Software-Hersteller aus Karlsruhe. Damit konnte die Dekabank die komplette Prozesskette im Marketing abbilden. „Brandmaker bietet ein stimmiges Gesamtpaket für den Marketing- und Kommunikationsbereich“, so Olaf Nolting, Leiter Elektronische Vertriebservices bei der Dekabank. Er fügt hinzu: „Mit dem Brandmaker Marketing Planer beispielsweise optimieren wir unsere gesamte Kampagnenumsetzung.“ Ebenso erfolgreich setzt

aber auch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young Brandmaker ein. Sollte dies nicht ein Signal für die Möbelbranche sein, sich mit entsprechenden Software-Lösungen auseinanderzusetzen?

Alle Projekte im Blick

Domicil Möbel hat es bereits vorge-macht und in eine entsprechende Informationstechnologie investiert. Mit Brandmaker sieht sich Domicil Möbel nun für die komplexen Aufgaben im Marketing gut gerüstet. Der Hintergrund: 2005 wurde der Premium-Einrichter an das Unternehmen HTL International Holdings Ltd mit Hauptsitz in Singapur verkauft, was eine weitere nationale wie internationale Expansion der Marke Domicil ermöglichte. In mittlerweile 22 Einrichtungshäusern in ganz Deutschland und in je einem in Wien und Sofia vertreibt Domicil Möbel aktuell seine Kollektionen – und das erfordert einen genauen Überblick über laufende Projekte, zumal die zentrale Marketingabteilung neue Anforderungen des Mutterkonzerns in Singapur zur Budgetabgabe erfüllen muss. Vor der Einführung von Brandmaker im Februar 2008 arbeitete die Marketing-Abteilung von Domicil Möbel noch mit MS Excel, das jedoch im Zuge des Wachstums Schwächen zeigte. „Wir hatten Schwierigkeiten, den Überblick

über alle laufenden Projekte und über die jeweiligen Budgets zu behalten. Übersichtlichkeit und Transparenz fehlten einfach“, so Nadine Werkmeister, Assistentin der Marketing-Leitung bei Domicil Möbel. Anders als Excel, das ein reines Datenerfassungs- und Tabellenkalkulationstool ist, ermöglicht Brandmaker einen transparenten Überblick über alle laufenden Projekte und ihre jeweiligen Budgets, kombiniert die Budgetübersichten mit der Marketing-Timeline, gestattet die Arbeit im Team und verfügt über eine umfassende Export- und Reportingfunktion. Zudem ist die Software einfach und überschaubar zu handhaben: „Eine halbstündige Einweisung reichte aus und man hatte das Tool verstanden“, so Nadine Werkmeister.

Webbasierter Marketing-Planer

Ein großer Pluspunkt von Brandmaker ist die Möglichkeit einer kostengünstigen Nutzung über das Internet. So gehört Domicil Möbel zu den ersten Anwendern des Software-as-a-Service-Modells, bei dem das Internet als Plattform dient. Dieses so genannte SaaS-Paket beinhaltet nicht allein eine webbasierte Nutzung des Tools, sondern auch einen umfangreichen Support sowie regelmäßige Updates und Backups. Die zentrale Datenhal-

tung unterstützt zudem die Arbeit im Team. Nadine Werkmeister erläutert hierzu: „Früher mussten wir uns regelmäßig morgens zusammensetzen und die Projekte durchgehen, um beispielsweise zu klären, welche Aufgaben zu erledigen sind oder noch ausstehen. Durch den zentralen Zugriff sind wir jetzt stets auf dem aktuellsten Stand und müssen nicht mehr nachfragen. Auch jede Änderung wird in Echtzeit transparent. Das ist gerade bei Foto-projekten sehr hilfreich, bei denen es sehr häufig zu Daten- und Terminänderungen kommt.“ Für dieses Jahr plant Domicil Möbel die Eröffnung weiterer Standorte und Franchise-Häuser. Mit Brandmaker ist die Marketingabteilung von Domicil Möbel auf diesen Expansionskurs gut vorbereitet. Unterstützt wird dies durch die weiterhin intensive und konstruktive Kommunikation zwischen Domicil Möbel und Brandmaker, denn beide Seiten können voneinander lernen. Dies betont auch Kerstin Heinemann, Produktmanager für den Marketing Planer bei Brandmaker: „Unsere Zusammenarbeit mit Domicil Möbel ist sehr partnerschaftlich. Frau Werkmeister gibt uns Anregungen für weitere Verbesserungen des Tools und liefert uns hiermit wertvollen Input. Dadurch können wir unser Produkt ganz nah am Markt weiterentwickeln und Erfahrungen unserer Kunden einfließen lassen.“ Ronny Waburek



Maßnahmenbudgets und tatsächlich angefallene Ist-Kosten gegenüberstellen, Budgetsummen und Restbudgets automatisch berechnen, Daten auf etwaige Inkonsistenzen prüfen und bei Abweichungen warnen – das alles und mehr ist mit Brandmaker möglich. Fotos: Brandmaker, Fotolia/Dimitri Sunagatov



Nadine Werkmeister, Assistentin der Marketing-Leitung bei Domicil Möbel.