

M**K**

MARKETING-EFFIZIENZ & -EFFEKTIVITÄT

DOSSIER 4/11



Integration

Integriertes Marketing als trendunabhängiger und kontinuierlicher Pfad in Richtung von «Marketing Excellence». **SEITE 6**

Umfrage

Führende Marketer aus der Schweiz präsentieren ihre profilierte Meinung zum aktuellen Thema «Marketing Efficiency». **SEITE 10**

Kommunikation

Zentrale und integrierte Produktkommunikation bei der KUKA Roboter GmbH leicht gemacht. Ein Beispiel aus der Praxis. **SEITE 13**

B2B-Branding

Marke als Schlüsselinstrument der Differenzierung in umkämpften B2B-Märkten. Höchste Zeit, die Industriemarken zu stärken. **SEITE 14**

Media Asset Management leicht und praktikabel gemacht

MEDIA ASSET MANAGEMENT Wie eine Mediendatenbank Produktionsprozesse im Marketing vereinfacht und die Marketer bei der Bewältigung von kreativen und organisatorischen Herausforderungen unterstützt.

VON MIRKO HOLZER*

■ Marketing ist ein kreativer Prozess. Doch alle Kreativität ist nichts wert, wenn Materialien wie Bilder und Grafiken zwar auf dem Server abgelegt, aber im konkreten Bedarfsfall nicht auffindbar sind. Sind die Medienobjekte endlich gefunden, geht die eigentliche Arbeit erst richtig los. Bilder müssen ausgewählt, bearbeitet und im entsprechenden Dokument an der korrekten Stelle platziert werden. In einem solchen kreativen Produktionsprozess auf eine Mediendatenbank beziehungsweise ein Media-Asset-Management-System (kurz MAM-System) zurückzugreifen, das sämtliche Medienobjekte übersichtlich und strukturiert bereithält, ist eine grosse Erleichterung. Ein webbasiertes und intuitiv bedienbares MAM-System wie der BrandMaker Medien Pool unterstützt Marketingabteilungen umfassend bei der Verwaltung und Bereitstellung von Marketingmaterialien, sichert gleichzeitig die Qualität der Kommunikation in allen Kanälen und ermöglicht die schnelle, kostengünstige und präzise Umsetzung von Marketingaktionen.

Ein zentraler Speicherort für Medienobjekte aller Art

Ein professionelles MAM-System unterstützt Marketers bei der Bewältigung der kreativen, aber auch organisatorischen Herausforderungen, die im Rahmen von Marketing-Produktionsabläufen zu bewältigen sind. Dabei dient der Medien Pool als zentraler Speicherort für Medienobjekte aller Art wie Grafiken, Imagebildern, Broschüren, Banner sowie Filmen und Tondokumenten. Man spricht auch von sogenannten «Media Assets». Mitarbeiter können sich diese Media Assets über Intra- oder Extranet für die Verwendung in eigenen Präsentationen oder anderen Medien herunterladen. Dabei ist nur der Zugriff auf jene Medienobjekte möglich, die zentral freigegeben sind, dem aktu-

ellen Stand entsprechen und absolut qualitätsgesichert sind. Zudem können Unternehmen festlegen, dass Medienobjekte nur im Rahmen vorhandener Lizenzen und für vorgesehene Zwecke verwendet werden dürfen und dass nur bestimmte Mitarbeiter Zugriff auf besondere Media Assets erhalten. Auch die zeitliche Gültigkeitsdauer eines Bildes oder



Dokuments lässt sich individuell festsetzen. Somit ist bestmöglicher Schutz vor nicht autorisierter Verwendung der Marketingmaterialien gewährleistet.

Bearbeitung vor dem Download des Ursprungsmediums

Neben der zentralen Bereitstellung von Medienobjekten aller Art erfüllt der BrandMaker Medien Pool eine Vielzahl an Zusatzfunktionen. Über eine spezielle Bearbeitungsfläche können Media Assets bereits vor dem Download bearbeitet und an den jeweiligen Verwendungszweck angepasst werden. Die leistungsstarke Mediendatenbank ermöglicht die flexible und vollautomatische Konvertierung von Grafikobjekten und Bildern für unterschiedliche Ausgabekanäle wie beispielsweise Internet, Präsentation und Print. Damit sind einmal angefertigte Grafikobjekte auch für andere Kommunikationsmassnahmen nutzbar. Da der Medien Pool ältere Bild- und Dokumentversionen nicht verwirft, ist eine saubere Dokumentation garantiert. Auch der Zugriff auf eine frühere Ausgabe des Media Assets ist somit möglich. Über

die Medienvorschau kann der Nutzer Inhalte einsehen, ohne das Dokument vorher herunterzuladen. Es spielt dabei keine Rolle, um welches Ursprungsformat es sich bei dem Medium handelt. Der Anwender kann sowohl durch einzelne Seiten blättern als auch Videos ansehen oder Audio-Dateien anhören. Besonders praktisch ist die Such-

funktion nach dem Google-Prinzip, wodurch man nach Eingabe eines oder mehrerer Schlagwörter passende Ergebnisse geliefert bekommt. Zusätzlich kann der Nutzer die Suchergebnisse weiter einschränken, indem er die Suche nach unterschiedlichen Kriterien wie etwa Dateigrösse, Bild- und Dokumentformat sowie Freigabepflicht filtert. Eine individuell anlegbare Datenstruktur erleichtert zudem das zielsichere Navigieren und Finden von themen- und bereichsspezifischem Material. So lässt sich die Suche nach passenden Bildern und Materialien deutlich beschleunigen.

Integration in eine vernetzte Gesamtlösung

Für sich allein betrachtet, ist ein MAM-System ein unverzichtbares Werkzeug zum strukturierten und sicheren Management von Medienobjekten. Noch grösseres Potenzial entfaltet der Medien Pool allerdings als Bestandteil einer vernetzten Gesamtlösung, eines Marketing-Resource-Management(MRM)-Systems. Ein MRM-System wie das von BrandMaker deckt den gesamten Marketingprozess ab – von der Planung und

Budgetierung über Media Asset Management, Werbemittelkreation sowie Workflow- und Freigabeprozesse bis hin zu Reporting und Controlling. Die Mediendatenbank beziehungsweise das Modul Medien Pool bildet dabei den Ausgangspunkt für alle weiteren Schritte im Bereich der Medienerstellung. Sollen Werbemittel erstellt werden, liefert das MAM-System die hierfür benötigten CI-konformen Medienobjekte – ganz egal, ob es sich um eine Printpublikation oder die Veröffentlichung im Internet handelt. Die Individualisierung vorhandener Printmedien wie Anzeigen, Broschüren oder Geschäftsausstattung erfolgt im Modul Web-to-Print, Onlinemedien im Web-to-Web, wobei der Medien Pool das Bildmaterial liefert. Bei der Kreation neuer Werbemittel hingegen unterstützt der Job Manager, das zentrale Modul für Auftragsverwaltung, Projekt- und Workflowmanagement. Nach Fertigstellung sind die Materialien ohne Systembruch im Medien Pool zur weiteren Verwendung verfügbar. Ist die Mediendatenbank über den Kurationsprozess hinaus Teil eines MRM-Systems im Management, können sich Marketingverantwortliche auch einen Überblick über das Gesamtprojekt verschaffen. Das Modul Marketing Planer unterstützt sie umfassend bei der Planung, Budgetierung, Umsetzung und Auswertung von Kampagnen und Marketingprojekten – unter Einbeziehung der Media Assets. In ein MRM-System integriert, bietet eine Mediendatenbank wie der BrandMaker Medien Pool also eine Vielzahl an Möglichkeiten, die über die reine Speicherung, Verwaltung und Bereitstellung von Media Assets noch weit hinausgehen. ■



* Mirko Holzer ist CEO der BrandMaker GmbH