

September 2011 Nr. 9/2011
8.9.2011



Wirtschaft

in der TechnologieRegion Karlsruhe

www.karlsruhe.ihk.de

TechnologieRegion
Karlsruhe
Hightech trifft Lebensart



Was uns bewegt ...
mobilitätsreich
25.09.2011
regionaltag2011.de





Marketing via Webbrowser

Cloud-Lösungen bringen frischen Wind in die Marketingabteilungen. Wenn sich kreative Köpfe durch ein Wirrwarr an Excel-Planungstabellen kämpfen müssen, ist es auch im Marketing an der Zeit, mit innovativen Werkzeugen neue Wege in der Planung, Realisierung und Auswertung von Marketingmaßnahmen zu gehen. Damit der Kopf der Marketiers frei bleibt für kreative und strategische Ideen, optimieren webbasierte Marketing-Resource-Management (MRM)-Systeme sämtliche Prozesse entlang der gesamten Marketingwertschöpfungskette – von Kampagnenplanung und Projektmanagement über Medienverwaltung und -erstellung bis hin zu Budgetierung und Reporting. Zudem bieten neue Software-as-a-Service (SaaS)-Modelle für die Nutzung der MRM-Systeme weitere Vorteile für die Marketingpraxis kleiner und mittelständischer Unternehmen. Heute gilt es im Marketing, mehr Mitbewerber, mehr Produkte, mehr Marken und mehr Medienkanäle als jemals zuvor zu handhaben. Im Grunde nimmt alles zu – nur Budget und Zeit nicht. Im Marketing tut man sich schwer damit, Marketingmaterialien und -kampagnen zeitgleich zur tatsächlichen Entwicklung von Waren und Dienstleistungen hervorzubringen. Noch schwieriger ist es, Kampagnen innerhalb des vorgegebenen Budgets auszuführen. Während andere Ab-

teilungen den Schritt zu mehr Struktur und Automation beispielsweise mit der Einführung von ERP-(SaaS-)Systemen längst vollzogen haben, versuchte man im Marketing allzu lange, neue Herausforderungen mit althergebrachten Mitteln zu bewältigen. Ein riskanter Versuch, der die Marketingrealität verkennt.

Schneller und kostengünstiger Einstieg

SaaS-Modelle bieten Marketingabteilungen einen schnellen und ressourcenschonenden Einstieg in das Marketing Resource Management, denn die MRM-Systeme sind ohne Installation und kundenspezifische Anpassungen sofort einsetzbar. Mitarbeiter werden nicht von einem langwierigen IT-Einführungsprojekt in Beschlag genommen und können kurzfristig mit ersten Erfolgen überzeugen. Ein Vorher-nachher-Vergleich deckt die Mehrwerte der IT-Investition bereits nach kurzer Zeit auf. Im Gegensatz zu sehr hohen Anfangsinvestitionen und Installationsaufwänden beim Softwarekauf orientieren sich die monatlichen oder jährlichen Gebühren von SaaS-Lösungen sehr stark an den tatsächlich genutzten Funktionalitäten – ein schlagendes Argument, insbesondere für IT-Abteilungen, die sich mit einer immer komplexer werdenden IT-Infrastruktur auseinandersetzen müssen.

Verteiltes Arbeiten

Weitere Kernargumente für den Einsatz von Cloud-Lösungen im Marketing sind Mehrmandantenfähigkeit und die dezentrale Erreichbarkeit der Marketingtechnologien über das Internet. Sowohl interne Mitarbeiter an diversen Standorten oder Auslandsniederlassungen als auch externe Dienstleister wie Agenturen oder Fotografen erhalten Zugriff auf das webbasierte MRM-System. Neben der Medienbereitstellung bietet ein webbasiertes MRM-System auch neue Möglichkeiten zur Medienerstellung und -individualisierung, indem es ein verteiltes Arbeiten an einem Projekt über alle Abteilungs- und Ländergrenzen hinweg erlaubt. Werbemittelproduktionen mit ihren mehrstufigen Abstimmungs- und Freigabeprozessen gestalten sich dadurch signifikant einfacher, schneller und kostengünstiger.

Mirko Holzer, Geschäftsführer der BrandMaker GmbH, Karlsruhe