



WHITEPAPER

Der Einsatz von SaaS im Werbemittel-Management und dessen Effizienzsteigerung für dezentrale Strukturen

PROLOG



Durch ein SaaS-basiertes Werbemittel-Management, auf das Filialen und Partner aus verschiedenen Bereichen Zugriff haben, ist es möglich, die Werbemittel-Steuerung durchgängig effizient und CI-konform zu gewährleisten. Zudem ermöglicht es Filialen, Partnern und Agenturen, mit individuellen Werbemitteln mit vorgegebenem Branding den Buying-Prozess zu managen.



EINFÜHRUNG

Immer mehr Softwareanwendungen werden „as a Service“ umgesetzt. Für Unternehmen stellt sich zunehmend die Frage des Anbietens der eigenen Software als SaaS, um nicht hinter die Konkurrenz zurückzufallen. Diese Spezialform des Cloud Computings bietet außerdem die Chance, neue Kundengruppen zu erschließen.

Software als Service zu nutzen, hat mehrere Vorteile, wenn Unternehmensmitarbeiter oder Filialen von unterschiedlichen Orten aus auf dieselbe Anwendung zugreifen müssen. Das gilt unter anderem für Mitarbeiter im Vertrieb, die mobil sind und von überall aus die Unternehmens-IT nutzen. SaaS erleichtert diesen Zugriff, und hierin liegt der Grund, dass immer mehr CRM-Anwendungen als SaaS zum Einsatz kommen.

Für viele Unternehmen ist die Kostenersparnis ein Grund, SaaS zu nutzen. SaaS erlaubt ihnen, die IT-Infrastruktur vor Ort zu verkleinern und bei Lastspitzen auf virtuelle Angebote aus dem Netz zurückzugreifen. Weiter erspart es nicht nur Investitionskosten, sondern verringert auch den Aufwand und damit die Kosten der IT-Administration, da der SaaS-Anbieter dem User hier viele Aufgaben abnehmen kann, beispielsweise die regelmäßigen Updates. SaaS ermöglicht es außerdem, Software nur auf Zeit zu nutzen, beispielsweise für bestimmte oder ausgewählte Projekte. Das ist deutlich kosteneffizienter als zum Beispiel eine Projektmanagement-Software zu erwerben.

Datensicherheit als wichtiges Kriterium

Mit der DSGVO wurde die Datensicherheit ein wichtiges Kriterium. Der SaaS-Kunde muss daher sicher sein, dass das Rechenzentrum seines Dienstleisters ein hohes Sicherheitsniveau bietet.

Damit der Anbieter seinen Endkunden bestimmte Level im Service anbieten kann, muss er zuvor dafür sorgen, dass auch das Rechenzentrum diese ihm gegenüber gewährleistet. Das gilt beispielsweise für die Quote der Verfügbarkeit. Der SaaS-Anbieter muss mit dem Rechenzentrum mindestens die Verfügbarkeitsquote vereinbaren, die er seinen Endkunden garantieren möchte.

Zumeist wird der Anbieter seinen Kunden einen Standard-Service-Level (SSL) anbieten. Gleichzeitig muss er aber Flexibilität ermöglichen, denn Kunden sind häufig bereit, bei höheren Anforderungen Aufpreise für individuelle Service-Level zu zahlen. Bei der Verfügbarkeit kommt es nicht nur auf die prozentuale Quote an, sondern enorm wichtig ist der Zeitraum, auf den sich die Quote bezieht, beispielsweise einen Monat oder ein Quartal. Auch die Vereinbarung zu Wartungszeiten ist ein wichtiges Kriterium, gerade da die Praxis in verschiedenen Ländern unterschiedlich ist, was den Zeitraum der Ankündigung betreffen kann.

Generell

Der Softwaremarkt befindet sich im Wandel, ebenfalls der Bereich Marketing-Automation. Software wird in Zukunft zunehmend als SaaS genutzt werden, weil der leichtere Zugang auf zentrale Daten von unterschiedlichen Standorten und die consequente Webanbindung Geschäftsprozesse vereinfacht und weil stetige Kostenvorteile möglich sind. Anbieter müssen darauf reagieren und ihre Software zunehmend auch als SaaS anbieten, dies erfolgt meist cloudbasiert. Dies bietet zusätzlich das Potenzial, künftig neue Nutzer anzusprechen und Abwicklungen zu optimieren. Voraussetzung ist ein geeignetes Geschäftsmodell einschließlich der notwendigen Verträge mit Lieferanten, wie Rechenzentren, sowie mit den Endkunden.

Software as a Service (SaaS) ist ein Teilbereich des Cloud Computings. Das Angebot basiert auf dem Grundsatz, dass die Software und die IT-Infrastruktur bei einem externen IT-Dienstleister betrieben und vom Kunden als Dienstleistung genutzt werden. Für die Nutzung von Online-Diensten werden ein internetfähiger Computer sowie die Internetanbindung an den externen IT-Dienstleister benötigt. Der Zugriff auf die Software wird meist über einen Browser realisiert.



SHOPSYSTEME

Webanwendungen wie Online-Shops sind prädestiniert für Software as a Service, und so ist es verständlich, dass es viele Angebote von SaaS-Lösungen für diesen Bereich gibt.

Werbemittel-Management kann umfangreich strukturiert werden

Werbemittel sind noch immer ein beliebter Ansatz, um die Beziehung zu Geschäftspartnern und das Branding aufzubauen. Um das Werbemittel-Management strukturiert und strategisch aufzubauen, empfiehlt sich ein interner Werbemittelshop sowie die Bereitstellung an Partner. Insbesondere für Filialstrukturen ist eine Nutzung mit möglicher Individualisierung ein starkes Tool. *Durch einen firmeninternen Werbemittelshop haben alle Mitarbeiter Zugriff auf Werbeartikel, die an Ihre Kunden und Partner verteilt werden.* Einer der Vorteile ist hierbei die Transparenz des Produktportfolios: Verantwortliche Mitarbeiter sind auf einen Blick darüber informiert, welche Werbeartikel zur Order stehen, und können diese auf die ausgewählte Zielgruppe individualisieren. Für IT-/Online-Angebote eignen sich beispielsweise elektronische Werbemittel wie Ladegeräte oder USB-Sticks. Flyer, Visitenkarten, Poster, Vorlagen, Online-Banner, Messestände und weitere individuelle Werbemittel bis zur Software-Distribution lassen sich über SaaS abwickeln.

Filialisten und Partner effizient steuern und beliefern

Da Filialisten und Partner direkt im Shop einen Überblick über die Preise der Artikel bekommen, können die Einkäufe in der Budgetplanung berücksichtigt und der Bedarf kann ermittelt werden. Durch Beschreibung und Werbemittelfotos gestalten Sie Ihren Werbemittelshop außerdem transparent, übersichtlich und vor allem informativ. Der verantwortliche Einkäufer kann sich dadurch nicht nur einen Überblick über die verfügbaren Artikel verschaffen und

diese auf den Kunden individualisieren, sondern auch direkt im Shop seine Bestellung abschließen.

Effektiver und optimierter Einkauf

Die Bestellung der angepassten Werbeartikel im eigenen Shop ist nicht nur zeiteffizient, sondern auch im Vergleich zur externen Werbemittelbeschaffung deutlich effizienter. Es können Umwege über mehrere Abteilungen, Instanzen und Händler vermieden werden, und der Prozess des Einkaufes wird vereinfacht. Benötigt die Marketingabteilung Materialien für einen Messeauftritt, können diese ebenfalls über den Online-Shop geordert werden. Zu einem effizienten Bestellprozess ist also insbesondere der abteilungsübergreifende Zugriff von Vorteil.

Einheitliches Corporate Design

Für ein starkes Branding des Unternehmens ist ein einheitlicher Markenauftritt wichtig. Durch das Design der Werbemittel können Sie das Erscheinungsbild einer Marke prägen und sicherstellen, dass sich Geschäftskunden mit Ihrem Unternehmen identifizieren und Ihre Botschaft in Erinnerung bleibt. Werbeartikel haben sich als Kommunikationsinstrument in der Markenwahrnehmung erwiesen und ermöglichen es, den Bekanntheitsgrad und das Image Ihres Unternehmens positiv zu beeinflussen.

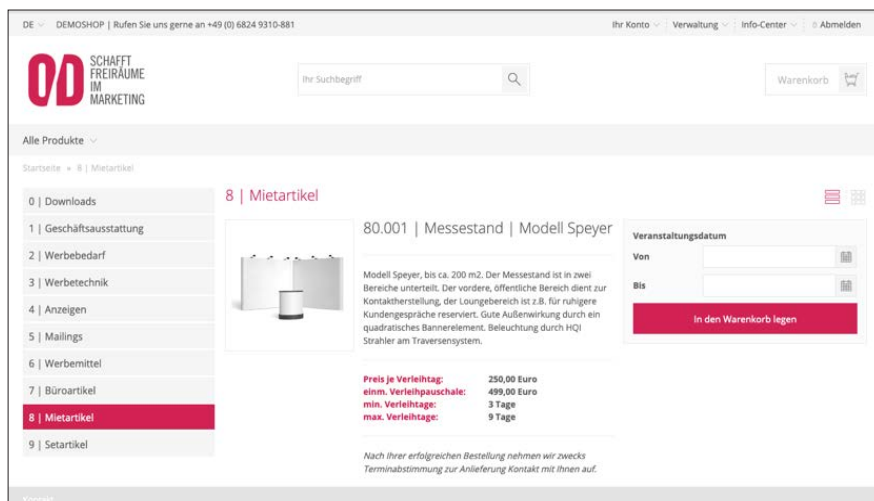


Abbildung O/D Shop-System SMiLE





WERBUNG EFFIZIENT STEuern MIT SAAS UND MRM

Marketing Ressource Management (MRM) ist nicht jedem geläufig und bildet einen Spezialbereich in der Marketing-Automation. Ein Corporate Design, mehrere Brands, viele Kanäle, eine ganze Serie an Kampagnen, noch mehr Einzelmaßnahmen, eine enorme Menge an Dateien, Anzeigen und Werbemitteln, angelegt und verarbeitet von einer ständig wechselnden Anzahl interner und externer Partner in unzähligen Formaten und Varianten.

MRM bezeichnet eine Reihe von Prozessen und Methoden, welche die Möglichkeiten eines Unternehmens optimieren sollen, die internen und externen Marketing- und Kommunikationsressourcen zu steuern und zu verbessern.

Die MRM-Lösung bietet Unternehmen folgende Einsatzpunkte:

- Analyse, Optimierung und Controlling von Marketing- und Kommunikationsressourcen
- Inhalte und Ressourcen zentral steuern sowie verwalten
- Realisierung von Projekten und Inhalten sowie deren Zentralisierung

SaaS oder MRM vernetzt die Glieder der Marketing-Wertschöpfungskette, unter anderem von der Erstellung von Materialien bis zu deren Verteilung an Dienstleister und Kunden.

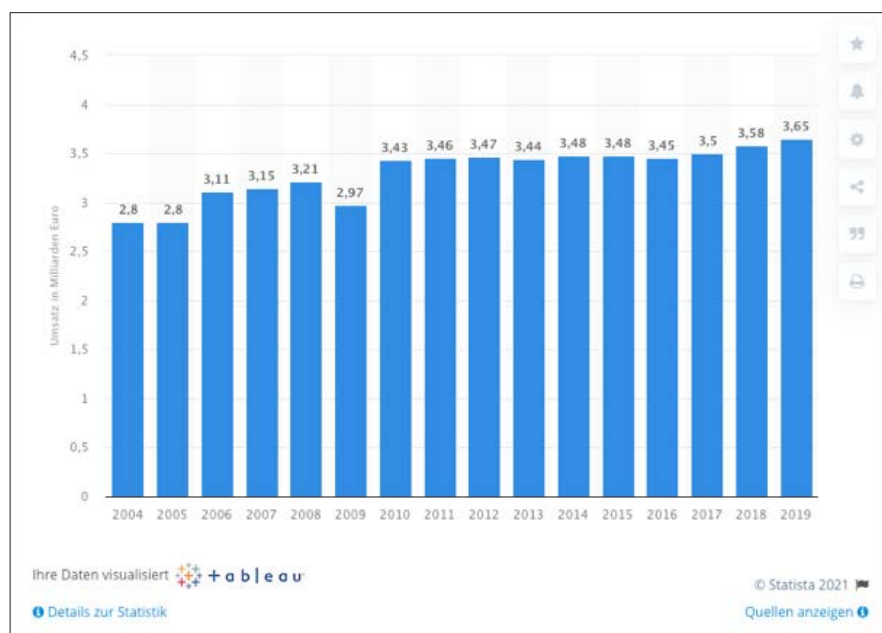
Eine Plattform kann die wichtigsten Marketingprozesse zeit- und ressourcenschonend managen!

MRM sind eigens für das Marketing aufgestellte Softwarelösungen. Wie ERP- oder CRM-Systeme auch, zielen MRM-Systeme darauf, repetitive operative Aufgaben mittels Standardisierung und Automatisierung schneller zu machen, um die Personal-Ressourcen und das Budget möglichst effizient umzusetzen. Der Unterschied zu anderen Softwarelösungen liegt darin, dass die Systeme darüber hinaus imstande sind, die Marketingprozesse und die

zugehörigen Informationen technisch abzubilden und kreative Umsetzungen zu realisieren. Damit kann das Marketing Budgets und Werbemittel verwalten, Prozesse steuern sowie Branding und Corporate-Design-Konformität über eine Verwaltung sichern. In der Personalplanung können temporär oder dauerhaft Zugriffsrechte an interne oder externe Mitarbeiter vergeben werden. Dadurch werden Abläufe optimiert und Fehlerquellen eingeschränkt.

Werbung und Marketing Umsatz mit Werbearbeiteln in Deutschland

(2004 bis 2019 in Milliarden Euro)





MARKETING-AUTOMATION IM B2B

Ansätze für den Einsatz von SaaS oder eines Marketing-Ressource-Management-Systems gibt es mehrfach. Das Handling unzähliger Versionen von Dateien verursachte allerdings einen hohen manuellen Aufwand und erschwerte eine vollumfassende

Transparenz. Bisher standen die Marketingleitung und die dezentral agierenden regionalen Marketingteams vor der Herausforderung, das Budget mit verschiedenen Excel-Tabellen für jede Region aus verschiedenen ERP zu steuern.

Werbemittellogistik und Werbeartikel-Fulfillment erhöhen die Effizienz entlang der Supply Chain

KOMMUNIKATION ZWISCHEN ZENTRALE UND FILIALEN VEREINFACHEN

Verschmelzung von Online- und Offlinekampagnen

Die webbasierte MRM-Lösung oder SaaS dient dem Filialisten heute als Marketingzentrale für die Planung, Kreation und Durchführung von Online- und Offline-Marketingmaßnahmen. Eine Produktdatenbank stellt alle Informationen bereit, und dabei werden alle Marketingumsetzungen samt Budget erfasst. Dies können Produktmerkmale, Preise, Bilder und zugehörige Werbetexte sein. Daneben kann es auch Produkt-Folder geben, die über den Status eines Produkts, seine Geltungsdauer und Aufgaben, wie die Kreation saisonalen Bildmaterials, informiert.

Plakate, Werbeanzeigen oder Prospekte regional individualisieren

Print-Werbemittel, wie Anzeigen und Prospekte, wie auch Online-Werbemittel, Vorlagen oder Plakate gestalten Filialen einfach und schnell in einem Web-to-Print-Modul. Die Zentrale entwirft Vorlagen und stellt diese in ein SaaS-Angebot ein. Dann kann definiert werden, welche Bereiche des Werbemittels durch die Filialen bearbeitet werden können. Nach der Bereitstellung können Filialen und Partner spezifische Inhalte einfach per Drag and Drop in das Werbemittel übertragen oder in einem System direkt anpassen. Die Filiale wählt das zu bewerbende Produkt, und die Werbetexte werden mit Bildern im richtigen Layout zur Verfügung gestellt. Das automatisiert generierte Druck-PDF wird dann samt den technischen Daten an die Druckerei weitergeleitet und in den Versandprozess eingesteuert.

Abkürzungen

CRM = Customer Relationship Management

DAM = Digital Asset Management

KPI = Key Performance Indicator



SMiLE – MARKETINGSERVICE-PORTAL FÜR DEN B2B-BEREICH

SMiLE ist ein modulares Marketingservice-Portal in Bezug auf Integrationsgrad, Leistungsumfang und Preise. **SMiLE erfüllt umfangreiche Anforderungen und bietet vielfältige Möglichkeiten und Optionen zur Optimierung sowie Effizienzsteigerung im Werbemittel-Management.**

Je nach ihren spezifischen Bedürfnissen können Kunden mit einer Lösung für ihre aktuellen Bedürfnisse starten und nach und nach den Funktionsumfang erweitern.

SMiLE ist eine multilinguale, webbasierte Web-to-Print-Lösung (SaaS), die speziell für den B2B-Bereich konzipiert wurde. Alle Abläufe, von der Auftragsannahme über die Erstellung inklusive aller Korrekturschleifen bis hin zur Genehmigung und Druckfreigabe, werden komplett online abgebildet und innerhalb von wenigen Minuten abgewickelt – jederzeit und von nahezu jedem Ort der Welt.

SMiLE-Projekte sind stets kundenindividuelle Projekte, da ein langfristig erfolgreiches und wirtschaftliches Marketingservice-Portal stets an die konkreten Anforderungen (Ziele, technische Infrastruktur des Kunden, Organisation, Corporate-Design, Prozesse) beim Kunden angepasst werden muss.

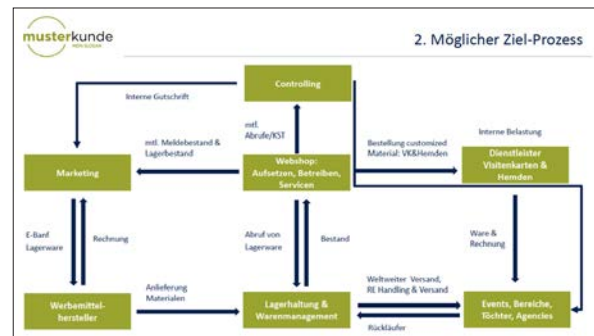


Abbildung eines möglichen Ziel-Prozesses einer Anfrage auf Basis einer realisierten Umsetzung.

Unterscheidung zu Web2Print-Shop-Lösungen:

- Anbindung vieler Lieferanten
- Einbindung bestehender Shopsysteme
- Zahlreiche vorhandene Schnittstellen (SAP, Ariba etc.)
- Integrierte Lager- und Versandlogistik mit eigenem Lager
- Bestellung von Dienstleistungen wie Anzeigengestaltung, Fahrzeugbeschriftung etc.
- Bestellung, Lieferung und Rückholung von Mietartikeln und Messeartikeln
- Durch selbstprogrammiertes Back-End: individuelle Rechnungsstellung, individuelles Reporting, Umsetzung nahezu jeglicher Sonderwünsche
- Lagerlogistik und Verteilung

HOSTING UND SUPPORT

Die SMiLE-Portale werden über O/D-Media in DSGVO-konformen Rechenzentren am Standort Deutschland gehostet.

Das System steht grundsätzlichen 24/7 zur Verfügung. Ausgenommen sind geplante Wartungszeiten, die in der Regel außerhalb der üblichen Geschäftszeiten nach 18 Uhr oder am Wochenende durchgeführt werden.

Die Kosten teilen sich auf in Einmalkosten für die Portaleinrichtung und Workshops sowie laufende Kosten (Hosting, Gebühren für Zusatzmodule und Schnittstellen). Zusätzlich bieten wir optionale Leistungen sowie die Umsetzung von zusätzlichen Kundenanforderungen zu unseren gültigen Stundensätzen an. Hierzu erhält der Kunde jeweils ein gesondertes Angebot.

KEYFEATURES SMiLE

Frei gestaltbare Kundenportale nach CI

Das Portal ist auf das CI des Kunden „gebrandet“ und bietet eine intuitive Bedienung. Es ist nahezu grenzenlos skalierbar und durch das responsive Design auch auf allen mobilen Geräten zu bedienen.

CI-konforme und produktgerechte Personalisierung

Alle Personalisierungen und Druckvorlagen werden durch das umfangreiche Regelwerk CI-/CD-konform als druckfertige PDF-Dateien (PDF/X) übergeben.

Bestellrelevanter Freigabeprozess

Globale Freigabeszenarien können im Handumdrehen ein- oder mehrstufig eingestellt werden. Dabei werden die Unternehmensinstanzen, die am Freigabeprozess beteiligt sind, schnell und bequem per E-Mail benachrichtigt.

Gruppen, Benutzerrollen und Kostenstellen

Decken Sie nahezu jede Anforderung Ihres Kunden in Bezug auf Anmeldeszenarien und Gruppenkonzepte sowie Kostenstellenlisten ab. Ob Filialen, Niederlassungen oder unterschiedlicher Rechte in Unternehmen.

Umfangreiche Warenkorbfunktionalität

Mithilfe der Warenkorbfunktion können sowohl personalisierbare als auch Abrufartikel gebündelt in Auftrag gegeben werden. Durch das integrierte Adressbuch für die Lieferadresse(n) wird dem Besteller der größtmögliche Komfort geboten.

Lager und Lagerbestand

Unser Logistikzentrum ist spezialisiert auf das Thema Marketing-Fulfillment und sorgt mit seinem lückenlosen Dienstleistungsspektrum für die reibungslose Planung und Abwicklung Ihrer Marketingaktivitäten. Direkte Darstellung von Restbeständen im Portal Front-End und Mindermengenwarnungen sowie Excel Exporte aller Bestände bieten Ihnen einen transparenten Überblick.

Marketingportale/Anbindung von Dienstleistern

Wir bieten eine Gesamtlösung für den Einkauf von Drucksachen und Marketingartikeln an. Einzelne Artikel können frei definierbaren Drittanbietern zugeordnet werden. Natürlich auch gerne personalisiert und CI-konform.

Zahlreiche Schnittstellen

Single-Sign-On-Optionen (SSO, LDAP), direkte SAP- oder ARIBA-Integrationen, Payment-Schnittstellen zu PayPal, sofortüberweisung.de und Micropayment gehören bereits zum Standardumfang.

Service-Hotline und Ansprechpartner

Wir sind für Sie da. Unsere Service-Hotline ist Ihr kompetenter Ansprechpartner für alle Fragen rund um das Portal. Hier können Sie bestellen, stornieren, beauftragen oder nach Lösungen für ein Problem fragen.

Individuelle Anforderungen sind umsetzbar

Wir passen uns den Bedürfnissen des Kunden an und suchen gerne nach Lösungen für individuelle Probleme. Gerne erarbeiten wir einen speziell auf den Kunden abgestimmten Prozess.

SYSTEM UND FUNKTIONEN

- Frei gestaltbare Kundenportale nach CI
- Durchgängiges Web-Front-End (CSS)
- Mobilfähig
- Keine Plugins notwendig
- Verschiedene Artikeltypen
 - o Handelsware (mit und ohne Upload)
 - o Handelsware mit Datenupload
 - o Print-on-Demand
 - o Artikelpakete
 - o Mailingartikel
 - o Mietartikel
- Unbegrenzte Anzahl von Sprachen (unicodefähig)
- Gutscheinfunktion
- Preflight-Funktionen für Upload-PDF
- Einstellbare Währung
- Verminderter MwSt.-Satz
- Frei definierbare Versandarten
- Frei definierbare Zahlungsarten
- Frei definierbare Versandländer
- Content-Management-System
- Kostenstellen und Kostenstellenlisten
- Automatische Erzeugung von Rechnung, Lieferschein und Jobticket
- Bündelung von Bestellungen
- Benutzer und Gruppenrechte
- Im- und Export von Benutzern mittels .csv/.xls
- Bestellbudget und Werbekostenzuschüsse (WKZ)
- Freifelder
- Bestellungsmanagement
- Bestellexporte und Statistiken
- Artikel-Im- und -Exporte
- Frei definierbare Artikeloptionen
- Mindermengenzuschläge
- Handlings- und Auftragspauschalen
- Globale Preisstaffeln
- Mindestbestellmengen und Verpackungseinheiten
- Auftragsstatus
- Mehrsprachigkeit
- Adressbuch zu Rechnungs- und Lieferanschriftenverwaltung
- Selbstregistrierung von Benutzern
- Freie Editierung aller Kommunikationsdokumente (E-Mails)
- SSL-128-Bit-Verschlüsselung
- Lagerbestand (optional)
- Mindermengenwarnungen
- Einbindung von externen Dienstleistern

FAZIT

Der Bereich Marketing-Automation wächst stetig, und es besteht ein umfangreicher Bedarf im Markt. Mit Software und cloudbasierten Lösungen kann das Marketing verstärkt Prozesse optimieren und effektiver gestalten. Mit SaaS und Werbemittel-Management-Systemen können Filialen, Agenturen und Partner effizient und vereinfacht individualisierbare Werbemittel bereitgestellt werden. Prozesse werden unter Einhaltung der CI vereinfacht und das Branding entlang der Abwicklungskette an den Endkunden gesichert. Durch die zentrale Steuerung und Bereitstellung innerhalb dezentraler Strukturen können Fehlerquellen eingeschränkt und vermieden werden.

„Wir sind begeistert von SMiLE. Die Lösung stellt für uns eine große Erleichterung dar und ist in den Häusern und bei uns im Marketing einfach zu bedienen. Die Arbeitsabläufe haben sich deutlich vereinfacht und die Lieferzeiten verkürzt.“

Das Produktangebot SMiLE bietet eine universelle Lösung, die Kosten spart, die Steuerung vereinfacht und gleichzeitig differenzierte Anforderungen von Unternehmen realisiert. Zudem können das Versandmanagement, die Druckvergabe und die Lagerlogistik optimal an einen Partner übergeben werden, wengleich bestehende Verträge für den Werbemittelbezug nicht eingeschränkt werden. SMiLE bietet bei hohem Datenschutz ebenfalls den herausstechenden Support, der über die Bereitstellung von Softwareangeboten hinaus geht. Schnittstellen und Anbindung zum Beispiel an SAP-Systeme sind individuell realisierbar.

„SMiLE ist ein Tool, das voll und ganz unsere Anforderungen erfüllt. Einfach und intuitiv zu bedienen, ermöglicht es uns, wertvolle Zeit zu sparen und den Arbeitsalltag, der zuvor mühsam war, zu erleichtern. Die amateurhafte Lagerlogistik und -steuerung hat nun ein Ende.“

Herausgeber:

O/D Media GmbH

Ein Schwesterunternehmen
der O/D (www.od-online.de)

Gäßling 11 / In der Brauerei
66564 Ottweiler

Tel: 0 68 24 / 93 10 - 0
Fax: 0 68 24 / 90 01 - 22
E-Mail: [info\(at\)od-media.de](mailto:info(at)od-media.de)

Geschäftsführer
Petra Krenn
Dominique Paul

Quellenangaben:

Marconomy, O/D Media, Ottweiler / Inside-Digital-Marketing
Oliver Müller, Marketing Börse, T3N Magazin, Autor Werner
Grohmann (dipl. oec), cloudcomputing-insider.de, Statista,
Wikipedia