



MEHR RAUM UND ZEIT FÜR KREATIVE KÖPFE – PIXELBOXX OPTIMIERT MARKETING-PROZESSE

Was sind eigentlich die Aufgaben des Marketings? Die Erarbeitung kreativer Konzepte? Das Marketing-Management? In der Theorie vielleicht. Die Praxis sieht anders aus: Knapp 94 Prozent ihrer Zeit verbringen Marketing-Experten mit Problem-Management. Um wirklich erfolgreich zu sein, sollte sich das Marketing auf seine Kernkompetenz konzentrieren. Und das setzt optimierte Prozesse voraus.

Der Druck steigt – Marketing im Wettbewerb

Die kreativsten Köpfe in einer Marketing-Abteilung können keine genialen Ideen produzieren, wenn sie vom Tagesgeschäft aufgefressen werden. Und dieses Geschäft wird immer härter: Das fängt bei der Wirtschaftslage an, die immer wettbewerbsintensiver und in der „Time-to-Market“ immer wichtiger wird. Da nicht nur die Konkurrenz wächst, sondern auch die Medienkanäle, stehen Marketing-Experten unter Zwang, immer mehr Kommunikationsmittel zu erstellen. Dauernd müssen sie neue Zielgruppen berücksichtigen, innerhalb und außerhalb des betreuten Unternehmens oder der eigenen Agentur. Entsprechend müssen alle Marketing-Aktivitäten und Kommunikationsmittel zielgruppenspezifisch und angepasst an den jeweiligen Markt aufbereitet werden. Es ist eine traurige Tatsache, dass nur die Anforderungen wachsen – nicht aber das Budget. Dennoch muss der Markenauftritt schlüssig, zielgruppengerecht und ohne Medienbrüche präsentiert werden.

Wie aber soll eine Marketing-Abteilung diesen Aufgaben gerecht werden, ohne dass sich die Mitarbeiter klonen?

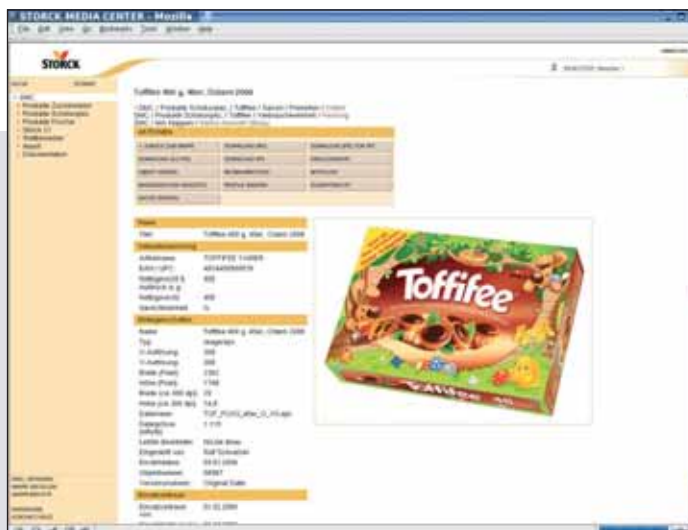
Marketing gibt es jetzt auch mit System!

In der Produktion sind standardisierte IT-abgebildete-Prozesse längst üblich. Sie sichern Synergiepotenziale, Preisvorteile und das Qualitätsmanagement optimal ab, sowohl in der internen Fertigung wie auch bei externen Lieferanten. Im Marketing ist diese Vorgehensweise noch die Ausnahme: Es fehlen standardisierte Prozesse, die verhindern, dass Mitarbeiter durch „nicht-wertschöpfende-Tätigkeiten“ überlastet sind. Es fehlen effiziente Kontroll- und QM-Tools. So bleiben Potenziale zur Steigerung von Produktivitäts- und Kosteneffizienz ungenutzt, interdisziplinäre und übergreifende Synergieeffekte werden nicht ausgeschöpft. Überstapelt und provozierend gesagt: Das Marketing arbeitet ohne System.

Marketing-Management-Systeme optimieren die Arbeit des zentralen Marketings und sichern so die Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. Dazu braucht es ein Werkzeug, das Prozesse optimiert und verwaltet. Das dem Marketing hilft, Maßnahmen zu kontrollieren und zu evaluieren. Und das Kosteneffizienz und Transparenz durch Synergiepotenziale erreicht.

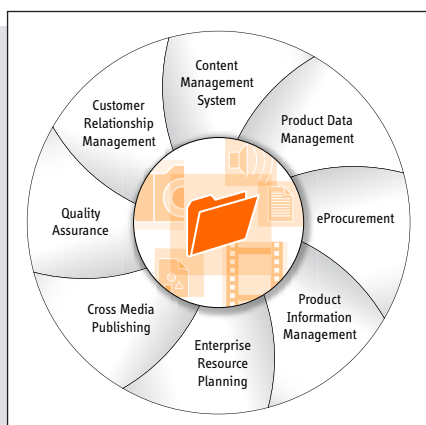
Der Weg zum Marketing-Management-System

Genau hier kommt die Pixelboxx GmbH ins Spiel. Der Dortmunder Dienstleister bietet mit seinem gleichnamigen Marketingtool einen konsequent modularen Aufbau mit mehr als 200 praxiserprobten Modulen, Modulpaketen und Paketlösungen sowie webbasierte Lösungen. Pixelboxx ermöglicht einen hohen Automatisierungsgrad und gewährleistet über offene Standards die Interoperabilität auch in heterogenen Unternehmensnetzen. U



„Internationale Markenartikler und die meisten Hidden Champions nutzen Media Asset Management und Marketing-Management-Lösungen längst und arbeiten hocheffektiv damit“, konstatiert Dagmar Kröplin, Geschäftsführerin der Pixelboxx GmbH. „Überraschend ist nur, wie viele Unternehmen mit selbst gebastelter Software unterwegs sind.“ Dagmar Kröplin weiß, wovon sie spricht: Pixelboxx zählt Global Player wie Henkel, Metro und Storck zu seinen Kunden. Pixelboxx wird international für die Verwaltung von Print-, Online- und elektronischen Medien eingesetzt. Es verwaltet alle Medienformate, speichert Media Assets medienneutral und liefert sie auch „medienspezifisch“ aus. So bietet diese Lösung mehr als nur ein intelligentes MAM-System – in Verbindung mit Partnerlösungen ist sie ein ganzheitliches System, das das Spektrum des effektiven Marketings problemlos abdeckt:

- Content-Management-System
- Product Data Management
- Product Informations Management
- eProcurement
- Enterprise Resource Management
- Cross Media Publishing
- Quality Assurance
- Customer Relation Management



Pixelboxx ermöglicht seinen Kunden zum Beispiel, Print- und Video-Werbematerialien weltweit berechtigten Nutzern zum kostenpflichtigen Download oder über einen automatisierten CD-Versand zur Verfügung zu stellen. Das internationale Marketing wird unter anderem durch automatische Datenübernahme, automatische Datenabgleich und automatische Datenaktualisierung gestützt und nutzt dabei Informationen aus Drittanwendungen wie dem SAP-System. Außerdem wird die Prozesskette skizziert und anhand von umfassenden, skalierbaren Daten und Flows dargestellt. Das zentrale Marketing fasst schließlich alle relevanten Daten im Brandbook zusammen.

Voller Service für zufriedene Kunden

„Abstimmungsprozesse werden vereinfacht“, erklärt Dagmar Kröplin die Vorteile von Pixelboxx. „Der Automatisierungsgrad solcher Lösungen strafft Workflows und sorgt für gleichbleibende Datenqualität. Interoperabilität ermöglicht die Nutzung vorhandener Applikationen und deren Effizienzsteigerung.“ Pixelboxx begleitet seine Kunden darüber hinaus auch beratend in Zusammenarbeit mit spezialisierten Beratern. Von der Analyse über die Erstellung einer MPO-Strategie

und Implementierungsplanung bis zum Corporate Change MPO-Portal.

Und das Beste: Die Module der Pixelboxx bilden auch spezifische Unternehmensstrukturen genau ab. Auch den stetig ansteigenden Anforderungen an das internationale Marketing ist die Management-Lösung gewachsen: Der Modul-Pool wächst einfach mit dem Unternehmen.

Durch Einsparungen, Effizienzsteigerung und Prozessoptimierung amortisieren sich die Kosten für Pixelboxx bereits nach einem Jahr. Und was viel wichtiger ist: Die Marketing-Experten können sich auf ihre Kernkompetenz konzentrieren. „Geniale Marketing-Ideen brauchen Zeit, um zum genialen Marketing-Konzept zu reifen“, so Dagmar Kröplin. „Wer in unnötig schwerfälligen Strukturen und Prozessen feststeckt, hat diese Zeit nicht – und das Geschäft machen dann die anderen.“ Ein gut funktionierendes Marketing-Management-System verhilft zu einem konsistenten Markenauftritt – und sichert damit den nachhaltigen Unternehmenserfolg.

▫ Martina Borgschulze



Dagmar Kröplin
Pixelboxx GmbH
dpi@pixelboxx.de
www.pixelboxx.com

**Pixelboxx als zentrales
Marketing-Management-
System**