

## Management von Direkt Marketing Kampagnen

In diesem Artikel stellen wir unsere Sicht im Bereich "Management von Direkt Marketing Kampagnen" als integrierter Bestandteil des Direkt Marketings vor.

### Ausgangslage

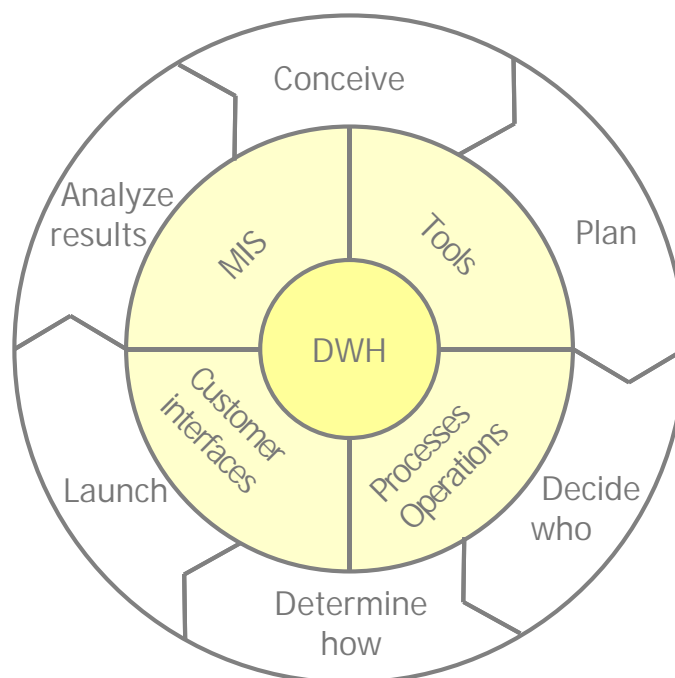
Als Antwort auf die stetig wachsenden Ansprüche im Direkt Marketing in bezug auf Qualität, Kosten und Flexibilität entsteht innerhalb des Direkt Marketings die Notwendigkeit, das Management von Marketing Kampagnen weiter zu optimieren und zu automatisieren.

### Anforderungen

Kampagne Management soll als separates Module in eine neue oder bestehende Direkt-Marketing-Architektur integriert werden. Dadurch können folgende Teilziele realisiert werden:

- Erhöhung der Qualität von Marketing Kampagnen
- Senkung der Kosten bei Kampagnen-Planung und Kampagnen-Anpassungen
- Möglichkeit, Kampagnen während der Ausführung anzupassen
- Definition von klaren Schnittstellen zum analytischen und Multi-channel Bereich
- Definition der externen Schnittstellen (Third-Party)

Grafische Darstellung der funktionalen Komponenten für das Management von Direkt Marketing Kampagnen



**Closed-loop direct marketing**

Von entscheidender Bedeutung für den nachhaltigen Erfolg ist jedoch die Einbindung der neuen Abläufe in das bestehende Umfeld und die existierende Prozesslandschaft. Dabei ist es unumgänglich, dass auch dieses Umfeld einer genauen Analyse unterzogen wird und die nötigen Anpassungen vorgenommen werden.

## Entwicklung innerhalb Direkt Marketing

Direkt Marketing hat sich in den letzten Jahre kontinuierlich entwickelt. Dabei gibt es zwei wichtige Trends:

- Multi-channel Kampagnen
- Real-time Informations-Verarbeitung

Diese zwei Trends haben das Direkt Marketing selbst und das Management der Direkt Marketing Prozesse, die Organisation, Information und Technologie komplexer und anspruchsvoller werden lassen. Um die Komplexität innerhalb des Direkt Marketings zu meistern, ist es empfehlenswert, den gesamten Prozess und die dazu gehörende Prozesslandschaft in einer ersten Phase top-down zu betrachten. Ein spezieller Fokus sollte dabei schon zu Beginn auf die Interfaces zu den angrenzenden Prozessen und Abläufen gelegt werden

Aus dieser Sicht kann somit folgende funktionale Darstellung als Basis für die Positionierung von verschiedenen Bausteinen innerhalb des Direkt Marketings und ihrer gegenseitigen Abhängigkeiten verwendet werden:

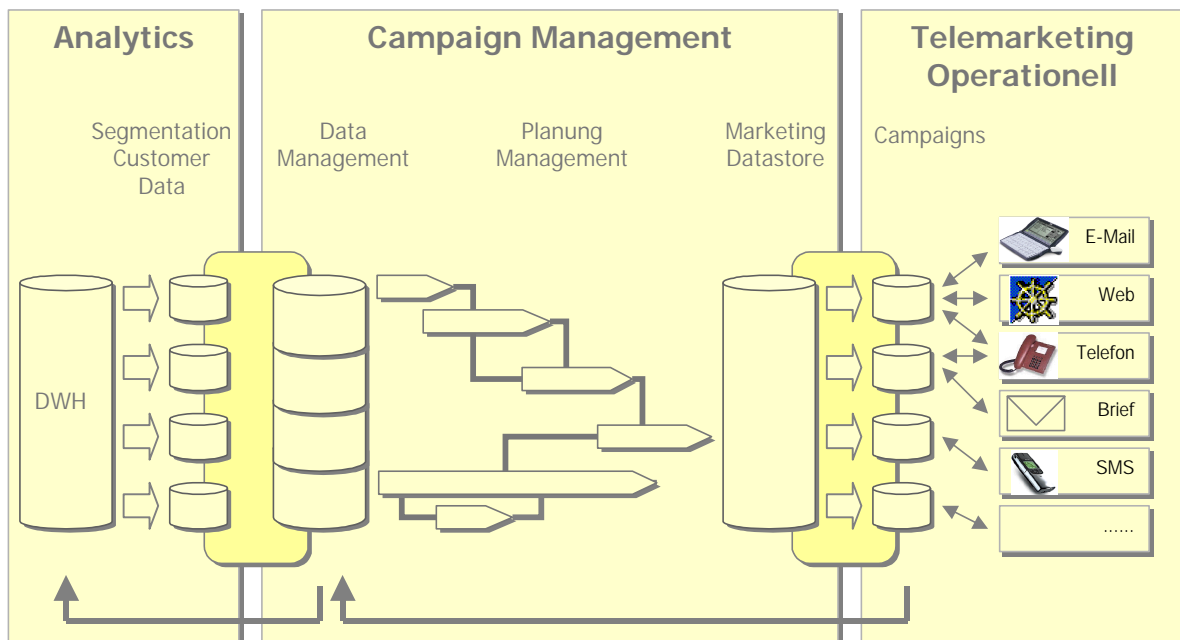


Abbildung: Direkt Marketing Funktionale Darstellung

Mit dem Einsatz von modernen Contact Center können die Abläufe im Direkt Marketing nicht mehr als auf den Kunden gerichtete Prozesse betrachtet werden. Vielmehr handelt es sich heute um interaktive Abläufe und einem eigentlichen Austausch von Informationen. Der Verarbeitung der so gewonnenen Information kommt eine grosse Bedeutung zu. Um die Kampagnen möglichst effizient und zeitnah gestalten zu können sollte im optimalen Fall die Möglichkeit bestehen, sogar in laufende Kampagnen einzugreifen und aufgrund der ersten Rückmeldungen Modifikation vorzunehmen. Die Voraussetzung dafür ist eine professionelle und flexible Planung und ein konsequentes Management der Kampagnen unterstützt durch den Einsatz von optimalen Tools für die Selektion und Bewertung der gewonnenen Informationen.

Der optimale Einsatz dieser Tools kann nur in einer abgestimmten und konsistenten Prozesslandschaft und –umgebung erfolgen. Diese Grundlage muss bei der Implementation der neuen Werkzeuge und Hilfsmittel gelegt werden.

Weitere Punkte von Bedeutung in der Initialphase sind:

- Anpassung & Streamlining der bestehenden Prozesse
- Optimierung der Durchlaufzeiten für die gewonnene Information
- Effiziente Methoden für das Data Management

### Vorgehen beim Einsatz von technologischen Hilfsmittel

Bei der Durchführung von CRM- und Multi-channel Contact Management Projekten sollte auf spezifische und bewährte Methoden vertraut werden. Damit wird sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte mit der ihr angemessenen Aufmerksamkeit behandelt werden können.

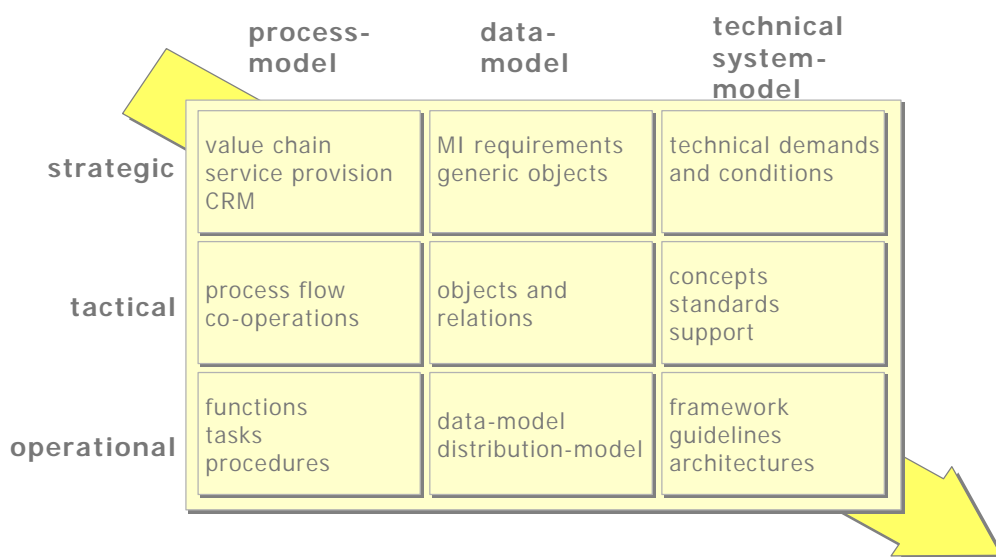


Abbildung: "How to get from Vision to Implementation"

Wie bei allen Modellen ist das Ziel nicht eine dogmatische Anwendung mit dem Gedanken, diesen „unangenehmen“ Teil möglichst schnell und schmerzlos hinter sich zu bringen. Vielmehr soll das Modell den Rahmen und die Struktur für das anvisierte Projekt vorgeben und dabei auch eine Richtlinie für die Abgrenzung gegenüber anderen Projekten und der Umwelt liefern.

Durch die Verwendung von Modellen und Methoden wird zudem sichergestellt, dass die für die einzelnen Projektphasen notwendigen Informationen rechtzeitig beschafft werden und dann auch rechtzeitig in der notwendigen Tiefe zur Verfügung stehen.

## Umsetzung

Für eine erfolgreiche Umsetzung eines Projekts in einem komplexen Umfeld sollte auf ein professionelles Programm Management zurückgegriffen werden. Dabei kommt insbesondere der Vorbereitungsphase eine grosse Bedeutung zu:

Schematische Gliederung der Projektphasen

Phase Vorbereitung:

- Dokumentation der bestehenden Situation
- Erstellung des Business Case
- Definition der quantitativen und qualitativen Ziele
- Dokumentation der Soll Situation
- Funktionale Darstellung der Prozesse und Abläufe
- Analyse und Optimierung der Ablauf- und Aufbau-Organisation
- Evaluation der benötigten technologischen Komponenten

Phase Umsetzung

- Projektmarketing und -kommunikation
- Beschaffung der benötigten Komponenten
- Implementation der neuen Lösung
- Anpassung der betrieblichen Abläufe und Prozesse
- Dokumentation und Schulung
- Supportmodelle und SLAs
- Project Conclusion

## Herausforderungen während der Umsetzung

Bei der Umsetzung von grösseren und komplexeren Projekten kommt es in der Praxis in der Regel früher oder später zu Komplikationen, die aus unserer Sicht durchaus zu vermeiden gewesen wären. Die Ursachen dafür können in der Regel auf einen oder mehrere der folgenden Gründe zurückgeführt werden:

- Doppelbelastung des Internen Projektleiters durch fachliche und organisatorische Anforderungen
- Keine oder wenig Erfahrung im Projekt Management
- „Politische“ Einflüsse und Hemmnisse

Die Mitarbeiter von Crowne Associates qualifizieren sich durch eine breite Erfahrung im Management von Projekten in den verschiedensten Branchen. Kombiniert mit dem vorhandenen Fachwissen der internen Mitarbeiter wird so eine Projektorganisation gebildet, durch welche alle eventuellen Aspekte im Verlauf des Projekts professionell abgedeckt werden können. Der Ansatz von Crowne Associates liegt dabei auf dem Prinzip des „Managements by Exception“, bei dem nur die Abweichungen von einem zu Beginn vereinbarten Vorgehen zu einem möglichen Handlungsbedarf des Managements führen.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Crowne Associates AG  
Förliwidstrasse 64  
CH-8134 Adliswil  
Switzerland

tel +41 44 722 33 33  
fax +41 44 722 33 01  
www.crowne.ch  
contact@crowne.ch