neo — connect

Data-driven Marketing

Strategisch navigieren mit zusammengeführten und visualisierten Kampagnendaten

Data-driven Marketing: Was war das nochmal und was kann es?

Im datengetriebenen Marketing werden Daten über das Verhalten von Kunden generiert, um die Marketingstrategie daran auszurichten. Diese Daten stammen aus allen Touchpoints der Customer Journey – online wie offline. Indem sie miteinander verknüpft, ausgewertet und interpretiert werden, entsteht ein exakteres Bild der Kunden. Anhand dessen können Sie Ihre Marketingstrategie präziser an die Bedürfnisse und Wünsche Ihrer Kunden anpassen. Indem Sie die KPIs in Echtzeit erhalten, haben Stakeholder jederzeit den Überblick. Das Marketingteam muss keine Reportings mehr erstellen, sondern kann sich auf das Analysieren und Navigieren konzentrieren. Die Datenanalysen geben Ihnen das Steuer in die Hand, mit dem Sie Ihre Kampagnen leichter lenken können – ganz gleich, ob Sie das Marketing in einem KMU oder einem großen Konzern verantworten. Und sollten nach der Implementierung von Data-driven Marketing neue Anforderungen aufkommen, können Sie Ihre Strategie jederzeit flexibel anpassen und erweitern.

Haben Sie jederzeit den Überblick über Ihre Kampagnen?

Welchen Mehrwert generieren Ihre Maßnahmen?

Deswegen lohnt es sich

„Data-driven Marketing **rentiert sich für jede Unternehmensgröße** und unterscheidet sich lediglich in der Ausbaustufe. In einem Konzern muss man das Thema natürlich deutlich breiter angehen als in einem KMU. Aber wir passen unseren Ansatz immer **individuell** an den Kunden, das Unternehmen und seine Bedürfnisse an, somit spielt die Größe für uns keine Rolle."

Felix Zeh, port-neo

„Die Werbetreibenden konnten **Kosteneinsparungen von bis zu 30 %** sowie eine **Umsatzsteigerung von bis zu 20 %** verzeichnen."

Studie von BCG und Google, 2017[1]

1 Quelle: https://www.bcg.com/en-gb/d/press/22nov2017-bcg-google-data-driven-marketing-178204

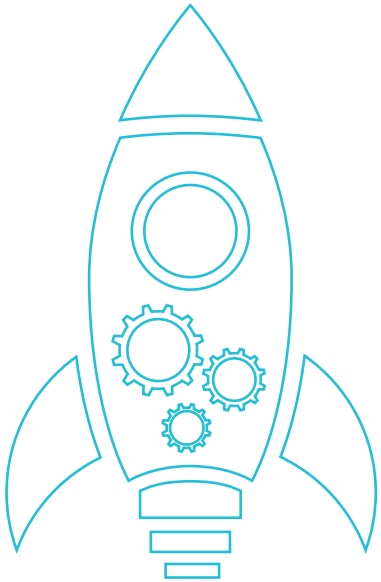
Raketenwissenschaft ist einfacher als Sie denken

Auch wenn vier von fünf Marketingverantwortlichen laut Forbes angeben, dass sie die Umsetzung von Data-driven Marketingstrategien kompliziert finden: Weder handelt es sich um Hexenwerk, noch sind Heerscharen von kostspieligen IT-Evangelisten dazu erforderlich. Ganz im Gegenteil, Ihnen bietet sich eine äußerst effiziente Hilfe für erfolgreiches Marketing, von der Sie ganz einfach profitieren können – und Ihren ROI stets im Auge behalten.

Mit Data-driven Marketing können Sie durch Datenanalysen das genaue Verhalten Ihrer Kunden erkennen und entsprechende Maßnahmen treffen, auch unter Verwendung von bereits vorhandenen Daten aus Ihren Systemen. Dazu müssen Sie sich kein komplexes IT-Wissen aneignen oder aufwändige Reportings aus unterschiedlichen Systemen aufbauen.

Sie erhalten die Daten von IT-Spezialisten und Data Scientists. Ein Dashboard bereitet die Daten visuell auf, passgenau auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten: Sie bekommen alles auf einen Blick präsentiert, anstatt aufwändig Zahlenkolonnen interpretieren zu müssen. So lässt sich die Performance kanalübergreifend beobachten und auswerten. Anhand der Ergebnisse leiten Sie Maßnahmen ein. Da alles in Echtzeit abläuft, können Sie Ihre Kampagnen ständig analysieren, optimieren und, wenn nötig, den Kurs korrigieren.

1 Quelle:
https://www.forbes.com/sites/nicolemartin1/2018/12/18/how-to-overcome-the-challenges-of-data-driven-digital-marketing/#6b4c3ced4767



Sie müssen das Potenzial nur noch abschöpfen

Der Grundstein für Data-driven Marketing ist im eigenen Unternehmen schon gelegt. Denn die Daten werden dort meistens bereits gesammelt und gespeichert, aber auf unterschiedliche Systeme verteilt. Standardisierte Schnittstellen ermöglichen hingegen eine Kommunikation zwischen den Systemen und die Einrichtung eines zentralen Datenbanksystems (Data Warehouse). So erkennen Sie Zusammenhänge, die vorher verborgen blieben.

Sie bestimmen, wo es langgeht

Ihre Kunden, Produkte, Kommunikationskanäle, Preispolitik, Distribution und Botschaft – das alles kennen Sie am besten. Deshalb können auch nur Sie aus datengetriebenen Insights die richtigen Erkenntnisse für Ihre Marketingstrategie ziehen. Wie gesagt: Sie navigieren, die Daten unterstützen Sie dabei.

Setzen Sie auf Software, deren Daten per Schnittstellen ausgelesen werden können?

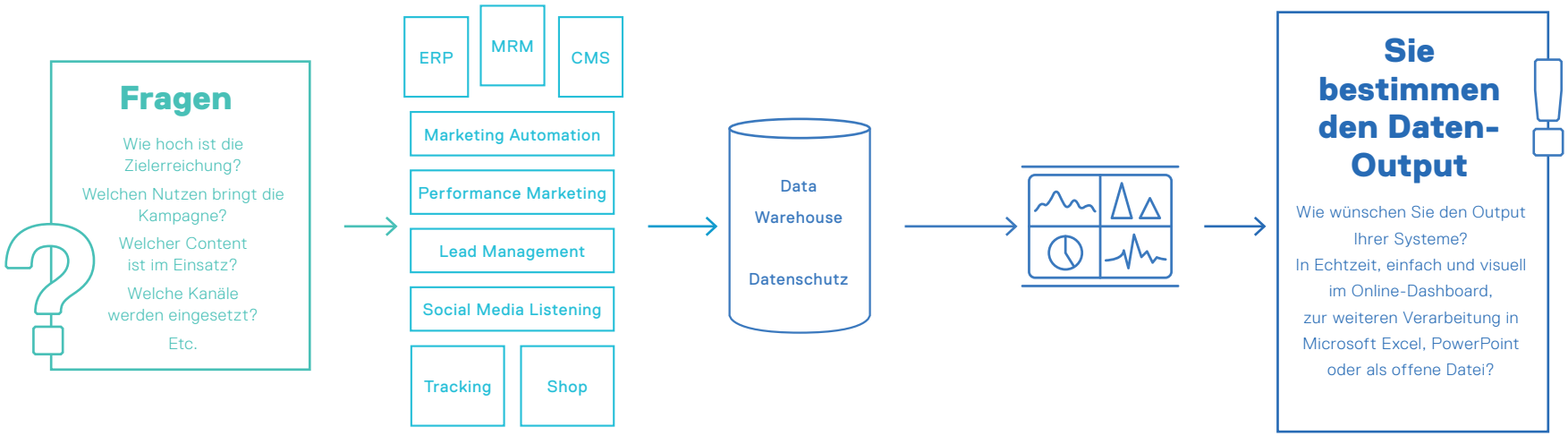
Nutzen Sie bereits alle Daten, die Ihrem Unternehmen vorliegen?

Aus wie vielen Systemen nutzen Sie Daten?

Welche Zusammenhänge können Sie – über alle Systeme hinweg – noch nicht sehen?

Wie Sie ans Ziel gelangen

Manchmal muss man nur die richtigen Fragen stellen, um weiter zu kommen.



1. Die für Sie relevanten KPIs erarbeiten wir von port-neo gemeinsam mit Ihnen.
2. Wir nutzen Daten aus den Systemen, die bei Ihnen vorhanden sind. In der Umsetzung arbeiten wir mit Ihrer Unternehmens-IT zusammen.
3. Wir kümmern uns um eine datenschutz-konforme Umsetzung des Data Warehouse.
4. Zusammen mit Ihnen erstellen wir ein visuelles Dashboard.
5. Sie analysieren den Output, treffen auf ihm basierend Entscheidungen und optimieren ab diesem Punkt.

Von Quick-Wins zu den Sternen

Mit unserem Ansatz müssen Sie und Ihr Marketingteam nicht erst zeit- und kostenintensiv Zahlen wälzen und in hohe IT-Budgets investieren, bis Sie Ergebnisse sehen. Wir erarbeiten eine Roadmap zur Umsetzung Ihrer Reportingvision. Hier kommt Ihr neues Lieblingswort ins Spiel: Quick-Wins – erste Ergebnisse, die wir schnell und mit geringem Aufwand realisieren können. Diese erfolgen am Anfang der Roadmap und fließen direkt in nachfolgende Marketingaktivitäten.

Je nach Ihrer Priorisierung können Sie sukzessive weitere Analysen anstoßen und anhand der Resultate Ihre Maßnahmen immer wieder optimieren. Die Datenanalysen zeigen exakt, was gut funktioniert – und was nicht.

Wieviel Zeit investieren Sie in Reportings?

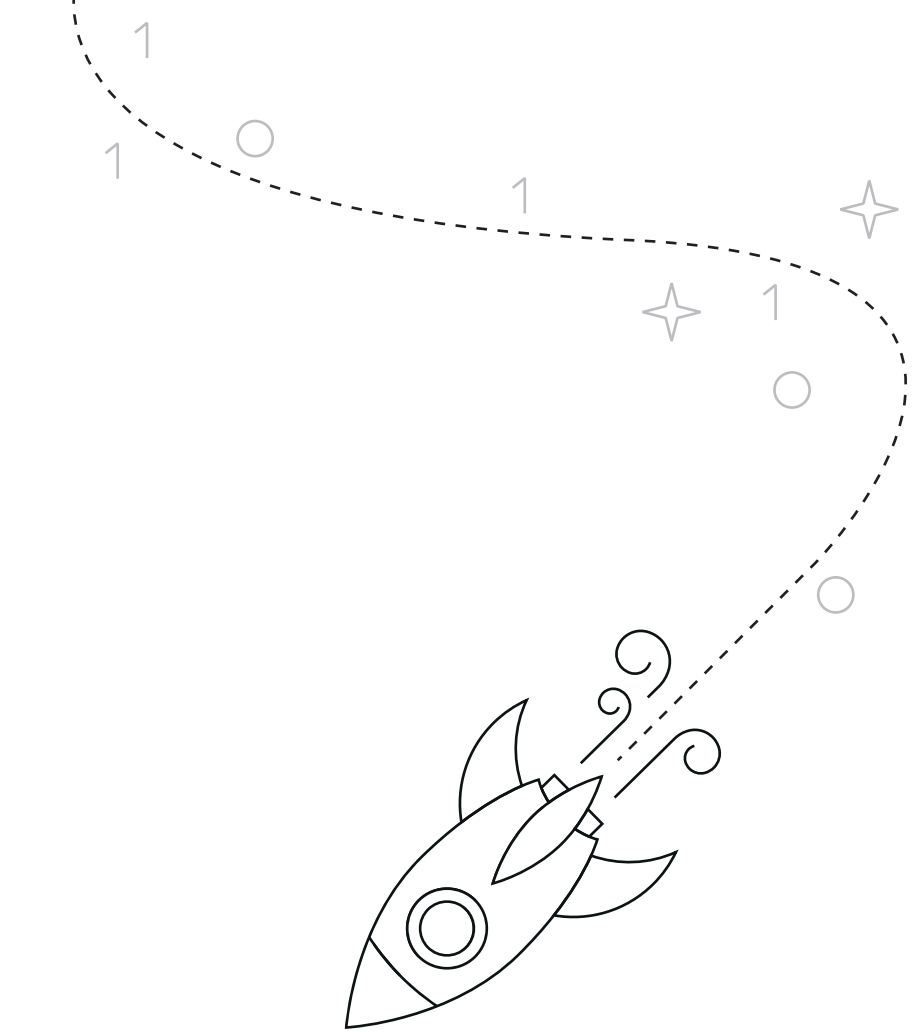
Welche Anforderungen stellen Ihre Stakeholder an Reportings?

In welchen Formaten müssen Sie regelmäßig Reportings erstellen?

Die sieben Stufen zum Data-driven Marketing

Und wie sieht das Ganze in der Praxis aus? In der Umsetzung setzen wir auf ein strukturiertes Vorgehen, das wir individuell an Ihre Anforderungen anpassen. In der folgenden Tabelle sehen Sie, wie eine Umsetzung Schritt für Schritt ablaufen kann.

	1 Briefing	2 Analyse	3 KPI	4 Visuelles Konzept	5 Technisches Konzept	6 Umsetzung	7 Daten-modulation
Arbeits-pakete	– Kick-Off Meeting – Workshop – Erwartungen – Anforderungen an System	– Workshop – Experteninterviews – Fragebögen	– Fragestellungen aller Stakeholder – KPIs definieren – Anforderungen an Dashboard	– Definition der Detailtiefe – CD-konforme Visualisierung	Anforderungen an: – Software – Server – Datenbank	– Prüfung und Implementierung – Software – Server – Datenbanken – Schnittstellen – Infrastruktur	– Berechnung der Daten und KPIs – Visualisierung der Daten
Ergebnis	– Anforderungskatalog – Projektplan	– Potentiale identifiziert – Technische Features definiert – Ziele des DDM	Datenkonzept zu KPIs	– Anforderungen – Dashboard – Layout	Technisches Konzept	Technische Umsetzung	Erstes Reporting



Und so geht’s weiter

Nach dem Countdown bringt der Schub die Rakete in die Luft und schließlich in die Umlaufbahn. Aber hier hört es nicht auf. Data-driven Marketing ist ein fortlaufender Prozess – kein Projekt, das man einmal anstößt und wieder beendet. Dank der Technologie erkennen Sie schnell, an welchen Touchpoints es hakt. Dementsprechend können Sie mit Optimierungen und Budget-Anpassungen Ihre Strategie wieder auf Kurs bringen.

Das ist Ihr Cockpit

Wie navigiert man mit Data-driven Marketing? Ganz einfach: übersichtlich.
Wir geben Ihnen einen kurzen Einblick.

Gesamtperformance

Marketing-Manager behalten den Überblick über alle laufenden Kampagnen und deren Einfluss auf das Unternehmens-ergebnis. Sie sehen, wie erfolgreich diese sind und können entsprechend Ihre Abteilungen lenken.

Wie ist mein aktueller Gesamtstand? Sind wir erfolgreich?

Wo gibt es Probleme?

MANAGEMENT VIEW

Wie läuft das Unternehmen? Wie erfolgreich sind die Sales- und Marketing-Abteilungen? Bilden sich Trends im Verkauf ab? Alles, was Sie als Geschäftsführung interessiert, lesen Sie im Cockpit ab: Grafiken zeigen Ihnen, ob Sie Ihre Ziele erreichen und wie eingesetzte Maßnahmen performen.

Werden die Ziele aus Management-Perspektive für die Abteilung erreicht?

Wie laufen meine einzelnen Bestandteile?

CHANNEL

Möchten Sie einen Einblick in den Erfolg der einzelnen Kanäle und Bestandteile der Customer Journey, sehen Sie hier die jeweiligen Scores. Je nach Bestandteil werden sie anhand unterschiedlicher Kriterien errechnet, z.B. aus dem Ziel-CTR und dem Ziel-CPC (Cost-per-Click) für XING, Facebook und LinkedIn oder der Ziel-Öffnungsrate, der Ziel-Klickrate sowie der Ziel-Bouncerate für Ihre E-Mail-Channel.

Werden die zentralen Ziele je Channel erreicht?

An welchen Stellen treten Probleme auf?

Wo gibt es bei meinen Kanälen Probleme?

CHANNEL / DETAILS

Mit unserem Cockpit behalten Marketer den Überblick über alle Projekte und Kanäle. Das macht es Ihnen einfacher, Spezialisten und Agenturen zu steuern, mit denen Sie zusammenarbeiten.

Erreichen wir unsere Ziele?

Wie gut funktionieren einzelne Kanäle wie Facebook, YouTube, Xing, E-Mail, Search?

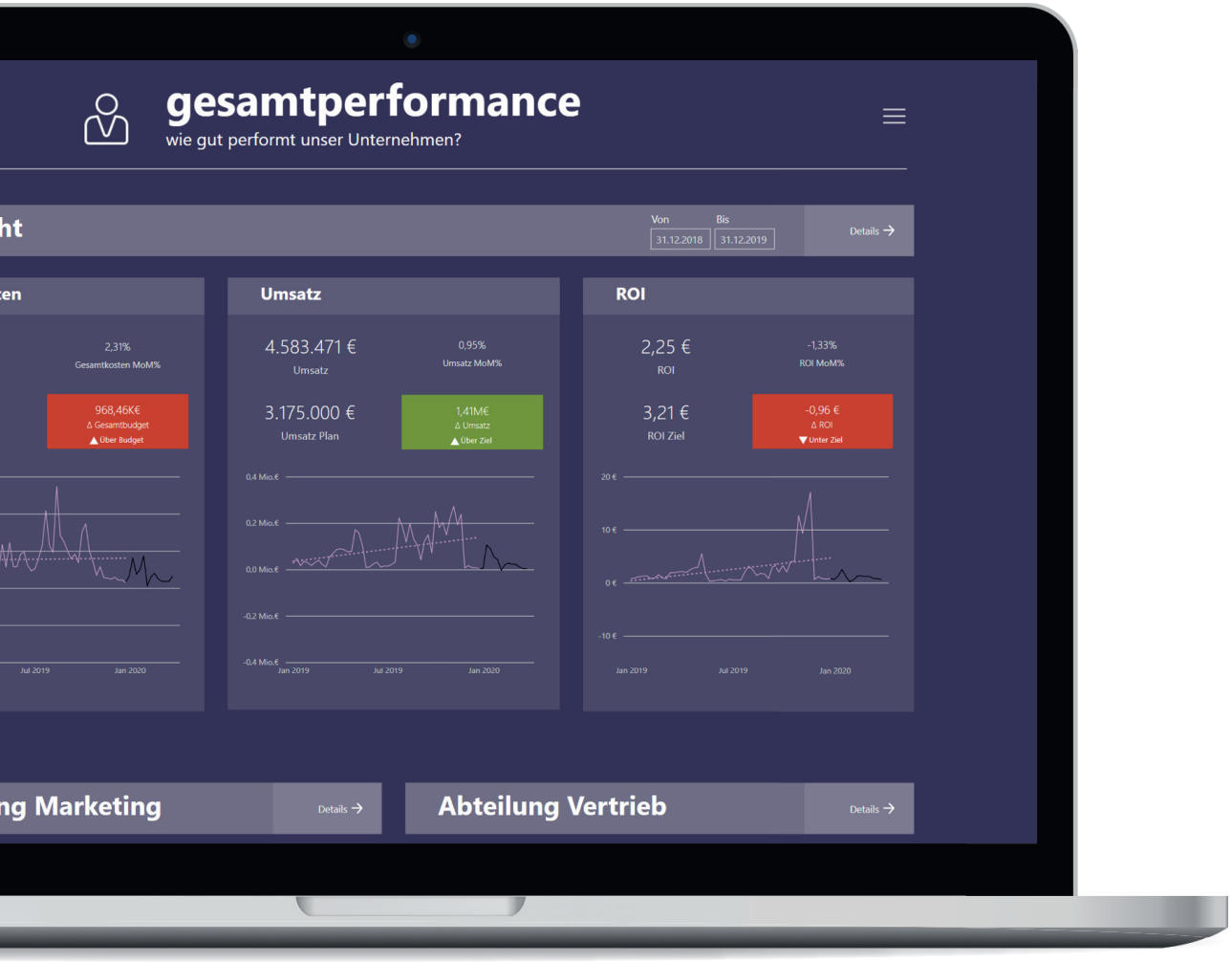
CHANNEL / DETAILS / ANALYST

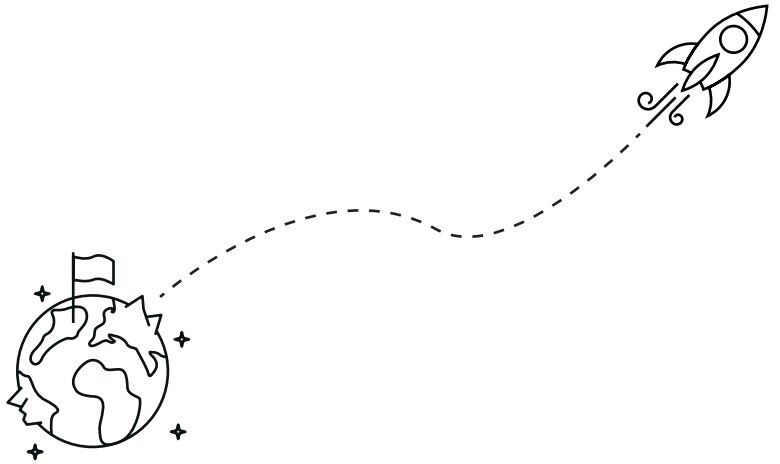
Als Spezialist oder Agentur sehen Sie alle Zahlen in Echtzeit und im Detail. Ihre Reportings erledigen sich so fast wie von selbst. Sie haben also mehr Zeit, um Ihre Marketing-Maßnahmen zu optimieren.

Wie entwickeln sich CTR und CPC im Zeitverlauf für jeden Kanal?

Wie viele Impressionen und Clicks generieren wir in jedem Kanal?

Wie verteilen sich Media Kosten auf die Kanäle?





Ihr Test-Start

Haben wir Sie neugierig gemacht? Unser Cockpit können Sie in einer Demo testen. Erleben Sie, wie einfach wir Ihnen die Navigation machen können. Es heißt also: Helm aufgesetzt und losgetestet.

Wie können wir Sie unterstützen?

port-neo hat die Expertise und das Know-how aus rund 20 erfolgreichen Jahren am Markt, um Sie in diesem Prozess zu begleiten. Mit dem von uns entwickelten Ansatz sorgen wir gemeinsam für eine kontinuierliche Verbesserung Ihrer Marketingstrategien.

Was wollen Sie erreichen? Was ist Ihr Business Case und wo liegen Ihre Herausforderungen? Lassen Sie uns über die Möglichkeiten sprechen, die Ihnen Data-driven Marketing bietet.

Wir freuen uns, mit Ihnen den Countdown für effizientes Marketing zu starten.

Vereinbaren Sie gleich ein Gespräch

neo — connect

port-neo Freiburg GmbH

Engesserstraße 4a
79108 Freiburg

Fon +49 761 208949-0
Fax +49 761 208949-9
freiburg@port-neo.com