

EINES FÜR ALLE

Viele Köche verderben den Brei, gilt oft nicht nur in der Küche, sondern auch für das lokale Marketing. Vertrieb und Zusammenarbeit mit Standorten und Partnern ist für dezentrale Firmen eine Herausforderung. Mit einem Marketingportal versorgt die Baywa AG Standorte und Mitarbeiter automatisiert mit Werbemitteln aus dem Printbereich – und spart dabei die Hälfte an Kosten und Ressourcen **Von Yannik Bockius**

● **Die BayWa AG** stellt mit mehr als 18.000 Mitarbeitern ein großes, dezentral organisiertes Unternehmen mit vielen einzelnen Standorten dar. Die Mitarbeiter sind zum Teil für das Marketing und den Außenauftritt an ihrem Standort verantwortlich, bringen jedoch durch die unterschiedlichen Ausrichtungen meist verschiedene Vorkenntnisse im Bereich Marketing, Design und Kommunikation mit. Um unter diesen Voraussetzungen ein einheitliches und positives Markenbild zu erzeugen und klare Botschaften nach außen zu kommunizieren, waren in der Vergangenheit viele Prozesse und Abstimmungen zwischen der Marketingabteilung in der Zentrale und den Standorten und einzelnen Verantwortlichen nötig.

Automatisierung durch Templates

Abstimmungen kosten nicht nur Zeit, sondern auch Ressourcen und führen zu einem langsameren Time-to-Market. Der Einsatz eines Marketingportals hat viele Prozesse sukzessive automatisiert und vereinfacht. Das Marketingportal, nutzen seit 2018 mehr als 10.000 Beteiligte. Es bietet die

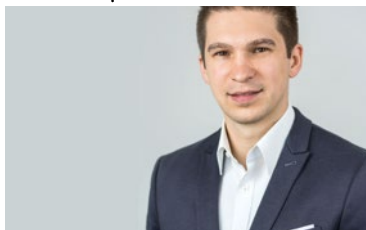


eigenen Standort oder Inhalte individualisieren. Möchte ein Mitarbeiter beispielsweise ein Mailing an verschiedene Partner und Kunden versenden, so kann dieses Online konfiguriert, fertiggestellt und direkt versendet werden. Die disproportionale Skalierung der Vorlagen ermöglicht es, individuelle Produkte zu kreieren, welche durch die direkte Anbindung an Dienstleister wie Druckereien direkt produziert und ausgeliefert werden

bernen, die Zentrale erhält jedoch indirekt die Möglichkeit, diese zu steuern und auf den Bedarf zu reagieren.

Vorteile des Marketingportals

Durch diese Prozessoptimierung und -automation konnte die BayWa bereits in den vergangenen Jahren etwa die Hälfte der Kosten und Ressourcen einsparen. Jeder Prozess, der über das Marketingportal abgewickelt wird, verhindert einzelne Bestellungen und Anfragen der Mitarbeiter an die Zentrale. Neben den finanziellen Vorteilen der Automatisierung trägt die Nutzung des Portals gleichzeitig zu einem einheitlicheren Markenimage und der konsequenten Einhaltung des Corporate Designs bei. Die bereitgestellten Vorlagen sind so konzipiert, dass die Nutzer zwar die Inhalte individualisieren und anpassen können. Corporate Design Vorgaben hingegen werden immer eingehalten und automatisch garantiert. Dieses System soll nun auf digitale und crossmediale Werbeformen ausgeweitet und um weitere Features ergänzt werden, um ideal mit der Digitalisierung im Marketingbereich umzugehen. ●



DER AUTOR

Yannik Bockius

ist Gründer & Geschäftsführer des MarketingTech-StartUps Local Brand X

Möglichkeit, die Mitarbeiter mit über 200 Artikeln aus dem Printbereich zur versorgen. Die Nutzer können die Marketingmaterialien wie Personalanzeigen oder auch Geschäftsausstattung als Vorlagen beziehen und auf den

können. Durch eine weitere Schnittstelle zum Intranet der BayWa AG können die Nutzer das Marketingportal direkt anhand eines Single-Sign-Ons benutzen. Die Nutzer können zwar individuelle Produkte zau-