



Kampagnenmanagement Toolauswahl

Der richtige Weg zur passenden Lösung

Die Anforderungen und Möglichkeiten des toolgestützten Kampagnenmanagements werden immer umfangreicher und damit komplexer. Mit zunehmenden unternehmensindividuellen Anforderungen und steigender Anzahl an Softwareanbietern wird die richtige Toolauswahl immer schwieriger. In diesem Artikel stellen wir Ihnen als Praxishilfe die idealtypische Vorgehensweise für eine zielgerichtete Toolauswahl vor.

Die Anzahl der Kommunikationsanlässe und -varianten erhöht sich stetig. Kunden möchten mit immer individuelleren und für sich relevanten Botschaften auf dem gerade passenden Kanal angesprochen werden. Eine weitere Herausforderung stellt die Gewährleistung der Konsistenz der Informationen auf allen Kanälen dar. Mit den Möglichkeiten eines aktuellen Kampagnenmanagement-Tools sollte sich auch die Art der Kommunikation zum Kunden ändern: Weg von starren Plänen und vorgegebenen Produkten, hin zu individuellen Anlässen und Bedürfnissen sowie passenden Angeboten.

Für Unternehmen bedeutet dies: Mehr Inhalte, mehr Kanäle und komplexere Prozesse. Diese Anforderungen sind heute ohne ein Kampagnenmanagement-Tool, welches in die IT-Landschaft des Unternehmens integriert ist, nicht mehr zu bewältigen. Mit zunehmenden unternehmensindividuellen Anforderungen und steigender Anzahl an

Softwareanbietern wird die richtige Toolauswahl immer schwieriger. Der Auswahlprozess muss strukturiert und für alle Beteiligten nachvollziehbar erfolgen. Durch die methodische Vorgehensweise erhalten Sie eine klare Entscheidungsgrundlage, welches Kampagnenmanagement-Tool am besten zu Ihren individuellen Anforderungen und Ihren strategischen Zielen passt. Das Auswahlverfahren zur passenden Lösung gliedert sich in 4 Phasen:

- 1** **Marktüberblick**
- 2** **Long List** (~ 5 – 7 Anbieter)
- 3** **Short List** (~ 3 – 5 Anbieter)
- 4** **Proof of Concept** (~ 2 – 3 Anbieter)

4. Phase: Proof of Concept

Von den betrachteten Anbietern macht es nach der Projekterfahrung von CINETELLIC Sinn, die 2–3 Anbieter mit der überzeugendsten Präsentation und der besten Anforderungsabdeckung zu einem Proof of Concept (PoC) einzuladen. Im Proof of Concept sollen die Anbieter ihr Tool unter realen Anforderungen und vorher definierten Daten und Use Cases bei Ihnen vor Ort demonstrieren (Zeitraum je Anbieter ca. 2–4 Wochen). Bei der möglichst zielführenden Gestaltung der Use Cases unterstützt CINETELLIC Sie mit seiner Erfahrung.



Beispiel für ein Bewertungsschema

Der Proof of Concept soll Klarheit zu der am besten passenden Lösung für Ihr Unternehmen herbeiführen.

Anbieter	Long List	Short List	PoC	Empfehlung	Ausschluss-Gründe
F					Nischenanbieter mit fehlenden Referenzen
G	✓				nur englischer Support
H	✓				nicht kompatibel mit DB2
I	✓				Fehlendes Optimierungstool
A	✓	✓			Schlechte Anbieterbewertung
B	✓	✓			Anforderungen werden z.T. nicht erfüllt
Eigenentwicklung	✓	✓	✓		Auf Dauer zu teuer, nicht variabel
D	✓	✓	✓		Höhere Integrationskosten
C	✓	✓	✓	✓	-

Beispiel für einen Projektverlauf von der Marktübersicht hin zur Entscheidungsvorlage

Das Ergebnis des Auswahlprozesses ist die Erstellung einer Entscheidungsvorlage zur Auswahl der präferierten Lösung oder „Make or Buy“-Entscheidung. Hierbei werden verschiedene Alternativen mit den jeweiligen Vor- und Nachteilen aufbereitet, wodurch eine Entscheidungsfindung auf Grundlage der eigenen Zielsetzungen und der Parameter von Entscheidungsgremien getroffen werden kann.

**von Andrea Ferdinand,
CINETELLIC Consulting Group**

Auswahlprozess CRM- und Kampagnenmanagement-Tools

Die CINETELLIC Consulting Group verfügt über jahrelange Erfahrung bei Auswahlprozessen verschiedener CRM- und Kampagnenmanagement-Tools und unterstützt Sie gerne in allen Phasen. Ihre Vorteile:

- Durch unsere umfassenden Kenntnisse des Marktes und der Fach-Anbieter verkürzen Sie den Zeitraum der ersten beiden Projektphasen (Marktüberblick, Long List) bei der Toolauswahl deutlich.
- Unsere eigene Methodik in der Auswahl ist systematisch und objektiv und bindet alle Stakeholder in jeder Phase ein.
- Bei den Abstimmungsprozessen sind wir neutraler Moderator, der die Schwerpunkte nicht nur auf die Funktionen, sondern auch auf die weichen Faktoren legt.
- Mit unserer Unterstützung gestalten Sie die Prozesse transparent und vermeiden höhere Prozesskosten durch fehlendes Commitment der Anwender.
- Wir verfügen über die direkten Kontakte zu den Ansprechpartnern der Anbieter und nutzen durch transparente Preisverhandlungen optimale Einkaufskonditionen.
- Durch die Standardisierung der Methodik eignet sich das Vorgehen für diverse Softwarekategorien im CRM-Bereich (z.B. auch für Analyse-/ Reporting Tools, Data Mining Lösungen oder Real-Time Komponenten)

Gerne erläutern wir Ihnen im persönlichen Gespräch weitere Details anhand branchenspezifischer Referenzen.

Ansprechpartner



Dr. Jörg Reinnarth
Geschäftsführer
CINTELLIC Consulting Group
joerg.reinnarth@cintelllic.com



Stephan Klöckner
Senior Manager
CINTELLIC Consulting Group
stephan.kloeckner@cintelllic.com

Über CINTELLIC

Die CINTELLIC Consulting Group ist eine der führenden Unternehmensberatungen für die digitale Transformation von Kundenmanagement und CRM. Der Fokus dabei liegt auf dem integrierten Management in den Schnittstellen der Themenfelder BUSINESS, DATA und TECHNOLOGY.

Ihre Mitarbeiter verfügen über langjährige Erfahrungen in den Bereichen Customer Relationship Management, Customer Experience Management, Marketing Operations Management, Data Science, Kampagnenmanagement und Business Intelligence.

CINTELLIC verbindet strategisches Know-how mit Kompetenz im Bereich der Datenanalyse und Business Intelligence und bietet Konzeptentwicklung und Umsetzung aus einer Hand.

#jointheteam

CINTELLIC befindet sich auf Wachstumskurs. Vielleicht mit Ihnen? Jetzt Stellenanzeigen entdecken und bewerben!

<https://www.cintelllic.com/stellenangebote/>

Cintelllic GmbH

Remigiusstraße 16
53111 Bonn
t +49 228 92 18 20
f +49 228 92 18 299
info@cintelllic.com
www.cintelllic.com