

Kampagnenmanagement mit AdX

SÜDKURIER Medienhaus, Konstanz



Fakten und Daten

Das SÜDKURIER Medienhaus in Konstanz am Bodensee ist ein innovatives und regional führendes Medien- und Dienstleistungsunternehmen. Zu den Geschäftsfeldern zählen Tageszeitungen, Anzeigenblätter, Magazine, digitale Medien, Druck, Kommunikationsdienstleistungen und Logistik.

SÜDKURIER Online (www.suedkurier.de) ist eines der größten regionalen Online-Nachrichtenportale in Baden-Württemberg. Die Internetportale bodenseeferien.de, kanews.de, SÜDKURIER Tourenplaner (touren.suedkurier.de) sowie Regiostars (regiostars.suedkurier.de) und JOBS (jobs.suedkurier.de) ergänzen das Medienhaus-Portfolio um reichweitenstarke Online-Angebote.

Bis zu 80% Zeitersparnis durch den Einsatz von AdX. Beim SÜDKURIER erfolgte die Systemumstellung von Excel-Listen auf eine zentrale Anzeigendisposition im Bereich Online im Jahr 2012. Wie sich zeigen sollte, eine erfolgreiche Neuausrichtung.

Die Ausgangssituation

Bis zur Einführung der medienübergreifenden Dispositionslösung AdX war der Online-Anzeigenworkflow beim SÜDKURIER von vielen manuellen Prozessschritten geprägt und auf nur eine Person, den Trafficmanager, ausgerichtet. Mit dem auf Excel-basierten Belegungsplan konnten kleine Auftragsvolumen für Online-Anzeigen auf übersichtlichen Seitenstrukturen verwaltet werden. Das WBO, eine eigens entwickelte Verbindungsstelle zur Anzeigenproduktion, sorgte für strukturierte Arbeitsschritte in den nachgelagerten Bereichen. Der Trafficmanager musste über das Tool mit Web-Oberfläche und rudimentärer Buchungsmaske die Online-Anzeigen zur Gestaltung einbuchen. Die Auftragsanlage in SAP und

das Erfassen der AdFlights im AdServer (Dart) erfolgte jedoch in weiteren separaten Arbeitsschritten – redundante Eingaben also. Mit dem Ausbau des digitalen Angebots stießen diese Prozesse an ihre Grenzen, zu schnell wuchs das digitale Anzeigenaufkommen und zu komplex wurden die Websites, sowie die Angebotsvielfalt im Bereich Online. All das verlangte nach einer neuen strategischen Ausrichtung, nach der Einführung eines zeitgemäßen, möglichst integrierten Workflows für die Auftragsabwicklung.

Das Ziel: Prozessoptimierung

Der AdServer, SAP und vorläufig das WBO sind geblieben. Für Excel kam AdX und aus dem Trafficmanager ist ein Kampagnenmanager und AdX-Poweruser geworden. Automatisierte Arbeitsschritte, integrierte Prozesse zu allen Drittsystemen sowie geteiltes Wissen bilden nun die Grundlage des durchgängigen und automatisierten Online-Anzeigenworkflows beim SÜDKURIER. Vorrangiges Ziel war, vorhandene Res-

ourcen optimal einsetzen zu können, sei es für Trainings mit den Verkäufern oder für den weiteren Ausbau der Angebotsstruktur. „Unser Ziel war es, den Workflow für die Online-Aufträge so zu optimieren, dass zwischen technischen und kaufmännischen Systemen integrierte Prozesse stattfinden. Das Werbemedium Internet verlangt noch viel stärker als Print Schnelligkeit und Flexibilität in der Disposition. Mit AdX haben wir dafür die Grundlage geschaffen“, sagt Dirk Frädlich, Leiter Prozessmanagement & IT beim SÜDKURIER. Auch Tobias Hinkeldein, Kampagnenmanager bei SÜDKURIER Medienhaus sieht viele Vorteile an der Arbeit mit AdX: „Durch AdX wurde die Abwicklung der Onlineaufträge stark erleichtert. Die kommerziellen und technischen Aufträge werden in AdX angelegt und über Schnittstellen an die anderen Systeme verteilt. Damit werden Doppelerfassungen sowie viele manuelle Teilschritte überflüssig. Auch ein Vorhalten von CustomCreative Codes, DART-Zonen und Slotsizes bei jedem Auftrag gehört der Vergangenheit an.“



„Die Umstellung der zentralen Buchungsprozesse mit AdX hat uns innerhalb kurzer Zeit positive Effekte beschert. Die vollständige Auftragsdisposition, das Erfassen und Testen eines Banners im Wallpaperformat, dauert nur noch 10 Minuten, in der alten Struktur war es eine halbe Stunde länger. Die Prozesse wurden in den Monaten nach der AdX-Einführung gemeinsam mit den Spezialisten von ppi Media optimiert, die tiefe Integration mit SAP IS-M/AM sorgt für eine saubere kaufmännische Abwicklung und liefert Kennzahlen für das Reporting.“

Dirk Frädlich, Leitung Prozessmanagement und IT beim SÜDKURIER Medienhaus.

AdX: die Software

AdX ist die Anzeigenlösung für digitale Medien. Alle administrativen und produktiven Prozesse sind optimal integriert und aufeinander abgestimmt: Erfassung, Verwaltung, Produktionsübergabe und Fakturierung von Anzeigen in einer einzigen Lösung. Möglich macht dies die optionale Integration von SAP-Feldern direkt in die Oberfläche von AdX. Alle kaufmännischen Prozesse verbleiben im Hintergrund in SAP IS-M/AM.

Um in der Menge von Online-Anzeigenplätzen den Überblick zu behalten, bietet AdX eine umfassende Übersicht. In einer intuitiven, dynamischen Bedienoberfläche werden alle Anzeigenplätze übersichtlich dargestellt. Insbesondere hochwertige Premiumpplätze lassen sich so leicht verwalten. Alle Informationen zu einem Anzeigenplatz können jederzeit zentral abgerufen werden.

AdX ist medienspezifisch oder medienübergreifend für die Kanäle Print, Web, Mobile und Tablet einsetzbar. Auch eine App für AdX Print für den Außendienst ist erhältlich.

Der Workflow beim SÜDKURIER

Sowohl das kaufmännische Anzeigensystem SAP IS-M/AM als auch der AdServer sind direkt in den Online-Anzeigenworkflow integriert. Anfragen an beide Systeme

können aus AdX heraus gestartet und gestoppt sowie nach den Vorgaben des Vermarkters OMS in Dart angelegt werden. AdX ist also das zentrale Workflow-Tool für DisplayAdvertising beim SÜDKURIER. Der Anzeigenverkäufer informiert sich über den Kampagnenmanager und AdX über freie Anzeigenplätze auf den Websites. Die Preis-anfrage und -berechnung wird im Anschluss ebenfalls aus AdX heraus gestartet. AdX leitet die Informationen erst an SAP IS-M/AM zur Prüfung und Kontrolle weiter, um dann die Antwort aus dem kaufmännischen System wieder in der eigenen ergonomischen Oberfläche anzuzeigen. Nach der Freigabe des Kunden kann der Verkäufer die Buchung veranlassen. Alle Motive des Auftrags erhalten eine zentrale SAP-Auftragsnummer. So lassen sich die Daten und Vorgänge schnell finden und nach Abschluss der Laufzeit auswerten. Die Auswertung basiert auf Daten (Page Impressions, Klicks, Laufzeit), die vom Ad-Server an AdX geliefert werden.

„Die Umstellung der zentralen Buchungsprozesse mit AdX hat uns innerhalb kurzer Zeit positive Effekte beschert. Die vollständige Auftragsdisposition, das Erfassen und Testen eines Banners im Wallpaperformat, dauert nur noch 10 Minuten, in der alten Struktur war es eine halbe Stunde länger. Die Prozesse wurden in den Monaten nach der AdX-Einführung gemeinsam mit den

Spezialisten von ppi Media optimiert, die tiefe Integration mit SAP IS-M/AM sorgt für eine saubere kaufmännische Abwicklung und liefert Kennzahlen für das Reporting“, sagt Dirk Frädlich.

Ein Ausblick

Das Anzeigenproduktionssystem AdMan von ppi Media kommt beim SÜDKURIER bereits seit einigen Jahren im Printworkflow zum Einsatz. Nun wurde die Lösung um Online-Funktionalitäten erweitert. So können beispielsweise Größenvergleiche durchgeführt oder Flashmotive einfach geprüft, gegebenenfalls in externen Editoren bearbeitet und in den geordneten Mappenstrukturen verwaltet werden – und das sogar für kombinierte Motive wie Wallpaper. Damit könnte AdMan im nächsten Schritt das HTML-basierte WBO ablösen. „Mit einer Erweiterung um die AdMan-Funktion für AdX würden wir im Sinne notwendiger Prozessautomatisierung handeln und bestimmte Online-Aufträge schneller und somit günstiger ans Ziel bringen. Für lokale und regionale Display-Vermarktung gilt künftig noch stärker: Was wenig kostet, darf nicht viel kosten“, sagt Dirk Frädlich, verantwortlich für das Auftragsmanagement beim SÜDKURIER. Im August 2014 entschied er sich außerdem für AdX Mobile. Hiermit gelingt es dem SÜDKURIER, den Anzeigen-Workflow im Bereich Mobile zu optimieren.

ppi Media GmbH
Hindenburgstraße 49
22297 Hamburg
Deutschland

Tel: +49 40 22 74 33-60
info@ppimedia.de
www.ppimedia.de

ppi Media US, Inc.
Chicago, IL

USA

Phone: +1 855 828 0008
ussales@ppimedia.com
www.ppimedia.com

