

„DataIntelligence bietet mit Konzept und Methode die Grundlage für eine strategische Steuerung und Automatisierung des Anzeigenvertriebs.“

Jana Stecher Head of Data Analytics/COO

Herausforderungen

Für das Reporting verantwortliche Mitarbeiter konnten bisher zum Teil gar nicht oder nur mit hohem Aufwand die geforderten KPI-basierten Auswertungen aus dem vorhandenen SAP-BW erstellen.

Berichte nur auf Excel-Basis sind sehr zeitaufwendig, da die Möglichkeit für flexible Anpassungen fehlt. Digitale IST-Umsatzdaten vom Dienstleister per Mail geliefert, werden händisch eingepflegt.

Anforderungen

Die von Kunden genutzten digitalen Plattformen sollen im Rahmen der Digitalisierung und unter Berücksichtigung des neuen CRM effizient in den automatisierten Vertrieb überführt werden.

Manueller Aufwand bei Bereitstellung, Integration und Verarbeitung muss deutlich reduziert werden. Dabei ist eine konsistente Datenqualität zu gewährleisten.

Ergebnisse mit DataIntelligence

- Das Konzept auf Basis der bisherigen Anforderungen brachte die SWM auf den richtigen Weg die Digitalisierung des Vertriebs, unter Anwendung von Data-Science-Methoden, weiter voranzutreiben
- Das zukünftige DWH bildet einen Single Point of Truth (SPOT), mit dem Daten für bestehende und geplante Vertriebsreports für den automatisierten Vertrieb zur Verfügung stehen.
- Die Umsetzung neuer Anforderungen ist damit schneller unter Vermeidung von manuellem Aufwand, bei gleichzeitigem Erhalt der Datenqualität, realisierbar.
- Bei Umsetzung des Konzeptes kann die Integration eines neuen CRM vereinfacht werden
- Die Datenübernahme und Überprüfung der Datenqualität der angelieferten Daten soll zukünftig automatisiert im Core des DWH erfolgen.
- Das Konzept bietet die Grundlage für Eine leicht zugängliche Datenbank mit abgeglichenen und korrekten Daten, um die bestehenden Analyse- und Reportingprozesse effektiv zu gestalten und die Grundlage für analytische Vertriebsprozesse zu ermöglichen.

Südwest Media Network GmbH

vormals StZW GmbH in Stuttgart

Ein Dienstleister der Stuttgarter Zeitung im Verbund der SWMH-Gruppe.

„Ein Netzwerk aus Publishern und Medienmarken, Experten aus Marketing und Kommunikation, Agenturen und regionale wie nationale Werbetreibende. Mit dem Portfolio bestehend aus regionalen Tageszeitungen, erreicht die SWM täglich über eine Million Leserinnen und Leser sowie Nutzerinnen und Nutzer der digitalen Angebote. Mit den Tages- und Wochenzeitungen sowie den zugehörigen Amtsblättern erfolgt eine flächendeckende Abdeckung sämtlicher Haushalte innerhalb der Verbreitungsgebiete.“