



Foto: © mitrja

INNOVATION PER WOLKE

Besonders Medienhäuser müssen sich den Herausforderungen der Digitalisierung stellen. Die renommierte Madsack Mediengruppe aus Hannover nahm sich der Herausforderung an und löste es mit einer „Sales&Service Cloud“.

Die deutsche Medien- und Telekommunikationsbranche befindet sich seit Jahren in einem beispiellosen Umbruch, das spürte auch die Madsack Mediengruppe aus Hannover, in der mehrere Tageszeitungen und Anzeigenblätter erscheinen. Das mobile Internet gewinnt an Bedeutung, soziale Netzwerke setzen sich in breiten Bevölkerungsschichten durch. Wesentliche Trends dieser Entwicklung sind die flexibilisierte Nutzung von personalisierten Inhalten, die einfach präsentiert und dennoch vielfältig und umfassend nutzbar sein sollen. Im folgenden Beitrag wird aufgezeigt, wie das Traditionshaus diese Aufgabe anging und meisterte.

Die Rahmenbedingungen

Wie bei allen Innovationen ist neben der reinen betriebswirtschaftlichen Betrachtung des Vorhabens die Leistungsfähigkeit der internen Organisation zu berücksichtigen. Insbesondere in IT-Abteilungen bestehen häufig langjährig gewachsene Systemlandschaften. Diese sind auf die Abwicklung der bestehenden Geschäfte optimiert und meist auch anpassbar, aber oft mit den täglichen Herausforderungen der Fachabteilungen ausgelastet. Eine möglichst geringe Belastung der internen Ressourcen war daher eine der wesentlichen Prioritäten im Vorfeld.

So wurde schnell klar, dass die Umsetzung eines neuen, innovativen Projekts idealerweise mit einem erfahrenen und flexiblen Partner erfolgen sollte, den man im Leipziger Consultingunternehmen und Lösungsanbieter Converneo fand, dessen Erfahrungen insbesondere in der Optimierung von Kundenserviceprozessen zu finden waren.

Das Projekt

Im Rahmen des Projekts wurde die Einführung einer verlagsspezifischen Sales&Service Cloud entschieden, konzipiert und umgesetzt. Diese stellt heute unter Einbeziehung der vorhandenen Madsack-Infrastruktur eine kundenzentrierte Sicht für die Betreuung der Madsack Kunden bereit. Der „Projektowner“ war die Madsack Market Solutions GmbH, eine Tochter der Mediengruppe, die zentrale Marketingmaßnahmen für Unternehmen der Madsack Mediengruppe sowie digitale Dienstleistungen und Produkte für klein- und mittelständische Unternehmen entwickelt.

Als Projektziele wurden definiert:

- Ermöglichung der richtigen Kundenansprache durch Bereitstellung aller relevanten Daten im Customer Service und anderen TouchPoints aus verschiedenen Quellsystemen.
- Zentralisierung der Steuerung aller Teams und Standorte (sowohl Inhouse, als auch Dienstleister)
- Vollumfängliche Einhaltung der Datenschutzbestimmungen, durch Installation und Betrieb der Plattform im Rechenzen-

trum des Unternehmens und volle Integration in die bestehende Infrastruktur

- Maßnahmen des Qualitätsmanagements
- Vereinheitlichung des Schulungskonzepts, der Reportings und der KPI-Interpretation
- Zukunftssicherheit durch aktuelle Technologien (SIP Telefonie, WEB RTC, keine Notwendigkeit einer Telefonanlage)
- Ablösung von Insellösungen für kanalspezifische Kommunikation und die Orchestrierung des Multichannel-Ansatzes durch die „Sales&Service Cloudlösung“
- Hochverfügbarkeit und Skalierbarkeit

Schnelle Reaktionen

„800.000 Abonnements zu managen und täglich die entsprechende Anzahl an Zeitungen auszuliefern und zuzustellen ist eine logistische Herausforderung, die nachts und in den frühen Morgenstunden bewältigt wird“, berichtet Tanja Bertram, Verkaufsfleiterin B2C-Marketing der Madsack Market Solutions. „Manchmal jedoch geht bei der Zustellung an die Haushalte etwas schief und der Adressat erhält seine Zeitung verspätet.“ Diese Abonnenten nicht zu verlieren und weitere Abonnenten hinzuzugewinnen ist daher eine der Kernaufgaben.

Zunächst waren also die Zustellreklamationen bei den Service-Einheiten im Fokus. „Ganz klar! Wir wollen unsere Kunden halten. Der Mehrwert einer regionalen Tageszeitung ist kaum zu ersetzen.“ so Tanja Bertram. Nachdem ein Kunde im Service Center mehrfach die Zustellung reklamiert hat, wird er von einem geschulten Mitarbeiter zurückgerufen. Um auf die Themen gezielt eingehen zu können, werden die Informationen zu der Beschwerde angezeigt. So können Lösungsvorschläge aktiv unterbreitet werden. Vor Einführung der Sales&Service Cloud waren diese Informationen nicht zentral im Rückrufteam verfügbar. „Die Effekte sind enorm. Bei den Kunden, wie auch bei den

Mitarbeitern. Vorhandenes Kundenwissen kann viel besser genutzt werden.“

Auch beim Thema Abo-Vermarktung sind deutliche Mehrwerte spürbar. Prämien- und Produktkombinationen werden zielgruppengerechter angeboten. Alles läuft digital, dadurch werden Fehler vermieden. Bertram ergänzt: „Wir können zielgruppengerechtere Produktbundles schnüren. Selbst wenn es viele Varianten sind und es beinahe unübersichtlich wird, hilft eine Warenkorbblogik, sodass dem Kunden nur bestimmte Kombinationen angeboten werden können. Die Gespräche sind seither souveräner, das merkt auch der Kunde. Fehleingaben sind nahezu ausgeschlossen, das erleichtert uns die Nachbearbeitung der Abo-Generierung enorm.“

Zentralisierte Steuerung

Die zentrale Steuerung der dezentralen Strukturen ist eine weitere Herausforderung, der sich die Mediengruppe gestellt hat. In einer Neuaufstellung der Tätigkeiten im Outbound wurde so die zentrale Position einer Outboundsteuerung geschaffen. Die technische Lösung dahinter steht im Rechenzentrum der Mediengruppe und kann als virtuelle Multichannel-Lösung an allen Standorten genutzt werden. Die zentrale Datenhaltung bei größtmöglichem Datenschutz entspricht dabei den Konzernvorgaben, ebenso wie der Einsatz neuester Technologien, wie SIP Telefonie, die die Unabhängigkeit von den bestehenden Telefonanlagen an den Standorten gewährleistet. Das erlaubt nun auch schnelles „Onboarding“ weiterer Standorte, sowie das Etablieren einheitlicher Schulungskonzepte und einheitlicher Qualitätssicherungsstandards, KPIs und Reportings.

DAS UNTERNEHMEN MADSACK MEDIENGRUPPE

Die MADSACK Mediengruppe setzt auf das Zukunftspotenzial regionaler und lokaler Medien. Zur Gruppe gehören heute 15 Tageszeitungen (unter anderem die Hannoversche Allgemeine Zeitung, Leipziger Volkszeitung) und mehr als 30 Anzeigenblätter. Die Titel werden bereits heute durch umfangreiche Angebote im Online-Bereich sowie für mobile Endgeräte ergänzt. Täglich werden über 800.000 Zeitungen verkauft, bei fast 2,5 Millionen Lesern. Zu den wesentlichen Stärken der Mediengruppe zählt die ausgeprägte lokale und regionale Verankerung der Medienhäuser.



Die Madsack Market Solutions GmbH, eine Tochter der Madsack Mediengruppe, entwickelt zentrale Marketingmaßnahmen für Unternehmen der Mediengruppe sowie digitale Dienstleistungen und Produkte für klein- und mittelständische Unternehmen, hier wurde auch das Projekt „Sales&Service Cloud“ geboren.

Christoph Sander, Outboundsteuerer der Madsack Market Solutions hierzu: „Es war spannend, von Beginn an. Insbesondere die lokale Infrastruktur der Dienstleister stellte uns immer wieder vor unerwartete Herausforderungen. Hier galt es, die richtigen Fragen zu stellen, um die Zeitpläne zu halten. Bereits heute profitieren wir davon, die best practices der Standorte hinsichtlich Nutzenargumentation klar erkennen und schnell übertragen zu können.“ Und die Erkenntnisse helfen auch dem Marketing bei der Entwicklung neuer Produkte und Vermarktungsstrategien, so Sander.

Die Ergebnisse

Im Fokus der Verbesserung standen Prozesse der Wertschöpfung, die Kundenbetreuung und die Transparenz durch



„Chat, CoBrowsing, Apps – das gehört alles zum Kundenalltag.“

Tanja Bertram, Verkaufsleiterin
B2C-Marketing der
Madsack Market Solutions

alle relevanten Informationen zum Kundenkontaktpunkt. Der richtige Kunde, wird heute mit der richtigen Information zur richtigen Zeit kontaktiert – oder es stehen die relevanten Informationen zur Verfügung. Eine kanalübergreifende Kontakthistorie wird seither gepflegt.

Im Rahmen dieser Optimierungen wurden auch diverse organisatorische Prozesse betrachtet und optimiert, wie beispielsweise:

- Die Kündigervermeidung aufgrund von Zustellproblemen stieg deutlich, da die Kunden schneller kontaktiert werden.
- Die absolute Abo-Generierung wurde gesteigert. Neue Kampagnen konnten mit einer deutlichen Beschleunigung der Time2Market aufgesetzt werden
- Der gezielte Personaleinsatz wurde anhand der Erreichbarkeitstransparenz und des Rückrufmanagements verbessert.
- In laufenden Kampagnen konnten die Preise/Prämien bedarfsgerecht angepasst werden, was ebenfalls ertragssteigernde Folgen aufwies.
- Kürzere, einheitliche Schulungszeiten.
- Effizienzsteigerungen in der Bearbeitung und dadurch Abarbeitung von mehr Kampagnen (Marktthemen), schnellerer Aufsatz neuer Titel.
- Minimierung von Stornoquoten durch Vermeidung von Fehleingaben.

- Kosten für Setup und Betrieb wurden durch die Zentralisierung transparent und können so entsprechend besser optimiert werden
- Predictive Algorithmus, zentrale KPI, gleiche Datenbasis, Beschleunigung der operativen Prozesse
- Schnelles Onboarding von Standorten, (Homeoffice-) Mitarbeitern, Outsourcing und/oder Insourcing

Zusammenfassung

Der Einsatzbereich der Sales&Service Cloud wurde zunächst auf das „Klassikgeschäft“, also dem Verkauf von Abonnements und das damit verbundene Kundenbeziehungsmanagement konzentriert.

Hier wurde nachweislich eine deutliche Verbesserung im Bestandskundenmanagement erzielt (längere Kundenbeziehung, Verkauf zusätzlicher Produkte). Zusätzlich konnten Neukunden durch die Konvertierung von Probe-Abonnenten und durch Marketingaktionen basierend auf bisher ungenutztem Adressmaterial gewonnen werden.



Es war spannend, von Beginn an.“

Christoph Sander,
Outboundsteuerer der
Madsack Market Solutions

„Durch die Einbindung neuer Kommunikationskanäle werden wir darüber hinaus neue Zielgruppen und weitere Vertriebswege erschließen und diese mit den erprobten Betreuungsmethoden aus dem Klassikgeschäft zu bearbeiten. Wir haben viel vor. Unsere Kunden gehen mit der Zeit. Chat, CoBrowsing, Apps – das gehört alles zum Kundenalltag. Da gehen wir als Medienunternehmen mit. Idealerweise immer einen Schritt voraus, die technischen Voraussetzungen haben wir.“ schließt Tanja Bertram.

Redaktion
TeleTalk