

Bild: E-masters GmbH & Co KG



Lokale Markenführung mithilfe von Marcapo

Marketing mit Meisterbrief

Um die Mitarbeiter von zeitraubenden Routineaufgaben zu entlasten und dank automatisierter Prozesse mehr Zeit für die kreative Beratung der Mitgliedsbetriebe zu haben, nutzt E-masters, eine Kooperation für Marketing- und Serviceleistungen in der Elektrobranche, ein webbasiertes Marketingportal. Damit hat sich nicht nur die Effizienz des eigenen Marketingteams verbessert. Auch die Elektrobetriebe können verschiedenste analoge und digitale Werbemittel individuell gestalten und im lokalen Raum zielführend ausspielen.

Als Tochtergesellschaft von Mitagro, einer Großhandelskooperation mittelständischer Elektro-Fachgroßhändler in Deutschland und Österreich, fungiert E-masters als Bindeglied zwischen seinen Mitgliedsbetrieben, relevanten Industriepartnern und dem Fachgroßhandel. Seit 2012 firmiert die Organisation unter der Dachmarke E-masters. Zum Dienstleistungsangebot gehört neben der Entwicklung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen auch, die Mitglieder bei der Umsetzung einzelner Aktionen oder kompletter Kampagnen im lokalen Umfeld zu beraten und zu unterstützen. Für möglichst einfache und effiziente Prozesse in der bedarfsgerechten Werbemittelgestaltung und -Anpassung nutzt E-masters das individuell angepasste Marketingportal von Marcapo.

Lokale Markenführung war ineffizient

Vor Einführung des Marketingportals gab es bei der Kooperation verschiedene Wer-

bemittel-Vorlagen, die jedoch viele Abweichungen zuließen. Das verwässerte einerseits das Corporate Design, andererseits waren die Mitarbeiter gefordert, einzelne Werbemaßnahmen manuell zu bearbeiten und individuell zu gestalten. In Anbetracht von 2.700 Mitgliedsbetrieben war die Vielzahl der lokalen Anpassungen somit sehr zeitaufwendig und damit äußerst ineffizient. Hinzu kam, dass die Marketingmitarbeiter mit Standardaufgaben, etwa die Bereitstellung individuell gestalteter Drucksachen wie Visitenkarten und Briefumschlägen, stark ausgelastet waren. Um Adressaufkleber oder Kalender an die Wünsche der Mitgliedsbetriebe anzupassen, hat das Marketingteam die Bestellungen in einer Excel-Liste gesammelt und den Auftrag dann manuell an die Druckerei übergeben. „Damit war eine Person schon mal zwei Monate beschäftigt“, erinnert sich Janine Rheinfeld, Mitarbeiterin im Marketing-Team. „Um unsere eigentliche Arbeit, die kreative Unterstützung der Mitglieder, konnten wir uns kaum kümmern.“

Erfahrung ist entscheidend

Im Rahmen der Anbieterevaluierung hat E-masters zunächst eine Shortlist erstellt und Marcapo dann zu einem Workshop eingeladen. „Letztlich haben wir uns für Marcapo entschieden, weil das Unternehmen sehr erfahren ist, wenn es darum geht, die Prozesse der lokalen Markenführung zu vereinfachen und zu optimieren“, so Jens Gorr, Geschäftsführer von E-masters. „Zudem kennt sich das Unternehmen in unserer eigenen Zielgruppe, den kleinen und mittelständischen Betrieben, bestens aus.“

E-Book 'So gelingt lokale Markenführung'

Wertvolle Tipps und Entscheidungskriterien zur Auswahl eines Marketingportals gibt das E-Book „So gelingt lokale Markenführung“, das unter www.gebaeuedigital.de/?35498 kostenfrei zum Download bereitsteht.

Prozesse automatisieren

E-masters wollte die eigenen Mitarbeiter von zeitraubenden Standardaufgaben entlasten und die vorhandenen Marketing-Ressourcen besser nutzen, um mehr Zeit für die strategische und kreative Beratung der Mitglieder zu haben. Von der Prozessautomatisierung erhoffte man sich einen weiteren wesentlichen Vorteil: „Wir wollten, dass unsere Dachmarke auf Basis eines überregional einheitlichen Auftretens der Mitglieder sichtbar und bekannter wird“, sagt Gorr. Daneben gab es eine Reihe technischer Anforderungen, die bei der Implementierung und Konfiguration des Marketingportals berücksichtigt werden musste: E-masters wünschte sich eine Synchronisation externer Daten mit der eigenen Datenbank. Hierfür sollten z.B. Partner-Logos zunächst auf einen FTP-Server hochgeladen und von dort ins Portal importiert werden. Auch wollte E-masters die Hoheit über wichtige Informationen wie Stammdaten behalten.



Bild: E-masters GmbH & Co.KG

Über das Marketingportal von Marcapo können die E-masters Betriebe sämtliche Werbemittel einfach und schnell individualisieren.

Einfache und intuitive Nutzung

Nach der Implementierung ist auch der Umgang mit dem Marketingportal im mitunter stressigen Alltagsgeschäft unkompliziert. Von den 2.700 Mitgliedsbetrieben arbeiten etwa 50 Prozent regelmäßig mit der Software. Da die Elektriker zuvor eine persönliche Beratung gewohnt waren, gestaltete sich die Umstel-

lung auf automatisierte Prozesse anfangs recht schwierig. Aber auch das konnte geschickt gelöst werden: Kurz nach Einführung des Portals durften alle Elektro-Fachbetriebe eine kostenlose Kampagne durchführen. Damit war das Risiko, etwas falsch zu machen, gleich null. Nach den ersten Erfolgen sind viele Anwender von der Software überzeugt und setzen Aktionen selbstständig um.

- Anzeige -

E | HANDWERK

Innungsmitglied Müntaz Karagöz:

„Den Innungsbeitrag haben Sie durch die Einkaufsvorteile in Nullkommanix wieder raus!“

Jetzt Mitglied der Innung werden und von üppigen Einkaufsvorteilen profitieren!

www.rein-in-die-innung.de

Templates individuell anpassen und lokal ausspielen

Hierfür können sie auf rund 50 digitale und analoge Werbemittel-Vorlagen zu greifen. Die Templates dürfen sie für ihren individuellen Zweck in einem vorgegebenen Rahmen stellenweise anpassen. Die Möglichkeit, Großplakate lokal zu buchen, hatten die Fachbetriebe zuvor nicht. Heute können sie z.B. Flyer stärker individualisieren und verschiedene lokale Verteilungsservices nutzen, etwa für Zeitungsbeilagen. Das hat sowohl die Bekanntheit der Elektrounternehmen vor Ort spürbar gesteigert als auch die von E-masters selbst. Über das Marketingportal können alle Mitglieder auf die Dienste von bundesweit 90 professionellen Fotografen zugreifen, die die lokale Unternehmung einschließlich Mitarbeitern, Produkten und Räumlichkeiten unter der Berücksichtigung des Corporate Designs in Szene setzen.

Nutzer- und rollenspezifischer Zugriff

Neben den Mitgliedsbetrieben dürfen auch rund 50 regionale, entsprechend geschulte Fachberater des Fachgroßhandels auf das Portal zugreifen. Um eine bedarfsgerechte Betreuung sicherzustellen, können die Berater relevante Informationen, wie etwa Nutzungsstatistiken, zweckgebunden einsehen. Nicht zuletzt nutzen auch die Mitarbeiter von E-masters das Portal, um die Mitglieder in lokaler Markenführung, Werbung und Marke-

ting fachmännisch zu beraten und zu unterstützen. Wie gewünscht, entlastet die Software das Team von zeitaufwendigen Standard- und Routineaufgaben.

Erfolgreiche TV-Kampagne

Ein Beispiel für die Leistungsstärke des Marketingportals ist die Initiative 'Intelligent modernisieren' – ein Projekt, das die Werbeberater von Marcapo aufgrund des Umfangs und der Relevanz tatkräftig begleitet haben. Dreh- und Angelpunkt der Kampagne war und ist eine Ratgeber-Webseite zu den Themen Elektroinstallation und -Technik nach modernen Standards und gemäß den gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Energieeffizienz. Der zweite zentrale Baustein waren insgesamt drei TV-Kampagnen. Die aktuellste lief von Ende Oktober bis Ende November 2017. Hier wurden vier verschiedene Werbespots über 1.800 Mal auf 17 deutschen Fernsehsendern ausgestrahlt. Um die Initiative herum wurden verschiedene Kommunikationspakete geschnürt, wie etwa ein Print- und ein Out-of-home-Paket. Zu den Print-Maßnahmen, die die Mitgliedsbetriebe bedarfsgerecht individualisieren und lokal schalten bzw. selbst verteilen oder verteilen lassen durften, zählten unter anderem eine sechsseitige Informationsbroschüre und ein Großplakat, während die Aktionen im Bereich Außenwerbung auch die lokale Nutzung eines Ausstellungs-Mobils beinhalteten. Auf die Kampagne hat E-masters viel positives Feedback erhalten.

Schrittweise zum Marketing-Meister

Entsprechend positiv bewertet Marco Lühmann, Bereichsleiter Marketing und Kommunikation bei E-masters, die Zusammenarbeit mit Marcapo: „Rückblickend war unsere Entscheidung absolut richtig.“ Eine weitere Zusammenarbeit ist geplant, auch um das Werbemittel-Angebot kontinuierlich zu erweitern. Zuletzt hat man als neues Angebot für die Mitglieder das Online-Präsenzmanagement implementiert. Dabei geht es in erster Linie darum, die Elektrobetriebe vor Fehlern im Internet zu schützen. Denn viele kleine und mittelständische Unternehmen wissen nicht, wie sie sich im Internet richtig präsentieren sollen. Auch hier stehen Einfachheit, Komfort und Effizienz im Vordergrund. Die Mitglieder können ein Abonnement abschließen, das neben der Prüfung und Pflege verschiedener Onlineprofile inklusive Google My Business auch eine etwaige Fehlerbehebung umfasst – und das alles völlig automatisiert. Als nächstes will E-masters das Thema Sport-Sponsoring in Angriff nehmen. Hier ist geplant, Werbung auf den Trikots von Sportmannschaften zu platzieren. „Unsere Ziele, effizienter zu arbeiten und die lokale Bekanntheit unserer Marke sowie die unserer Mitglieder zu steigern, haben wir erreicht“, resümiert Lühmann. ■

Für das automatisierte Online-Präsenzmanagement können die Elektrobetriebe ein umfassendes Abonnement abschließen.

Autorin | Hannah Winter-Ulrich,
freie Redakteurin Bad Dürkheim,
Marcapo GmbH
www.marcapo.com

