

## Sechs Gründe für ein **MARKETING-PORTAL**



MARKENKONSISTENZ  
GEWÄHRLEISTEN



ASSETS ZUGÄNGLICH  
MACHEN



DIE CONTENT-FLUT  
BÄNDIGEN



REGIONALES ADAPTIEREN  
ERLEICHTERN



MULTICHANNEL PUBLISHING  
VEREINFACHEN



MARKETINGPROZESSE  
BESCHLEUNIGEN

Brand-Management- und Marketing-Operations-Teams in grossen Unternehmen stehen vor einer bedeutsamen Herausforderung: Sie müssen jeden Mitarbeiter im Vertrieb und Marketing sowie alle involvierten Personen von Agenturen und Partnern dazu bringen, jederzeit die richtigen und CI-konformen Marketing-Materialien zu benutzen. Erschwerend kommt hinzu, dass diese Teams oft über den ganzen Globus verteilt sind, unterschiedliche Dateiverwaltungssysteme und andere regionale Tools benutzen oder ihre je eigenen Methoden haben, Assets und Contents zu speichern und wiederzuverwenden.

Es gibt eine Lösung für diese Herausforderung. Marketing-Teams können ein Marketing-Portal implementieren und auf ihre Bedürfnisse zuschneiden, um folgende sechs Ziele zu erreichen:



### Markenkonsistenz gewährleisten

Mit einem Marketing-Portal werden ausschliesslich Vertriebs- und Marketing-Materialien verwendet, die CI- und CD-konform sind und folglich einen konsistenten Markenauftritt garantieren. Das Portal bündelt sämtliche Marketing Assets wie Styleguides, Logos, Bilder, Videos, Dokumente, Präsentationen oder dynamische Templates an einem Ort, wo sie sich zentral verwalten lassen. Es ermöglicht den Verantwortlichen auch, Werbe- oder Verkaufsunterlagen gutzuheissen, bevor Mitarbeiter oder Partner sie online bestellen. Bei der Erstellung von Content über ein Marketing-Portal ist die Markenkonsistenz bei jedem Touchpoint gewährleistet.



### Assets zugänglich machen

Mit einem einzigen Portal können Marketingmitarbeiter ganz leicht alle nötigen Templates finden, um mit ihnen eine grosse Auswahl an Marketing-Mitteln zu erstellen. Vertriebsmitarbeiter können auf die aktuellen Pitch Decks und Produktblätter zugreifen. Und auch externe Mitarbeiter, etwa von Agenturen oder Partnerfirmen, haben – sofern erwünscht – bequemen Zugriff auf die benötigten Dateien. Dies bedeutet das Ende des E-Mail-Verkehrs zu Fragen, wo was zu finden ist, und damit eine Reduktion unnötiger Ablenkungen bei der Arbeit. Natürlich können mit einem State-of-the-Art-Portal auch neue oder besonders hochwertige Contents hervorgehoben und wichtige Angaben zu deren Gebrauch mitgeteilt werden.



### Die Content-Flut bändigen

Die Menge an Content, die Marketing-Teams produzieren müssen, ist gross und nimmt laufend zu. Es handelt sich dabei wahrlich um einen Content-Tsunami. Mit einem Marketing-Portal kann diese Flut gebändigt werden, indem Erstellung und Verwaltung von Content zentralisiert und alle Workflows verschlankt werden, die zur Erstellung und Genehmigung von Content nötig sind. Um zu verhindern, dass veraltete Assets verwendet werden, können diese mit einem Ablaufdatum versehen werden, an dem deren Aktualität geprüft wird und sie gegebenenfalls archiviert werden.

- 50 % der Führungskräfte in Marketing-, Digital, Medien- und Kommunikations-Teams bekunden, dass sie mehr digitalen Content haben, als sie wirklich bewältigen können.
- 90 % rechnen damit, dass die Menge an Content, die sie produzieren, in den nächsten zwei Jahren zunehmen wird.



### Regionales Adaptieren erleichtern

Ein globales Marketing-Portal mit Online-Templates und Unterstützung unterschiedlicher Sprachen ermöglicht es Teams auf der ganzen Welt, einfach und kosteneffizient die Vorlagen an die regionalen Gegebenheiten anzupassen und CI- und CD-konforme Änderungen vorzunehmen – sei es zur Unterstützung der regionalen Vertriebsziele oder um Co-Branding-Anforderungen zu erfüllen. Am Hauptsitz werden die global geltenden Grundregeln definiert, während die Teams vor Ort selbständig und flexibel regionale Anpassungen vornehmen können. Das Portal kann auch dazu dienen, regionale Erfolgsgeschichten zu präsentieren, um andere zu inspirieren.



### Multichannel Publishing vereinfachen

Multichannel Publishing ist schwierig, weil man die richtigen Assets in den richtigen Formaten zum richtigen Zeitpunkt an ganz bestimmte Customer Touchpoints verteilen muss. Mit einem Marketing-Portal kann das Multichannel Publishing zentral gesteuert werden. Die wichtigen Teile einer Botschaft müssen nur einmal definiert werden, während das System diese automatisch für die jeweiligen Kanäle – z. B. Print, Web, Mobile, Social Media – adaptiert, auf denen die Botschaft publiziert werden soll. Dies erlaubt eine einheitliche Kommunikation auf allen bestehenden Kanälen und erleichtert das Erschließen neuer Kanäle, sobald diese bei der Zielgruppe an Bedeutung gewinnen.



### Marketingprozesse beschleunigen

Marketingteams müssen immer schneller operieren. Im Vergleich zu vor 15 Jahren müssen Marketers heute 6,5 Mal so viele Projekte mit 11,9 Mal so vielen Agenturen in nur 15 Prozent der Zeit bewältigen. Mit einem Marketing-Portal werden alle standardisierbaren Workflow-Schritte automatisiert, wodurch zeitliche Ressourcen frei werden, welche die Mitarbeiter für ihre Kernaufgaben verwenden können. So generiert das Portal einen höheren Output wie auch eine bessere Arbeitskoordination, ohne dass dabei die Konsistenz des Markenauftritts vernachlässigt würde.

---

#### **Könnte Ihr Team auch davon profitieren, mehr zu erledigen mit weniger Aufwand?**

All diese Vorteile lassen sich realisieren mit einem massgeschneiderten Marketing-Portal von gateB. Falls Sie Ihre Anforderungen an ein Marketing-Portal mit uns besprechen möchten und erforschen, wie ein solches zum Erfolg Ihres Marketings beitragen kann, kontaktieren Sie uns über [info@gateb.com](mailto:info@gateb.com).



Transforming Digital  
into Value

## Über gateB

Als Beratungs- und Implementierungsunternehmen ermöglicht gateB ihren Kunden, die digitalen Chancen richtig zu nutzen und ihre Kundenbeziehungen schneller, intelligenter und besser zu gestalten. Mit einem umfassenden Ansatz und modernsten Lösungen beraten wir führende nationale und internationale Unternehmen zu den Themen Customer Intelligence, Marketing Analytics, Campaign Management, Marketing Operations, Multichannel Publishing und Marketing Automation. Gegründet 2009 in Steinhausen, Schweiz, beschäftigen wir derzeit über 70 Berater, Data Scientists und Implementierungsspezialisten in unseren vier Niederlassungen in Steinhausen, Los Angeles, Mailand und Singapur. Mehr auf **gateB.com**.