

ad pepper media schärft seine Kundenkampagnen mit Microsoft Dynamics AX

ad pepper media ist einer der führenden unabhängigen internationalen Online-Werbevermarkter. Mit 16 Niederlassungen in zehn europäischen Ländern und den USA wickelt ad pepper media für Tausende Werbekunden in derzeit mehr als 50 Ländern deren Kampagnen ab. Das operative Geschäft des Unternehmens wird durch Microsoft Dynamics AX und einer Erweiterung von amball business-software weitgehend automatisiert. Die in Ad Servern gesammelten, unstrukturierten Massendaten der Werbeschaltungen werden über Nacht eingeleesen und stehen zu Analyse- oder Abrechnungszwecken zur Verfügung. Somit sind sofortige tagesaktuelle, länderübergreifende Erfolgsmessungen aller Online-Werbekampagnen und verbesserte Dienstleistungen für die Werbekunden möglich. amball konzipierte und implementierte dazu eine für diese Branche richtungsweisende Lösung mit 29 Mandanten, die eine extrem hohe Transparenz bezüglich der Umsätze, Kosten und deren Entwicklung herstellt. Alle wichtigen Unternehmensdaten aus elf Ländern stehen in diesem zentralen System zur Verfügung und können in beliebiger und flexibler Weise miteinander verknüpft und ausgewertet werden. Selbstverständlich erfüllt das System auch alle Anforderungen eines börsennotierten Unternehmens.

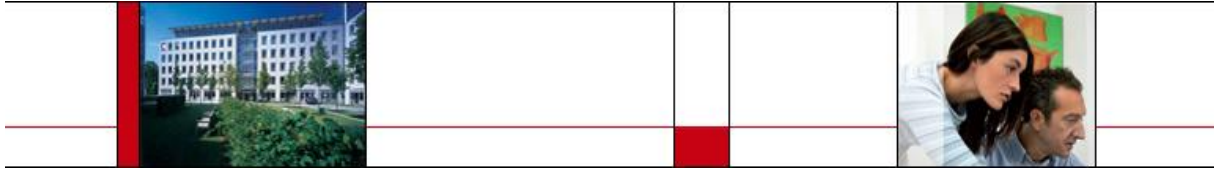
Für Unternehmen und Marken geht es darum, im Online-Markt eine deutliche Präsenz mit hohem Wiedererkennungswert zu generieren und die angestrebte Zielgruppe mit den richtigen Instrumenten und möglichst geringen Streuverlusten anzusprechen. Genau hier kommen die Produkte, Lösungen und das internationale Netzwerk des Werbevermarkters ad pepper media zum Tragen: Media-Agenturen und Werbetreibenden werden individuelle und effiziente Lösungen in den Bereichen Display-, Performance-, E-Mail-, Affiliate- und Suchmaschinen-Marketing sowie dem Ad Serving angeboten. Ergebnis ist ein umfangreicher Komplettservice vom Kampagnen-Management bis zum Reporting aus einer Hand, der nahezu die gesamte Palette der Online-Werbung abdeckt.

Starkes Unternehmenswachstum ist Treiber für den Ausbau der IT-Landschaft

Seit der Unternehmensgründung im Jahr 1999 setzte das Unternehmen eine Softwarelösung für die Finanzbuchhaltung ein, die 2005 durch Microsoft Dynamics NAV ersetzt und von amball gewartet wurde. Mit dem Produkt organisierte ad pepper media sein international ausgerichtetes Finanz- und Rechnungswesen inklusive des Finanzreportings. Als zweites wichtiges IT-System betrieb das Unternehmen für das operative Werbegeschäft parallel eine Eigenentwicklung. Diese Individualentwicklung war über die Jahre gewachsen und mittlerweile schwer zu warten, da sich das Applikationswissen auf einige wenige Mitarbeiter beschränkte. Funktional wurden durchgängige Schnittstellen und schnelle Auswertungsmöglichkeiten vermisst.

Standardlösung für die Abwicklung der Kundenprojekte sollte eingeführt werden

Demgemäß entschied sich ad pepper media 2007, die Systeme für das Rechnungswesen und das operative Geschäft miteinander zu verschmelzen. Ein Hauptnachteil in der alten IT-Landschaft bestand darin, dass die Daten über mehrere Systeme verteilt waren. Die Erstellung von aussagekräftigen Ad hoc-Auswertungen war aus diesem Grund nur mit hohem manuellem Aufwand möglich. Alle Insellösungen, die bei erworbenen Firmen im Ausland oder bei Tochterfirmen im Einsatz waren, soll-



ten schrittweise ersetzt werden. Als zukünftige Zielplattform wurde Microsoft Dynamics AX gewählt, weil diese Lösung besonders für das von ad pepper media betriebene Projektgeschäft geeignet war. Aufgrund der positiven Erfahrungen, die man mit seit 2005 gemacht hatte, entschied sich ad pepper media wieder für amball business-software als Servicepartner.

Unternehmensweite Harmonisierung der Prozesse in der Feinspezifikationsphase

Die unflexibel gewordene Eigenentwicklung für das Werbegeschäft sollte nach Inbetriebnahme von Microsoft Dynamics AX abgestellt werden. Bevor man jedoch mit der Implementierung beginnen konnte, wurden die Unternehmensprozesse in einem repräsentativ zusammengesetzten Team von Key-Usern aus den verschiedenen Ländern und Geschäftsbereichen diskutiert, gruppenweit harmonisiert und abgestimmt. Die komplexen und vielschichtigen Online-Werbeprojekte der Kunden müssen mit Softwareunterstützung konzipiert, angeboten, teilweise eingekauft, überwacht, gesteuert und abgerechnet werden. In einer lediglich drei Monate dauernden Phase definierte das Projektteam alle Sollprozesse. Die Software-Einführung wurde anschließend weltweit innerhalb von nur acht Monaten abgeschlossen. amball implementierte dabei die neu definierten Prozesse und in einem Mehrmandantenkonzept 29 Unternehmenskonten zur Abbildung der weltweit verteilten Unternehmen. Auf Sachpostenebene konnten alle historischen Daten übernommen werden.

Kampagnenplanung und zielgruppenspezifische Erstellung von Mediaplänen

Zur Kundenansprache und Kundengewinnung verwendet ad pepper media heute das CRM-Modul von Microsoft Dynamics AX. Die zur Vermarktung bestimmten „Channels“, eine Zusammenstellung von Werbeaktivitäten und Werbeplätzen auf Webseiten, können damit gezielt potenziellen Kunden angeboten werden. Alle Vertriebsaktivitäten können ausgewertet werden und bilden die Grundlage für den Unternehmens-Forecast. In der Angebotsphase wird das Targeting, sprich der zielgruppenspezifische Zuschnitt der Kampagne, durchgeführt und der individuelle Mediaplan für die Kunden zusammengestellt. Da alle branchenspezifischen Prozesse in Microsoft Dynamics AX umgesetzt worden sind, wird auch dieser Vorgang von der ERP-Lösung unterstützt.

Einkauf von Werbeplätzen, Bannern und Clicks: Media Buying

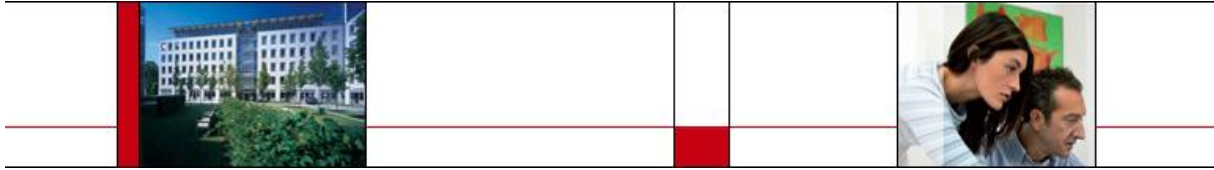
Die in den Mediaplänen enthaltenen Bausteine müssen nach Auftragseingang bei den jeweiligen Anbietern eingekauft und gleich oder später abgerechnet werden. Neben dem klassischen Einkauf bietet Microsoft Dynamics AX die Möglichkeit, bereits eingekaufte Kontingente von Werbeplätzen zu befüllen, zum Beispiel für E-Mail-Kampagnen, Page Impressions oder Click-Kampagnen.

Automatisierte Kundenabrechnung auf Basis von Ad-Server-Auswertungen

Ad Server steuern die Auslieferung von Online-Werbung, messen Kontakte auf einer Webseite und liefern Auswertungen und Statistiken zurück an die Unternehmenssoftware. Aufgrund des großen Kundenstamms und der parallelen Aktionen werden teilweise bis zu 50.000 Datensätze pro Nacht in das System importiert und automatisch den Kundenaufträgen zugewiesen. Während dieser Massendatenverarbeitung findet ein Abgleich statt, wie viele Leistungen beauftragt und bereits abgerufen worden sind. Diese von Ad Servern gelieferten Daten bilden die Grundlagen für die Erfolgsmessung und Abrechnung der Leistungen gegenüber den Kunden. Verschiedene Abrechnungsverfahren, wie zum Beispiel Vorkasse, Monatsabrechnungen, Gutschriften, Kampagnenabrechnungen sind möglich.

Erfolgskontrolle durch tägliche Kampagnenanalysen

Die automatische Zuordnung der importierten Massendaten zu Kunden und deren Kampagnen erleichtert den Mitarbeitern die Erfolgskontrolle bezüglich der erwünschten Ziele und ermöglicht eine



neue Servicequalität. Mittels automatischer Korrekturen durch das System und durch Nutzung standardisierter Datenprüfungs- und Freigabeprozesse wird eine sehr hohe Datenqualität erreicht. Die Performance einer Kampagne ist direkt ablesbar und es wird deutlich, wo gegebenenfalls Handlungsbedarf besteht, um eine Kampagne zeitnah anzupassen. Technisch werden die Analysis-Services des Microsoft SQL-Servers benutzt, die jederzeit flexible Anfragen ermöglichen und schnelle Antwortzeiten liefern. Als Business Intelligence Plattform für OLAP-Auswertungen ist ergänzend das Produkte Cubeware im Einsatz.

Quantensprung bei der Transparenz

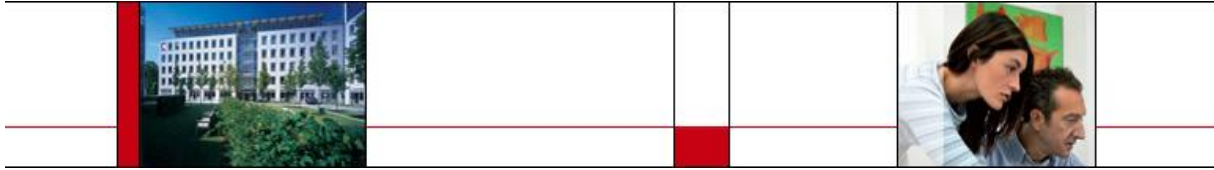
Der hohe manuelle Aufwand beim Zusammenführen betriebswirtschaftlicher Kennzahlen gehört jetzt der Vergangenheit an. Heute können stattdessen Tacho-Auswertungen und Flow-Charts vom ad pepper media-Management analysiert werden. Die von amball implementierte Lösung führte zu einer Standardisierung im operativen Geschäft und hat die Unternehmenssoftware damit zu einem Management-Entscheidungssystem gemacht. „Für mich war die Einführung von Microsoft Dynamics AX ein Quantensprung im Bereich der Transparenz der Prozesse, der Datenqualität, des Detaillierungsgrads der Stammdaten für Bedarfsanalysen und bezüglich der Geschwindigkeit bei Auswertungen.“ fasst Jens Körner, CFO der ad pepper media International N.V., den Projekterfolg zusammen. Heute sind länderübergreifende, extrem schnelle und flexible Reports möglich. Daten aus allen Unternehmensbereichen können bei Bedarf zu Analysezwecken miteinander in Beziehung gesetzt werden.

Abschaltung letzter manueller Schnittstellen und Feintuning

Einige „Altsysteme“ sind bei den im Zuge der Expansion akquirierten Unternehmen noch im Einsatz. Sie liefern derzeit Finanzdaten an das zentrale System und sollen im nächsten Schritt migriert und dann ebenfalls abgeschaltet werden. Ferner wird darüber nachgedacht, die beauftragten Werbebuchungen von Microsoft Dynamics AX direkt an die Ad Server weiterzugeben, um den manuellen Aufwand weiter zu reduzieren. Darüber hinaus sollen die nun bereitgestellten, einfachen Möglichkeiten für zusätzliche Auswertungen intensiver genutzt werden.

Flexible und leicht pflegbare Softwarelösung für Online-Werbung

„Die Umstellung der Bedienung von Microsoft Dynamics NAV auf Microsoft Dynamics AX war nahezu problemlos, da sich das System nach ganz kurzer Einarbeitung durch seine Gleichartigkeit in den Modulen intuitiv bedienen lässt. Was ad pepper media zunehmend entgegenkommt, ist die Offenheit des Systems. Der leicht anpassbare Quellcode hält die Kosten im Rahmen, die Flexibilität des Systems erlaubt uns bei Bedarf schnelle Prozessmodifikationen und auch die Einrichtung neuer Mandanten ist sehr einfach.“ so Bernd Prohaska, Leiter Corporate Controlling & Projektleiter Cube-Reporting der ad pepper media International N.V. und Projektleiter für die Einführung der neuen Softwareplattform.



Unternehmen

ad pepper media ist einer der führenden, unabhängigen, internationalen Online-Werbevermarkter. Das Unternehmen bietet Media-Agenturen, Werbetreibenden und Websites in den Bereichen Display-, Performance-, E-Mail-, Affiliate- und Suchmaschinen-Marketing sowie dem Ad Serving individuelle und effiziente Lösungen an, die nahezu die gesamte Palette der Online-Werbung abdecken. Durch die gesamte Bandbreite an effizienten Marketinglösungen, eigener innovativer Systemtechnologien und hoher internationaler Platzierungskraft, hat sich das Unternehmen weiter erfolgreich vom Wettbewerb abgegrenzt.

Ausgangssituation

Seit der Unternehmensgründung im Jahr 1999 setzte das Unternehmen eine Softwarelösung für die Finanzbuchhaltung ein, die 2005 durch Microsoft Dynamics NAV ersetzt und von amball gewartet wurde. Als zweites wichtiges IT-System betrieb das Unternehmen für das operative Werbegeschäft parallel eine Eigenentwicklung. Diese Individualentwicklung war über die Jahre gewachsen und mittlerweile schwer zu warten, da sich das Applikationswissen auf einige wenige Mitarbeiter beschränkte. Funktional wurden durchgängige Schnittstellen und schnelle Auswertungsmöglichkeiten vermisst. Dazu kamen noch die Insellösungen von den erworbenen Firmen im Ausland oder bei Tochterfirmen die vereinheitlicht werden sollten.

Lösung

Microsoft Dynamics AX

Nutzen

- Bis zu 50.000 Datensätze pro Nacht werden in das System importiert und automatisch den Kundenaufträgen zugewiesen
- Abgleich: wie viele Leistungen beauftragt und bereits abgerufen worden sind
- Erfolgskontrolle durch tägliche Kampagnenanalysen
- Hohe Datenqualität durch automatische Korrekturen und durch Nutzung standardisierter Datenprüfungs- und Freigabeprozesse
- Tacho-Auswertungen und Flow-Charts
- Länderübergreifende, extrem schnelle und flexible Reports

Firma

ad pepper media International N.V.
 Frankenstraße 150 C
 90461 Nürnberg

E-Mail: info@adpepper.com

Homepage: www.adpepper.com