

# IT als Wegbereiter für fundierte Marketingentscheidungen

## Die Lösung im Überblick

Mit der Marketing Suite L hat Henkel gemeinsam mit pmOne ein zentrales Portal für den Unternehmensbereich Laundry & Home Care errichtet. Das Dashboard, das international eingesetzt wird, stellt essentielle Marketing-Informationen in Echtzeit und in verschiedenen Aggregationsstufen für Auswertungen bereit. Dabei wird heterogenes Grundlagenwissen zusammengeführt und konsequent einheitlich dargestellt. Das erleichtert die Informationsbeschaffung, sorgt für Transparenz und unterstützt das Top- und Mittel-Management bei seinen Entscheidungen.

Marktanteile, Werbeausgaben, Finanzkennzahlen, Produktinformationen – angesichts der breitgefächerten Basisdaten war es für die Marketingabteilung des Henkel-Unternehmensbereichs Laundry & Home Care bislang nur mit großem Aufwand möglich, sich einen grundlegenden Überblick zu verschaffen. Die Fakten waren verstreut und mussten zunächst aus verschiedenen Ablageorten zusammengesucht werden. Erschwerend hinzu kamen unterschiedliche Darstellungsweisen sowie die Notwendigkeit, sich jeweils aufs Neue in die einzelnen Systeme einzuloggen. Diese Situation sollte mit einer neuen Anwendung verbessert werden. Wunsch der Marketingfachleute war es, von einem zentralen Ort aus und in aggregierter Form auf alle entscheidungsrelevanten Informationen in Echtzeit zugreifen zu können.

Thoralf Bock, der in der globalen Henkel-IT als Berater für Innovationsprozesse im Marketing tätig ist, nahm sich dieser Aufgabenstellung im Frühjahr 2013 an. Er und sein Team beschäftigten sich bis Ende des Jahres damit, das grobe Briefing zu präzisieren, einen Designvorschlag zu erarbeiten und umzusetzen sowie erste Systemdurchläufe zu absolvieren. In der zweiten Projektphase musste das System dann intensiven Tests standhalten und in mehreren Wellen seine Anwendertauglichkeit unter Beweis stellen. Nachdem die Freigabe erfolgt war, ging die neue Marketing Suite L („L“ für Laundry & Home Care) im Oktober 2014 in Betrieb.

### PLUSPUNKTE DER LÖSUNG

- Strategisches Reporting-Tool, das den Marketing-Entscheidern schnell Zugriff auf alle relevanten Informationen gewährt
- Sorgt für Transparenz und erhebliche Erleichterung bei der Informationsbeschaffung durch Portalcharakter, einfache Bedienbarkeit und Vergleichsmöglichkeiten
- Anwendung lässt sich nach nutzerindividuellen Bedürfnissen einrichten und ist iPad-fähig
- Technologisches Gerüst bietet vielseitige Einsatzmöglichkeiten im Konzern

REPORTING



## Inhalte in verschiedenen Aggregationsstufen verfügbar

Die Marketing Suite war die erste Anwendung bei Henkel, die auf OneDashboard aufsetzt. Dahinter verbirgt sich ein neues, konzernweit einheitliches Template für Business Intelligence. Technologisch handelt es sich um eine von pmOne mitentwickelte SharePoint-Lösung, unter deren Dach das komplette Business-Intelligence-Framework von Henkel inklusive cMORE/XL als Frontend für individuelle Auswertungs- und Formatierungsbedürfnisse angesiedelt ist. Bei der Umsetzung der Marketing Suite ging es vorrangig darum, die unterschiedlichen Quellen anzubinden und in eine einheitliche Darstellungsform zu überführen. Zu diesem Zweck konnte sich das Projektteam bei den Standardmodulen und -komponenten des OneDashboard bedienen. Wie die Konzernvorlage ist auch die Marketing Suite beim Look & Feel angelehnt an Windows 8. An die Oberfläche im Kachel-Design sind in Summe neun Quellsysteme angebunden worden. Sie speisen die Anwendung mit internen und externen Informationen wie Finanzkennzahlen, Marktanteile oder Bekanntheitsgrad.

Die Inhalte selber präsentieren sich dem Anwender in unterschiedlichen Aggregationsstufen: Direkt beim Einstieg (Level 1) geben die interaktiven Kacheln ohne weiteres Zutun erste Informationen preis. Durch einen Klick auf die gewünschte Kachel gelangt man in Level 2, wo Details bereitstehen. Autorisierte Nutzer können bei Bedarf auch in Level 3 abspringen, wo sie dann auf die Quelldaten treffen.

### „From system thinking to solution thinking“

Die gewählten technologischen Komponenten sind State-of-the-Art, doch das alleine macht noch keine gute Lösung aus. Dass sich die Marketing Suite unter den aktuell circa 100 Nutzern einer hohen Beliebtheit erfreut, liegt vor allem an einem wohldurchdachten Konzept, das sich streng an den Anwendergewohnheiten orientiert. Hier spielt insbesondere die Einhaltung von Information-Design-Richtlinien eine große Rolle. Zur schnellen Orientierung und damit sich Wissen einfach übertragen lässt, unterliegen

<b>KUNDE</b>	<b>FIRMENPROFIL</b> Henkel
Henkel AG & Co. KGaA Düsseldorf, Deutschland	
<b>BRANCHE</b>	Henkel ist weltweit mit führenden Marken und Technologien in drei Unternehmensbereichen tätig: Laundry & Home Care, Beauty Care und Adhesive Technologies. Das 1876 gegründete Unternehmen hält mit fast 50.000 Mitarbeitern und bekannten Marken wie Persil, Schwarzkopf oder Loctite global führende Marktpositionen im Konsumenten- und im Industriegeschäft. Im Geschäftsjahr 2014 erzielte Henkel einen Umsatz von 16,4 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 2,6 Mrd. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert.
Konsumgüter, Industriegüter	
<b>LÖSUNG</b>	Mehr unter <a href="http://www.henkel.de">www.henkel.de</a>
Reporting	

sämtliche Inhalte einer einheitlichen Darstellung, zum Beispiel in Form eines durchgängigen Farb-Codes (blau für „previous year“). Aber auch den Vorlieben hinsichtlich der Endgeräte wurde Rechnung getragen: So läuft die Applikation nicht nur auf dem PC, sondern ist in Bezug auf Größe, Handhabbarkeit und Usability der Reports ebenso touchoptimiert und damit iPad-kompatibel.

Obwohl es sich bei der Marketing Suite um ein reines Online-Tool handelt, besteht jederzeit die Möglichkeit, Daten oder Berichte lokal abzuspeichern und bei Bedarf mit Excel, Power BI oder anderen Werkzeugen weiterzubearbeiten. Neben einer leistungsfähigen Suchfunktion erlaubt es das Dashboard zudem, Voreinstellungen vorzunehmen, die den individuellen Bedürfnissen des Bedieners entsprechen (zum Beispiel bestimmte Sichtweisen auf Produkte, Regionen oder Perioden festlegen).

## Produktive Projektatmosphäre

Ein Teil der Basisdaten für die Marketing Suite aktualisiert sich automatisch, bei anderen wiederum bedarf es zuvor eines manuellen Eingriffs. Aufgrund der divergierenden Refresh-Frequenzen der Quellsysteme einigte man sich bei Henkel auf den jeweils dritten Montag im Monat als Update-Tag. Hier werden unabhängig vom zugrundeliegenden System alle an die Marketing Suite angebundene Daten aktualisiert. So kann das Top- und Mittel-Management sichergehen, dass ihm jeweils zu diesem Zeitpunkt aktuelle und überprüfte Daten vorliegen.

Obwohl im Projekt etwa zwei Dutzend Beteiligte mit ganz unterschiedlichem Hintergrund zusammentrafen (Fach- und IT-Bereiche von Henkel sowie pmOne-Mitarbeiter), beschreibt Thoralf Bock als Gesamtverantwortlicher die Atmosphäre im Team als äußerst angenehm und produktiv: „Es war ein sehr innovatives, sehr agiles Arbeiten. Dabei sind alle Deadlines und auch Budgetvorgaben eingehalten worden.“ Mit Blick auf den externen Projektpartner ergänzt er: „pmOne unterstützt uns in vielen Projekten, und wir arbeiten immer wieder gern mit ihnen zusammen. Gemeinsam sind wir ein gut eingespieltes und produktives Team.“

## Zentraler Zugang zu einst verstreuten Werkzeugen

Im Tagesbetrieb liegt der wohl größte Nutzen für die Marketing Key-User in dem zentralen Eintrittspunkt der Lösung. Von dort aus sind die relevanten Daten unmittelbar ersichtlich und können bei Bedarf vertieft dargestellt oder weiter bearbeitet werden. Da sämtliche, vom Fachbereich als wichtig erachtete Quellen angebunden sind, entfällt der Aufwand, sich alles manuell zusammenzusuchen und jeweils einzeln in den verschiedenen Systemen einzuloggen. Dabei ist die Marketing Suite so angelegt, dass weitere Ursprungssysteme hinzukommen können – sofern das im Gesamtarrangement sinnvoll erscheint.




Pascal Houdayer, Corporate Senior Vice President Laundry & Home Care, fasst den Mehrwert der neuen Lösung für den Fachbereich wie folgt zusammen: „Als neue Schnittstelle schafft die Marketing Suite Transparenz in einem Dschungel von Informationen und unterstützt uns dabei, trotz der Masse an Daten die richtigen Entscheidungen zu treffen.“

„Die Zusammenarbeit mit pmOne war eine sehr angenehme, weil hier fachliches und technologisches Wissen zusammentreffen. Die Berater haben sehr schnell verstanden, was die Henkel-Marketeers auf der einen Seite benötigen und was der Konzern an Baukastenstrukturen auf der anderen Seite zur Verfügung stellt. Unter diesen Voraussetzungen haben wir gemeinsam eine attraktive grafische Benutzeroberfläche erstellt.“

**THORALF BOCK**

Consultant Integrated Business Solutions, Henkel

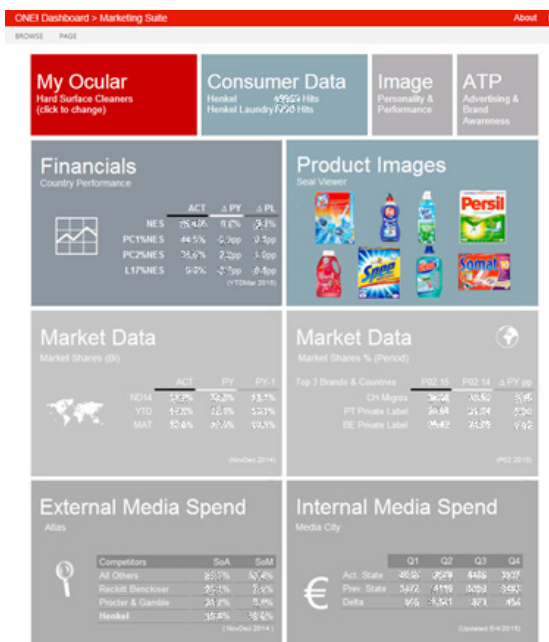
### EINGESetzte PRODUKTE

-  Microsoft BI + SharePoint
-  cMORE/Share
-  cMORE/XL

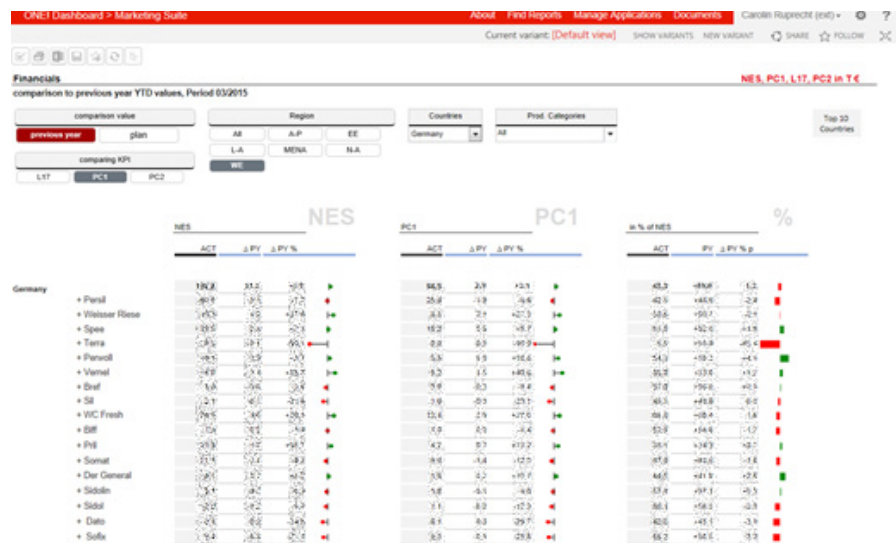
## Nicht suchen, sondern finden

Das neue Dashboard, das international im Einsatz ist, besticht durch Prozesseffizienz und Zeitersparnis. „Man muss nicht erst suchen, man findet“, bringt es Thoralf Bock auf den Punkt. Schließlich bietet die Anwendung den Marketing-Entscheidern quasi alle benötigten Daten auf einen Blick. Und weil Berichte konzeptionell überarbeitet wurden, ermöglicht sie zudem neue Auswertungen. In Zukunft soll es sogar möglich sein, noch mehr Datenvergleiche aufzustellen und Zusammenhänge zu entschlüsseln. Um strukturierte und unstrukturierte Daten zu integrieren, die sowohl aus Henkel-internen Systemen als auch aus dem weltweiten Netz stammen können, wird zudem vermehrt Suchmaschinenteknologie eingesetzt.

„IT muss attraktiv sein“, ist Projektleiter Bock überzeugt. „Genau das ist uns mit dieser Lösung gelungen, denn wir haben dem Marketing mit innovativer Technologie und optimierten Prozessen zu einem schnellen und effizienten Arbeiten verholfen und auf diese Weise ein positives Nutzererlebnis geschaffen.“ Die hohe Attraktivität der neuen Lösung lässt sich auch am Interesse der anderen Unternehmensbereiche ablesen. So hat sich beispielsweise ein Folgeprojekt bei Adhesive Technologies ergeben, bei dem Komponenten, Ideen und sogar ganze Kacheln der Marketing Suite übernommen wurden. Darüber hinaus hat der Unternehmensbereich Beauty Care, der eine ähnliche Lösung im Einsatz hat, einige Inhalte übernommen. Auch ein Team, das derzeit an einer neuen Datenbank für Marktstudien, Kunden- und Verbraucheranalysen arbeitet, orientiert sich an der Marketing Suite. Insgesamt, so die Auffassung des IT-Experten Bock, ist das Gerüst sehr vielseitig im Konzern einsetzbar, so dass noch einige weitere Projekte daraus hervorgehen werden.



Startbildschirm der Marketing Suite: Bereits auf Level 1 wird der Anwender mit ersten Informationen versorgt.



Nur einen Klick entfernt: Detailliertere Informationen stehen übersichtlich aufbereitet in Level 2 bereit.