

ERFOLGSGESCHICHTE:
IP ÖSTERREICH



Die richtige Zielgruppe erreichen.

Unsere Lösung: CRM connected.

Wir vereinen Marketing und Sales bei Österreichs größtem crossmedialen Reichweitenvermarkter.

Und wir lieben es.

navax

navax.com

360 Grad Kundenprofile für eine gezielte Ansprache

Branche: **Professional Services**

Lösung: **Customer Relationship Management (CRM)**

Produkt: **NAVAX CX Packages (Masterdata Hero, Marketing Revolution, Sales Growth)**

Auf einen Blick

- Zwei abgelöste Systeme (alte CRM- und Marketing-Automatisierungs-Software)
- Eine zentrale Plattform, die die Daten mit Event-Management und Marketing-Aktivitäten verknüpft
- Einheitliche, gute Datenqualität
- Anbindung an die Website
- Keine Planungsphase notwendig, direkt in die Umsetzung gestartet
- Zeitersparnis durch höhere Usability und Nutzerfreundlichkeit
- Enorme Effizienzsteigerung: 1 Person statt 3 Personen erstellt ein Segment
- Fazit: mehr Zeit für Wichtigeres und wertschöpfendere Tätigkeiten

Wie alles begann

Bereits vor Microsoft Dynamics 365 arbeitete IP Österreich mit Customer-Relationship-Management (CRM) Systemen. Immer wieder wurde nach neuen Systemen gesucht, die den Anforderungen des crossmedialen Reichweitenvermarkters entsprechen. Im Laufe der Nutzung dieser Systeme stießen sie allerdings wiederholt auf Komplikationen mit der Anbindung an Schnittstellen (z.B. der Website oder der

Marketing-Automatisierungsplattform). Zudem wurde das CRM-System in den einzelnen Abteilungen angesiedelt, aber nicht abteilungsübergreifend gelebt.

Datensilos verschlechterten die Datenqualität

Aufgrund dessen konnten die Daten nicht mit dem installierten CRM und dem System für Marketing-Automatisierung verknüpft werden. Da die Daten in den verschiedenen Abteilungen unterschiedlich gepflegt wurden und es keine zentrale Anlaufstelle für das CRM gab, verschlechterte sich auch die Datenqualität. Das Ergebnis: mehr Probleme als Lösungen. Ein weiterer ausschlaggebender Punkt für den Wechsel war die Benutzerunfreundlichkeit des Alt-systems.

„Die Lust mit dem System zu arbeiten war nicht da, es war sehr mühsam reinzukommen und der Verkauf hatte Schwierigkeiten, die Kundendaten zu pflegen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren verzweifelt, wenn sie damit arbeiten mussten“, erinnert sich Katharina Renner, PR & Kommunikation IP Österreich.

Mit den stetig wachsenden Kundendaten, dem Fokus auf Marketing-Automatisierung und dem steigenden Unwillen der CRM-Nutzer war es an der Zeit, ein neues CRM-System zu

implementieren, das organisch mit dem Unternehmen wächst, sich laufend aktualisiert und eine gute Usability anbietet.

Die Entscheidung 2021: NAVAX als Partner

Obwohl das bisherige CRM noch nicht lange im Betrieb war, entschied sich IP Österreich für einen vierten Anlauf, um das richtige System zu finden. 2021 fiel dann die Entscheidung für die Beauftragung und Implementierung auf NAVAX. *„Wir wollten mit einem Unternehmen zusammenarbeiten, das bereits mit einem Reichweitenvermarkter zusammengearbeitet hat und dadurch weiß, welche Anforderungen bestehen. Wir haben dann von einem anderen NAVAX Kunden einen Tipp bekommen, da sie ebenfalls von dem System und der Zusammenarbeit mit NAVAX sehr begeistert sind. Nach dem Kennenlernermin wussten wir, was damit gemeint war: Wir hatten sofort Vertrauen zu den Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern. Sie sind auf unsere Wünsche und Bedürfnisse eingegangen und konnten alle Fragen kompetent beantworten“,* resümiert Katharina Renner, PR & Kommunikation IP Österreich. Nachdem die Anforderungen zusammengefasst wurden, konnte aufgrund der langjährigen Erfahrung schnell eine passende Lösung gefunden werden: die NAVAX CX Packages bieten IP Österreich ein starkes CRM-Package mit geringer Implementierungszeit. So konnte das Projekt ohne Workshop-Phase starten.



Durch die moderne Ausrichtung auf crossmediale Kommunikation war es dringend notwendig, unsere Kunden- und Partnerkommunikation kanalübergreifend zu steuern und nachzuverfolgen.

Mit NAVAX haben wir einen Partner gefunden, der uns versteht und auf unsere Anforderungen, Bedürfnisse und Wünsche optimal eingeht. Durch die ausgeprägte Branchenerfahrung und die CX Packages konnten wir wertvolle Zeit sparen und ohne Planungsphase sofort in die Umsetzung starten.

Nach nur vier Monaten drückten wir voller Freude den „Go-Live“-Button und arbeiten seitdem täglich mit dem neuen CRM. Das System erleichtert unsere Arbeit maßgeblich und auch die Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen hat sich dadurch merkbar verbessert.

Claudia Ostermann-Schabata
Leitung Marketing & Innovation
IP Österreich

Definition der Anforderungen und Projektstart

Um die Firmendaten für die Integration in das neue System vorzubereiten, wurde eine umfassende Konsolidierung durchgeführt. Es wurden Anforderungsprofile für verschiedene User erstellt und die Berechtigungen geklärt. Kurz danach startete dann die Schulungsphase. *„Nachdem wir bei unserem Mutterunternehmen die Genehmigungen für ein neues System eingeholt haben, ging alles sehr schnell und das System wurde gleich befüllt“*, merkte Katharina Renner begeistert an. Schon nach vier Monaten konnte IP Österreich mit Dynamics arbeiten und das erste größere Projekt damit umsetzen: ein umfangreiches Hybrid-Event mit Streaming.

Gute Zusammenarbeit zeigt erste Erfolge

Gleich der erste Einsatz hat gezeigt, dass das neue System die Anforderungen des Event Managements weitgehend erfüllt. Durch Individualisierungen und die kompetente Betreuung des NAVAX Expertenteams konnten die Anpassungen für das Event Management schnell identifiziert und implementiert werden, sodass sie während der Eventplanung und -durchführung bereits eingesetzt werden konnten.

Das Ziel: Gemeinsame Datenbasis und Marketing-Automatisierung

Mit den NAVAX CX Packages verfügt IP Österreich nun über ein starkes CRM-Paket. Der primäre Fokus lag dabei auf einem ansprechenden und umgänglichen Sales Modul, das das Vertriebsteam dazu animieren sollte, wieder mehr mit dem CRM-System zu arbeiten.

Zusätzlich zur schlechten Usability, hatte das Altsystem auch Kompatibilitätsprobleme mit der Plattform für Marketing-Automatisierung. Die Folge waren generierte Kundinnen und Kunden, die denselben Newsletter mehrmals pro Monat erhielten.

Das Marketing Revolution Package ermöglicht den verschiedenen Usern, die Event-Management Daten mit den

Marketing-Aktivitäten zu verknüpfen und so ein ganzheitliches Bild von ihren Kundinnen und Kunden zu erhalten. So können die Pressemitteilungen (2-3 pro Monat), Pricing Informationen (4-mal pro Jahr), Kundenmailings und Event-Einladungen zielgerichtet an den Kundenstamm versendet werden.

Auch die Website-Anbindung, die den Key Usern wichtig ist, kann mit der NAVAX CX-Lösung gewährleistet werden. Um die vorhandenen Daten in einheitlicher Qualität in das neue System zu überführen, wurden sie vor der Integration bereinigt. Die Herausforderung darin bestand in der großen Datenmenge und schlechten Datenqualität. Aber durch die gute Zusammenarbeit und einem klaren Ziel vor Augen, hat auch dies gut funktioniert.



Für uns im Vertrieb war vor allem die Nutzerfreundlichkeit des CRM-Systems relevant, da wir täglich damit arbeiten. Da ist es besonders wichtig, dass die Oberfläche einfach zu bedienen ist und wir mit wenigen Klicks den gesamten Kommunikationsverlauf in Echtzeit einsehen können.

Durch die hohe Usability hat das Vertriebsteam wieder Freude an der Arbeit mit dem CRM und die Daten werden regelmäßig gewartet. So konnten wir Duplikate und fehlerhafte Datensätze in nur wenigen Schritten eliminieren und die Datenqualität maßgeblich erhöhen.

Simone Ratasich
Verkaufsleitung IP Österreich

Seit
2020

starker Fokus auf:

Crossmediale Kommunikation



Selbst wenn es der 4. Anlauf ist - es sind so viele Anläufe notwendig, bis man keine Kopfschmerzen mehr hat. Bevor man sich müht und ewig darüber nachdenkt, lieber ins kalte Wasser springen und sich trauen - bis man wieder mit Freude ins CRM einsteigt, anstatt mit Angst oder Panik.

Es macht keinen Sinn zu warten, es wird nur immer schlimmer. Es kommen immer mehr Kunden, Produkte, Services dazu und daher ist es umso besser, je früher man startet.

Katharina Renner

PR & Kommunikation, IP Österreich

ÜBER IP ÖSTERREICH

✔ Vermarktungstochter der RTL Deutschland

✔ 63 Mitarbeiter:innen

IP Österreich ist ein führender crossmedialer Reichweitenvermarkter und bedient mit seinem gattungsübergreifenden Portfolio die steigende Nachfrage nach Multichannel Vermarktungsangeboten am österreichischen Markt.

Das Angebot beinhaltet neben TV - linear und non linear, Addressable TV/Connected TV, Digital-Out-Of-Home, Influencer Marketing auch ein hochwertiges Online Portfolio mit u.a. digitalen Produkten der RTL Deutschland sowie Gruner & Jahr.

Reibungslose Umsetzung in vier Monaten dank NAVAX CX Packages

Direkt nach der Konzeptpräsentation im März 2021 startete die Umsetzungsphase. Die zusammengefassten Anforderungen bildeten dabei die Grundlage für die Implementierung der NAVAX CX Packages, die den perfekten Fit boten. Die einzelnen Komponenten wurden in Abstimmung mit IP Österreich an die unterschiedlichen Usertypen angepasst und innerhalb kürzester Zeit wurde das System mit den bereinigten Daten befüllt.

Die Begeisterung für das neue System war groß – bei einer ersten Schulung waren bereits 20 Teilnehmende anwesend. Durch die wachsenden breit gestreuten Userinnen und User aus unterschiedlichen Abteilungen entstanden laufend neue Anforderungen, die durch kleine Erweiterungen erfüllt werden konnten. Im Juni 2021, nach nur vier Monaten Umsetzungsphase, ging das neue CRM-System live. „Den Go-Live haben wir mit einer Flasche Prosecco gefeiert“, freut sich Katharina Renner.

So konnte IP Österreich gleich das erste große Projekt auf dem neuen CRM-System planen und durchführen. Nach dem Prinzip „Learning by Doing“ testeten die Key User aus dem Marketing das Event Management-

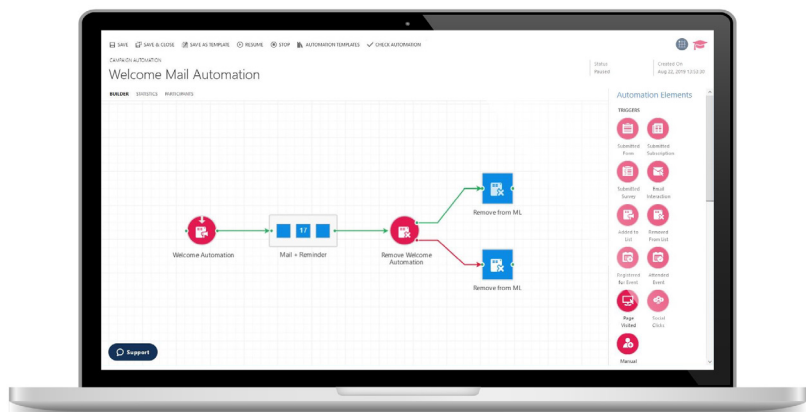
Modul. Gemeinsam mit dem NAVAX Expertenteam wurde eine Customer Journey mit Echtdaten aufgesetzt, die automatisiert Event-Einladungen an die gewünschte Zielgruppe versendet.

Erfolgreiche Feuerprobe und Identifikation neuer Anforderungen

„Als wir den ersten Kundenkontaktverlauf mit echten Personen getestet haben, waren wir sehr erleichtert. Wenn ich jetzt daran denke, spüre ich noch die große Erleichterung, weil wir wussten, dass tatsächlich jeder eine Einladung zu unserem Event bekommt“, erinnert sich Ewa Leutgöb, Senior Marketing Managerin/Events & Kooperationen IP Österreich.

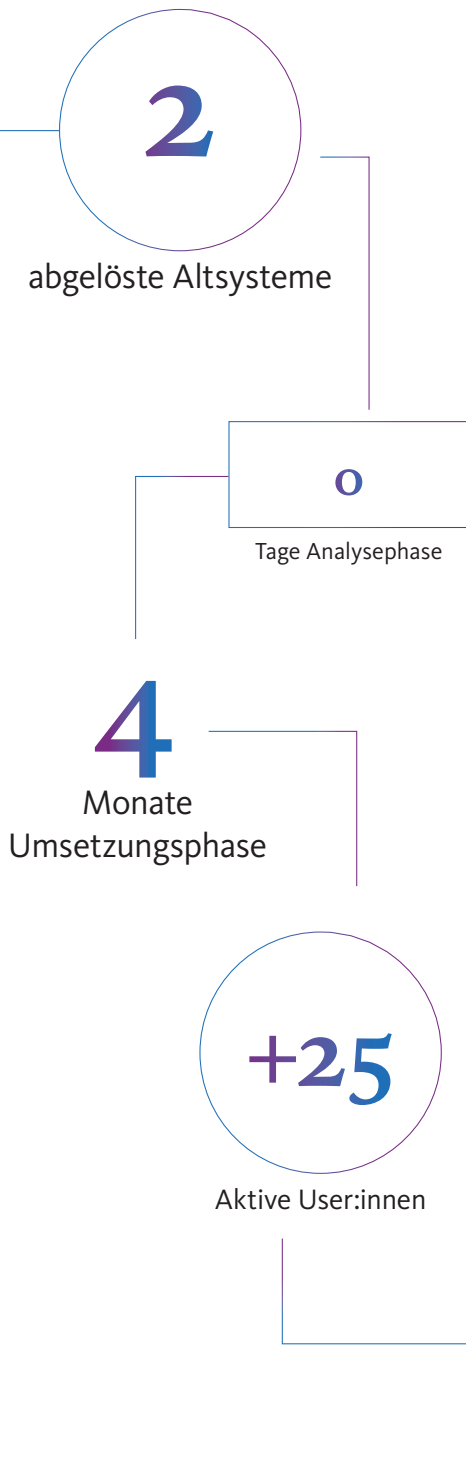
Zusätzliche Erweiterungen für neuentdeckte Anforderungen

Nach der erfolgreichen Feuerprobe wurden auch gleich zwei weitere Events vom Marketing geplant sowie zusätzliche Erweiterungen beauftragt. Ein besonderer Erfolgsfaktor während der Umsetzungsphase war das lösungsorientierte und kollegiale Miteinander, wodurch vor allem bei Fragen und Problemen beim ersten Event schnell und spontan gehandelt werden konnte und immer Lösungen gefunden wurden.



Automatisierte Customer Journey - individuell auf die Bedürfnisse zugeschnitten

Das Projekt in Zahlen und Fakten



Die Freude auf ein neues CRM-System

„Warum wir einen vierten Versuch gestartet haben? Wir sind noch einmal ins kalte Wasser gesprungen, weil wir wussten, dass wir mit Dynamics eine langfristige Lösung gefunden haben. Auch RTL Deutschland arbeitet mit Dynamics und ist sehr zufrieden. Und es war die richtige Entscheidung – sowohl mündlich als auch über Teams und per E-Mail haben sich die Leute bedankt und gefreut. Endlich neue Funktionen, die einem das Leben erleichtern.“, fasst Katharina Renner die Vorfreude zusammen.

Zu Beginn arbeiteten 10 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter operativ mit dem CRM-System, aber schon nach kurzer Zeit erhöhte sich die Userzahl auf 25 und wächst stetig weiter. Nach der Implementierung und Befüllung des Systems ging es daran, das gesamte Team an Bord zu holen und die Verwendung des CRM-Systems wieder zu normalisieren und priorisieren. Der intuitive Systemaufbau, der unter anderem die Pflege der Kundendaten einfacher und übersichtlicher gestaltet, unterstützte die Überzeugungsarbeit des Projektteams zusätzlich.

Was hat sich positiv verändert?

Mit dem neuen CRM-System ist erstmalig ein 360 Grad Kundenblick möglich. Alle relevanten Daten und Informationen zu den Kundinnen und

Kunden sind an einem zentralen Ort zu finden. Der Wechsel zum neuen System wurde auch gleich für die Datenbereinigung genutzt und hat dadurch auch die Datenqualität maßgeblich verbessert. Duplikate und Altdaten wurden somit aussortiert.

Gesteigerte Datenqualität und verbesserte Kommunikation

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten sehr gerne mit dem neuen CRM-System, da es ihre tägliche Arbeit immens erleichtert. „Wenn Sales happy ist, sind wir im Marketing auch happy. Das Wichtigste war zu wissen, dass die Leute endlich wieder damit arbeiten und es nicht mehr meiden“, freut sich Katharina Renner.

Bereits vor der Einführung des neuen CRM-Systems arbeitete IP Österreich daran, die abteilungsübergreifende Arbeit durch die Nutzung von Microsoft Teams zu verbessern. Im Zuge des Projekts wurde eine neue Stelle geschaffen, die für die Kundendatenpflege zuständig ist und eine Schnittstelle zum Marketing bildet. Durch diese internen Anpassungen konnte die Kommunikation bereits optimiert werden. Das neue CRM-System greift diese Verbesserung auf und schafft neue Verbindungen und Erleichterungen für eine bessere, transparentere und abteilungsübergreifende Kommunikation.

1
zentrale
Plattform



„Einen Neukunden wie IP Österreich für uns zu gewinnen, hat uns besonders gefreut, da es sich dabei um einen führenden crossmedialen Reichweitenvermarkter handelt, der mit seinem breiten Portfolio den österreichischen Markt abdeckt. Im Zuge des CRM-Projektes konnten wir zeigen, wie wir in Kombination mit unseren CX Packages individuell auf unsere Kundinnen und Kunden eingehen und unsere Lösungen für kundenspezifische Wünsche rasch und praktikabel anpassen können. Das hat IP Österreich besonders geschätzt.

Vor allem der sehr professionelle und freundschaftliche Umgang miteinander hat die positive Zusammenarbeit stark geprägt. Ein besonderes Highlight war das Miterleben der Erfolge und die Freude der User über das neue System sowie die äußerst rasche Umsetzung in nur vier Monaten.“

Romana Mocnik

Project Lead Customer Experience
der NAVAX Unternehmensgruppe

ÜBER NAVAX

✔ Gründung 1995

✔ Mitarbeiter:innen 250

Wir entwerfen, optimieren und digitalisieren Unternehmensprozesse. Wir setzen auf ein ganzheitliches Qualitätsverständnis, bei dem zufriedene Kunden und engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Zentrum stehen.