

Die CMO-Herausforderungen: Organisation

d3con | 02. April 2019 | Hamburg



VORSTELLUNG

- 01** eCommerce Gründer (1999)
Verkauf an Burda DV (2004)
- 02** Entrepreneur/Vorstand innerhalb des Family-Offices
M. & W. Herz | Tchibo | Blume2000.de AG (2005-2011)
- 03** Gründer von DIGITAL FORWARD, einer der führenden Digital Marketing Unternehmensberatungen für digitale Marketing Audits, Effizienz und Wachstum in Deutschland (Seit 2012).

DIGITAL FORWARD – Was wir tun

Wir sind unabhängige und erfahrene Unterstützer um effizientes und nachhaltiges Wachstum zu erzielen.



UNSERE LEISTUNGEN

DIGITAL
MARKETING
AUDIT

COMMERCIAL
DUE DILIGENCE

DIGITAL
ANALYTICS

TESTING

TECHNOLOGY
UND
AGENTURAUSSWAHL

UMSETZUNG UND
SCHULUNG

A hand is holding a tablet computer. The screen of the tablet displays a business dashboard with various charts and graphs, including a bar chart and a pie chart. The background is blurred, showing what appears to be a desk with other documents or devices. The text is overlaid on the center of the image.

Wer in der digitalen Mediawelt versucht, mit der organisatorischen Aufstellung aus der analogen Welt zu bestehen, wird sich aus der Schlacht um den Kunden verabschieden.

Die digitale Medienwelt ist auktionsbasiert

Das Ende der Economies of Scale im Mediengeschäft



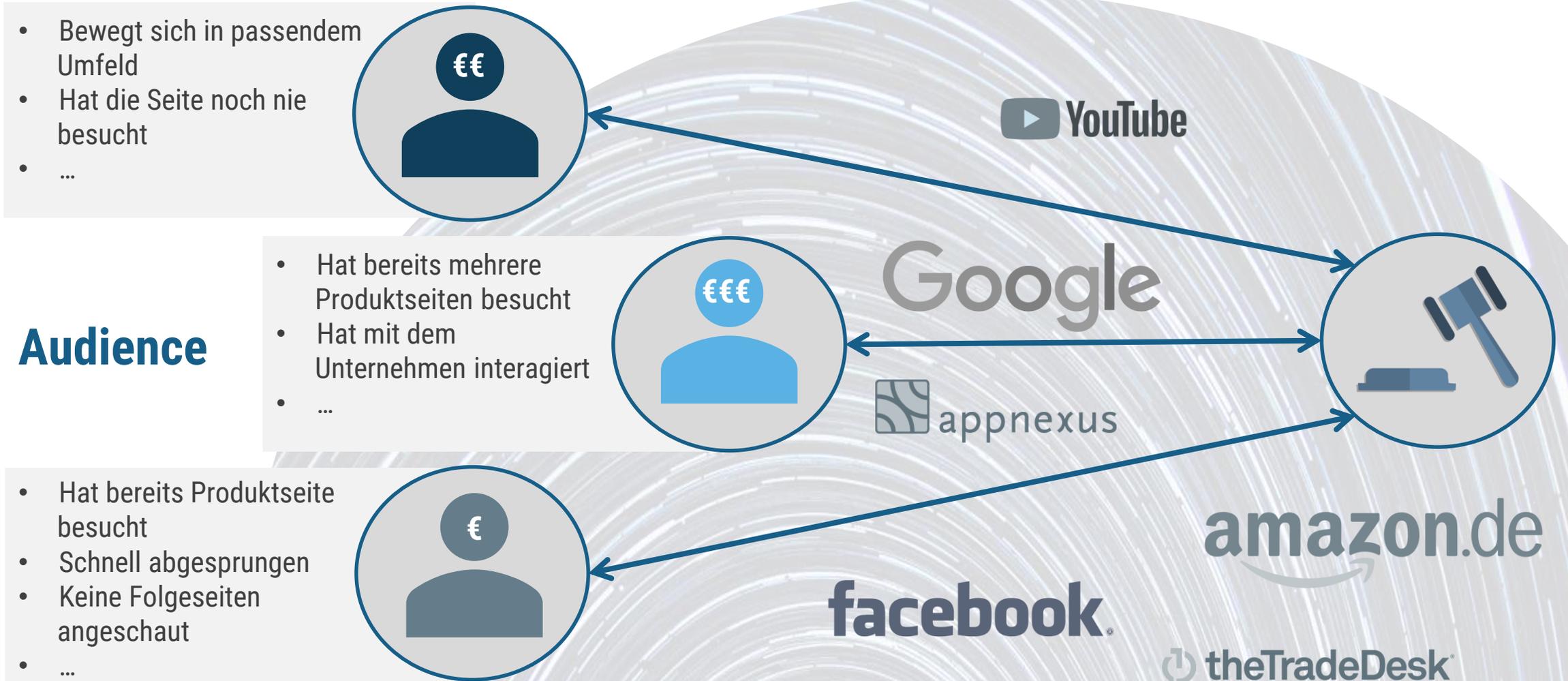
Erfolgskritisch bei der Auktion:
Die Definition des richtigen Gebots
auf sehr granularer Ebene

Gebot:
Die Fähigkeit den möglichen Erfolg
vorherzusagen und das spezielle
Gebot entsprechend zum Volumen
und des zu erwartenden Gewinns zu
optimieren

- Steuerung und Bearbeitung ist sehr komplex und setzt Datenhoheit der Advertiser voraus
- Erfordert hohes Engagement der Advertiser beim Monitoring und der Steuerung
- Begrenzt Wertschöpfungsrahmen für Agenturen
- Muss End-to-End betrachtet werden

Verhaltensbasiertes Bidding

Die Kunst aus Mediaopportunitäten und Verhaltensdaten in Echtzeit das richtige Gebot zu ermitteln



Was sind die herausstechenden Kernunterschiede von Organisationen?

Old Economy

New Economy

Strategie	Reichweite & Marktdurchdringung	Kunden- & vertriebsorientiert
Organisation	Abteilungs- & Kanalsilos	Agil/interdisziplinär, flache Hierarchien
Kultur	Hypothesen-basiert	Testing-basiert
Planungs- & Budgetprozess	Langfristig, kanalbezogen	Kurzfristig, dynamisch
Datehaltung	Interes und externs Datenhandling	Owner aller Daten
Steuerung & Optimierung	Extern, budgetgetrieben	Intern, datengetrieben
Bewertung	Kosten pro Kontakt	Wertbeitrag pro Kunde

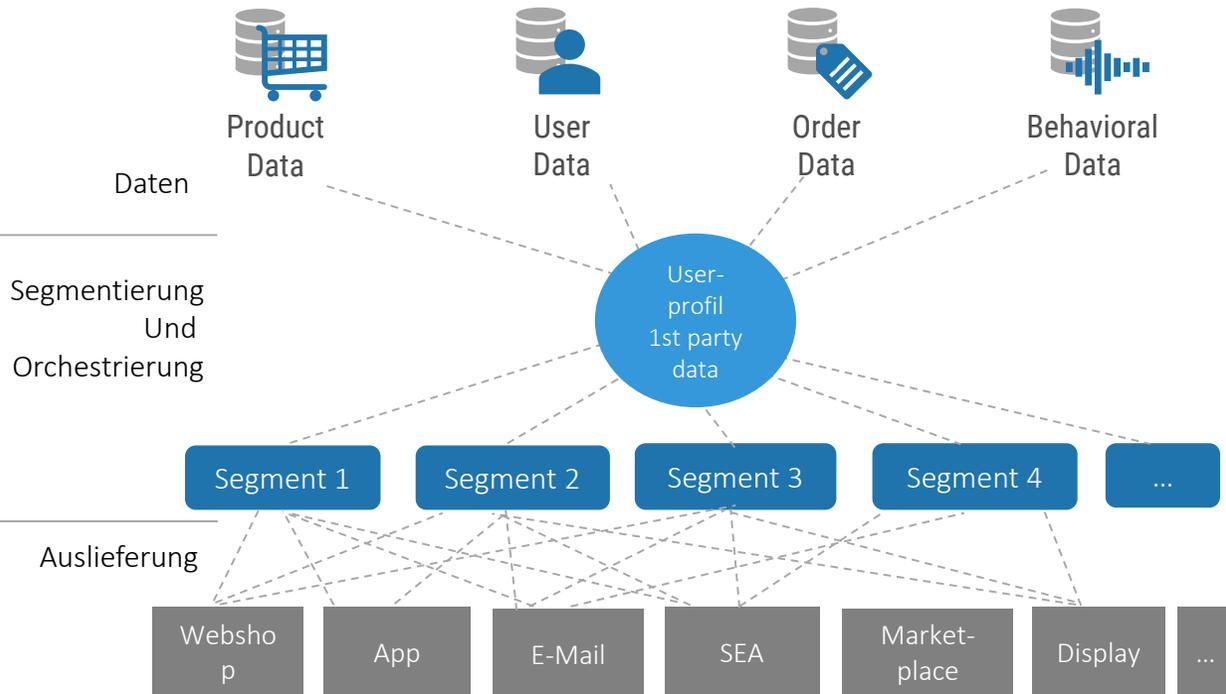
- Planungs-, Bewertungs- und Steuerungskompetenz wird zunehmend beim Advertiser aufgebaut – kanalübergreifend.
- Mediaagenturen kommt immer mehr eine Exekutionsaufgabe zu.
- Interne Prozesse werden abteilungsübergreifend agil gesteuert.



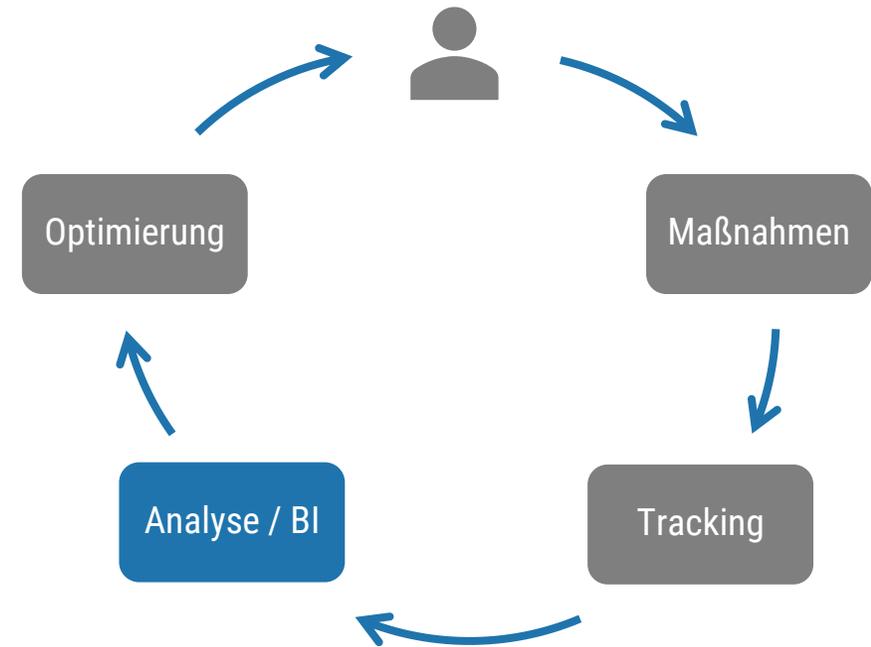
Das „Operating Model“ der Advertiser hat sich durch den Paradigmenwechsel im Mediaeinkauf und der Mediasteuerung grundlegend verändert

Die zentralen Merkmale einer erfolgreichen Organisationsform

Datenhaltung



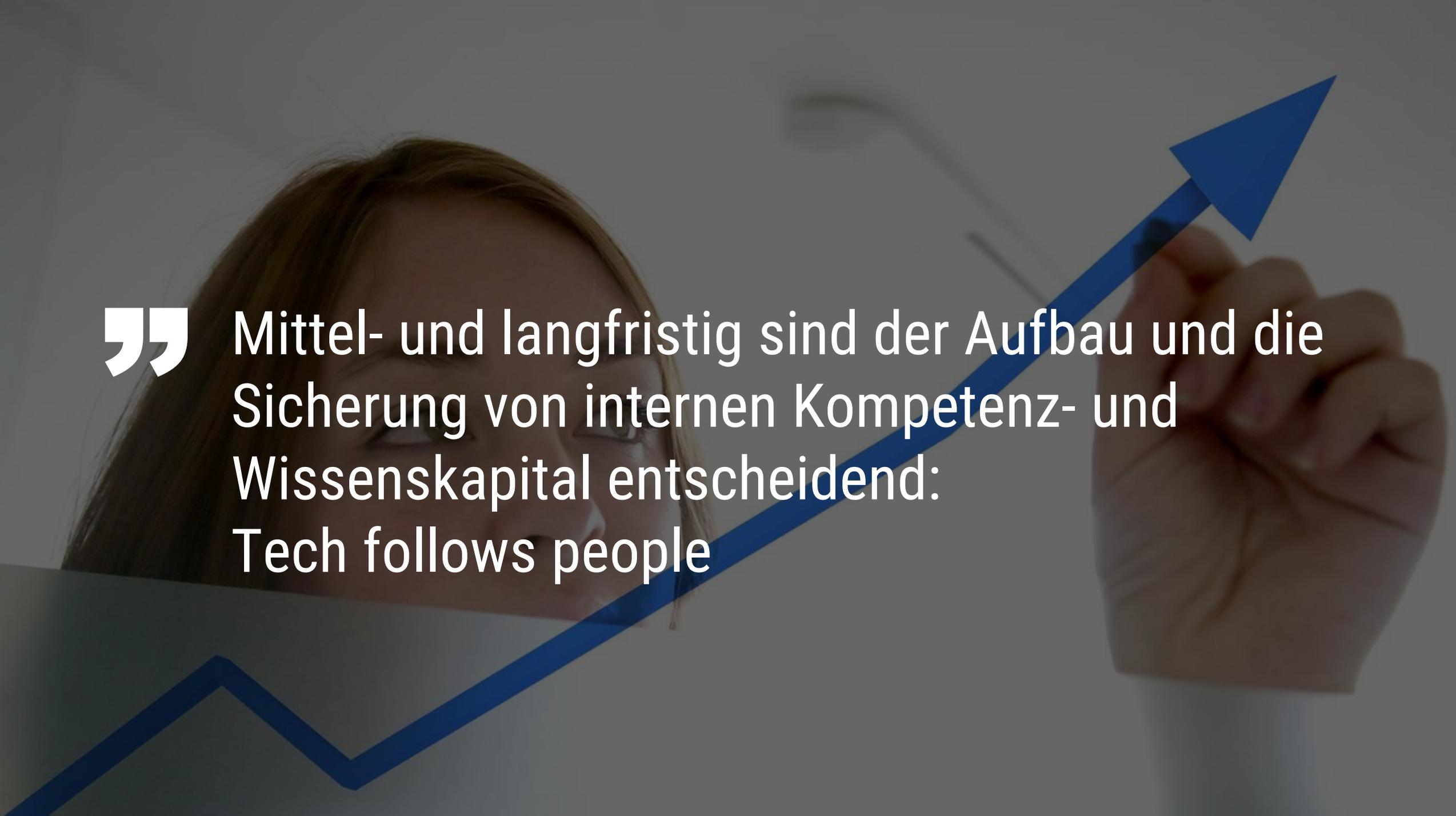
Ablaufprozess



- Zentrale Datenhaltung durch Verknüpfung und Zusammenfassung aller Kunden-, Kampagnen und Verhaltensdaten in einem System
- Integriertes BI in allen Marketing- und Vertriebsprozessen zur Datenanalyse und Ableitung von Optimierungspotenzialen
- Berücksichtigung von Customer Journeys und Bestandskundenraten bzw. Wiederkaufquoten innerhalb des CLV-Managements



Mittel- und langfristig sind der Aufbau und die Sicherung von internen Kompetenz- und Wissenskapital entscheidend:
Tech follows people



Internes Wissens- und Kompetenzkapital sowie Exekutionsfähigkeit

Was sind die notwendigen Bedingungen um diese knappen Ressourcen zu generieren?

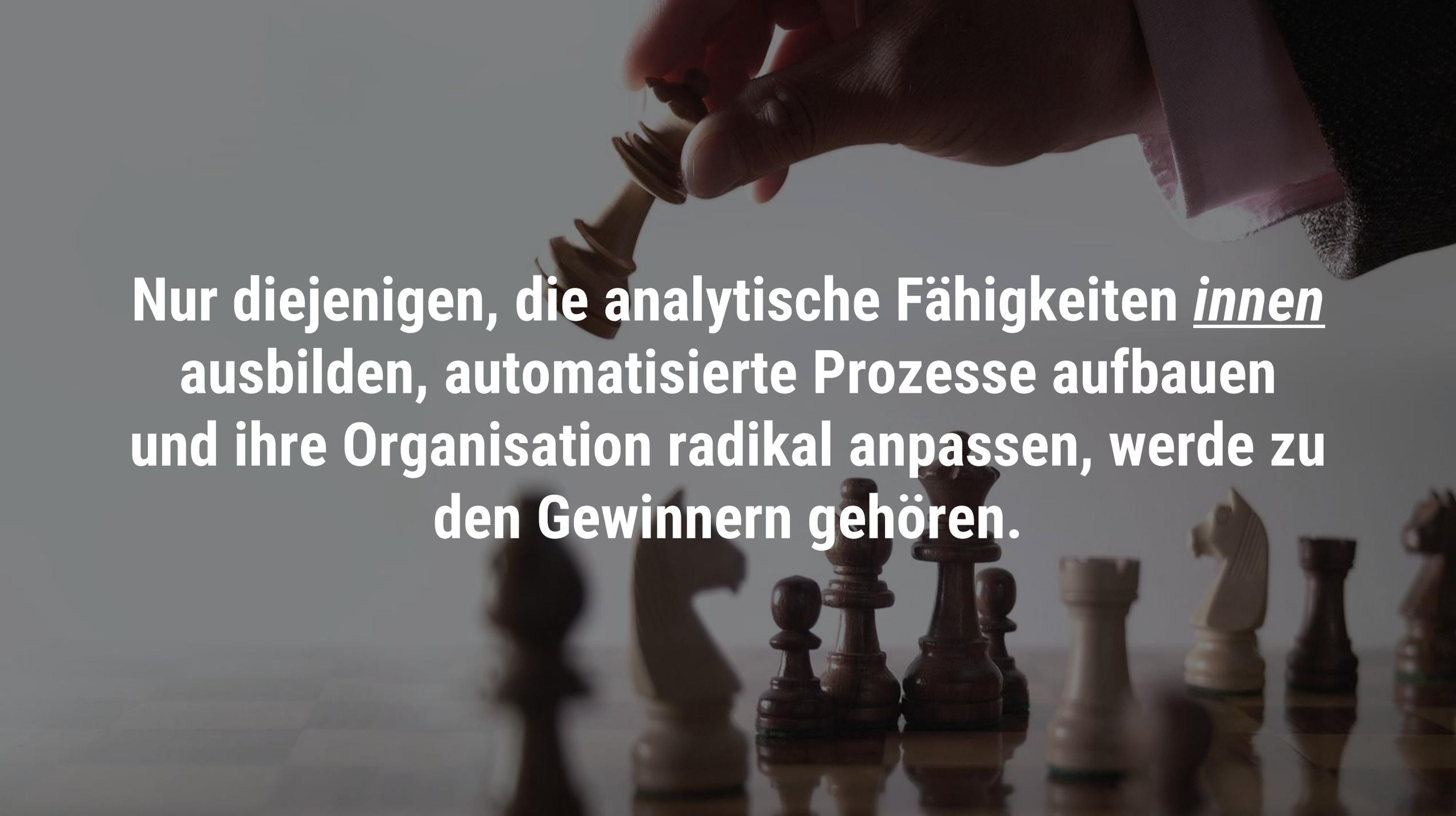
- Gute oder exzellente Digital Architekten ziehen gute oder exzellente Mitarbeiter an
- Datengetriebene Entscheidungen vs. Ansicht des höchsten Einkommens
- Talentierte Menschen müssen in Kompetenz, operationale Erfahrung und intellektuellen Herausforderungen weitergebildet werden

Best practice Beispiele

Project A

FLiXBUS

trivago

A close-up photograph of a hand in a dark suit sleeve moving a wooden chess piece on a board. The background is dark and out of focus, showing other chess pieces on the board. The lighting is dramatic, highlighting the hand and the piece being moved.

Nur diejenigen, die analytische Fähigkeiten innen ausbilden, automatisierte Prozesse aufbauen und ihre Organisation radikal anpassen, werde zu den Gewinnern gehören.

A close-up photograph of a business meeting. Two hands are visible, one holding a pen and pointing at a document with various charts and graphs. The document includes a bar chart, a pie chart, and a line graph. The background is slightly blurred, showing a desk with papers and a chair. The overall tone is professional and collaborative.

Was haben erfolgreiche Advertiser gemeinsam?

Let's put it in a nutshell...

Unternehmenskultur

- Klare Vision
- Ein Minimum an Interessenkonflikten und ein Maximum an Übereinstimmung über alle Hierarchien und Funktionen hinweg
- Zielorientierte, datengetriebene Kultur (not opinion of the highest income)
- Hohe Fehlertoleranz zugunsten hoher Exekutions- und Lerngeschwindigkeit
- Geringe Abhängigkeit von externen Dienstleistern bzw. enge Steuerung dieser

Best practice Beispiele

L'ORÉAL®

Linked in™

SIXT

Organisation I

- Offen, d.h. transparent in Bezug auf Abteilungen/Funktionen
- Keine (Daten/Wissens-)Silos
- Keine Trennung von Marketing und Vertrieb oder Brand und Performance
- BI-unterstützte User- und Kundenzentrierung (CRM und darüber hinaus)
- Zusammenführung Wertbeitrag von Produkt, Media, Zielgruppe und Interface (z.B. App, LP)

Best practice Beispiele

NETFLIX



+Babbel

Organisation II

Softe Faktoren

- Recruiting: Potenzial schlägt Erfahrung
- Selbstbewusste, leistungsorientierte, risiko- und verantwortungsbewusste MitarbeiterInnen
- Zentrale Digital Maßnahmen werden intern bewertet und gesteuert

Harte Faktoren

- Daten und Tech-Stack werden Advertiser-proprietär

Best practice Beispiele

The logo for Amazon Prime, featuring the word "amazon" in black and "Prime" in blue, with the orange arrow logo underneath.The logo for Booking.com, with "Booking" in blue and ".com" in black.The logo for HelloFresh, featuring a green leaf icon followed by the text "HelloFRESH" in green.

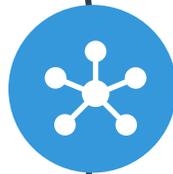
WO STEHEN SIE?



Fließen Verhaltensdaten von Interessenten und Kunden in die Media-Planungs- und Steuerungsprozesse ein oder steuere ich rein kosten- und hypothesenbasiert?



Bin ich Owner der Daten (Cookies), der Attribution und des Tech-Stacks?



Ist mein Budget-Prozess und die -Optimierung agil und kanalagnostisch oder arbeite ich in Organisations-Silos?



Steuere ich die Dienstleister oder lasse ich mich von den Dienstleistern steuern?



Bin ich in der Lage Wissens- und Exekutionsfähigkeit durch eigene Köpfe aufzubauen und weiterzuentwickeln?

Machen Sie unseren Quick
Check und bestimmen Sie
den Media Reifegrad Ihres
Unternehmens!

dfwd.de/quick-check



Vielen Dank!

ANALYSE. OPTIMISE. REPEAT.

WE IMPROVE YOUR DIGITAL SUCCESS.

Erik Siekmann
erik@digitalforward.de
040 609 400 111

DIGITAL FORWARD GmbH
Hohe Bleichen 10
20354 Hamburg

**Die Präsentation zum
Download gibt es hier:**

dfwd.de/cmo-orga

