

Die **KM Media Group** beschreitet mit Adpoint neue Wege in der Multimedia-Werbung

DIE HERAUSFORDERUNG

Alle Verkaufskanäle in eine Lösung zu integrieren und dabei die Komplexität des Multikanal-Verkaufsprozesses sowie die dazugehörige IT-Infrastruktur zu vereinfachen.

DIE LÖSUNG

Einführung von Adpoint um den zielgruppenorientierten Verkauf zu ermöglichen, Prozesse zu vereinfachen und IT-Kosten zu senken.

DAS ERGEBNIS

- Umsatzsteigerung
- Vereinfachte Workflows
- Übersicht Kundenaktivitäten
- Umsatzverfolgung
- Automatisierte prozesse

Seit über 200 Jahren ist die KM Media Group (KMG) die wichtigste regionale Nachrichtenquelle in Kent (UK). Das Unternehmen startete 1717 mit der Lokalzeitung „The Kentish Post“ und erweiterte und diversifizierte sich über die Jahre. Heute ist KMG mit preisgekrönten Nachrichten in den Kanälen Print, Digital, Radio und TV sehr erfolgreich tätig.

Der Schlüssel zum Erfolg des Unternehmens während der vergangenen Jahre war der revolutionäre Zugang zur Multimedia-Werbung. Dabei konzentrierte es sich von Anfang an auf das Potenzial eines zielgruppenorientierten Angebots auf mehreren Kanälen. Ein Technologie-Partner sollte für diese Evolution Fähigkeiten, Wissen und kanalübergreifendes Know-how zur Verfügung stellen. Dieser Partner war Lineup Systems.

DIE HERAUSFORDERUNG

Bis 2014 war das Multimedia-Angebot der Gruppe stark gewachsen und umfasste sieben Radio-Stationen sowie eine rasch wachsende Zahl von Webseiten als Ergänzung zum Print-Portfolio. „Wir sahen eine große Möglichkeit darin, unser Medienangebot zu bündeln und in Verbindung mit unseren Kanälen zum Vorteil unserer Kunden neu auszurichten. Der Verkauf von Radio-Werbung gemeinsam mit

anderen Kanälen eröffnete uns eine interessante Möglichkeit, stellte uns aber auch vor die Herausforderung, unsere auf Print zentrierten Buchungssysteme zu integrieren“, so Duncan Gray, Operations Director der KM Media Group.

Gray und sein Team suchten nach einer Lösung, die es der Mediengruppe ermöglichen würde, alle Verkaufskanäle in eine Lösung zu integrieren und dabei die Komplexität des Multikanal-Verkaufsprozesses sowie die dazugehörige IT-Infrastruktur zu vereinfachen.

„Der Verkauf von Radio-Werbung gemeinsam mit anderen Kanälen bedeutete für uns ein erfolgreiches Geschäft und stellte uns vor die Herausforderung, unsere auf Print zentrierten Buchungssysteme zu integrieren.“

Duncan Gray, Operations Director, KM Media Group



Über KM Media Group

Zeitung geht
zurück ins Jahr
1717

278.000+
Leser

1.600
Print- und Digital-
Anzeigen pro Woche

2.7 Mio.
Unique Visitors
pro Monat

160.000+
Hörer pro Woche
(RAJAR)



DIE LÖSUNG

Ganz auf den Kunden zugeschnittene Werbung

Die Lösung kam in Form von Lineup's Adpoint. Gray schätzt die Tatsache, dass Adpoint nicht wie andere Anzeigenverkaufs-Plattformen, deren End-to-End-Fähigkeiten auf einer Reihe von System-Integrationen basieren, von Anfang an als unabhängige Multimedia-Lösung entwickelt wurde, die für ein reibungsloses Management der gesamten Workflows aller Kanäle sorgt.

Die leistungsfähigen Buchungsfunktionen wurden eingesetzt, um den Verkauf von Werbung für Radio, Digital und Print bestmöglich zu unterstützen. Maßgeschneiderte und vorkonfigurierte Anzeigenpakete wurden mit Hilfe eines neuen Buchungstools bereitgestellt und ermöglichen den Verkaufsteams auch komplexeste Aufträge in Echtzeit zu erfassen. Die sogenannte „Multi-Seller“-Funktion ist nun Teil des Standard-Leistungsumfangs von Adpoint.

Weitere Vorteile ergaben sich für KMG durch die volle Bandbreite der Adpoint-Funktionalität, einschließlich CRM, Abrechnung und Reporting.

WICHTIGSTE PROJEKTANFORDERUNGEN

- 1 **Multikanal-Verkaufsplattform, die Anzeigenverkauf basierend auf Zielgruppen, nicht kanalbezogen, ermöglicht.**
- 2 **Integrierter Prozess von der Buchung bis zur Abrechnung, um den Workflow zu vereinfachen**
- 3 **Hosting in der Cloud und reduzierte IT-Kosten**
- 4 **Altsysteme und Informationssilos durch Einführung einer Plattform abschaffen**

Besonders das in die Lösung integrierte CRM brachte KMG unerwartete Vorteile, denn durch intelligente und wertvolle Verkaufstools wurden höhere Umsätze erzielt.

Die Medien-Erfahrung und die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Lineup trugen zu einer erfolgreichen Umsetzung bei. „Seit wir mit Lineup kooperieren“, so Gray weiter, „ist uns rasch bewusst geworden, dass dieses Unternehmen über großes Know-how im Bereich der Verkaufsprozesse und der Kundenbindung verfügt. Es war erfrischend zu sehen, dass es kaum technische Diskussionen gab. Stattdessen drehte sich alles um den Prozess und darum, wie wir Adpoint einsetzen können, um mit unseren bestehenden Kunden mehr Geld zu erwirtschaften und neue Kunden zu gewinnen.“

KMG ging im Juli 2015 mit Adpoint in Produktion. „Unser Ziel war ein sanfter Übergang in das neue System, um keine Werbung und Umsätze zu verlieren. Das wurde erreicht. Unser internes Team schaffte das neben dem Tagesgeschäft, eine großartige Leistung“, so Gray.

„Seit wir mit Lineup kooperieren, ist uns sehr schnell bewusst geworden, dass dieses Unternehmen über großes Know-how bezüglich der Verkaufsprozesse und der Kundenbindung verfügt. Ist uns rasch bewusst geworden, dass dieses Unternehmen über großes Know-how im Bereich der Verkaufsprozesse und der Kundenbindung verfügt. Es war erfrischend zu sehen, dass es kaum technische Diskussionen gab.

Stattdessen drehte sich alles um den Prozess und darum, wie wir Adpoint einsetzen können, um mit unseren bestehenden Kunden mehr Geld zu erwirtschaften und neue Kunden zu gewinnen.“

Duncan Gray, Operations Director, KM Media Group

DAS ERGEBNIS

Mühelose Effizienz für das ganze Geschäft

Mit Adpoint ist es für KMG nun leichter, Verkäufe auf allen Kanälen zu tätigen. Noch wichtiger ist jedoch, dass es auch für Kunden einfacher wurde, Anzeigen zu kaufen. Millionen Pfund – etwa 15% des Umsatzes – können nun durch kanalübergreifende und vorkonfigurierte Verkäufe realisiert werden. Der Cashflow wurde verbessert und die Vorausplanung für die Finanzabteilung vereinfacht.

Vereinfachte Workflows wie beispielsweise automatisierte Vorauszahlungen trugen dazu bei, die Geschäftsabläufe effizienter zu gestalten. Nach Gray ist damit die Arbeit „so viel einfacher und die Angebotserstellung wurde zu einer Lebensart“.

Die Einblicke, die Adpoint über Analysen und Reports ermöglicht, wurden für KMG zu einem entscheidenden Faktor der strategischen Planung. Verkauf und andere Fachbereiche profitieren ebenfalls davon. „Wir haben jetzt in Echtzeit einen sehr guten Einblick. Wir können Informationen im Grunde genommen so zusammenführen, wie sie gerade benötigt werden.“ so Gray weiter.

„Die von Adpoint gelieferten Daten sind zu 100% exakt und zuverlässig.



Wir erhalten damit die beste Sicht auf Kundenaktivitäten sowie die Performance der Verkaufsteams, die wir je hatten.“

Zuletzt nutzt KMG Adpoint auch jenseits des Anzeigenverkaufs, um die

Umsätze auch anderer Geschäftsfelder nachzuverfolgen, einschließlich Kreativ-Leistungen, Abonnements, Auflagen und Lizenzierung. Damit ist eine holistische und konsistente Sicht auf die Umsatzentwicklung gewährleistet.

Aus der IT-Perspektive betrachtet, ist das System zudem komplett autark. Lineup kümmert sich vollständig um das Hosting, den Support und die Wartung.

Automatisierte Prozesse, in Verbindung mit KMG's gewissenhaftem Kostenmanagement sowie verbesserter Effizienz in allen Betriebsbereichen, führten in den vergangenen Jahren zu einer signifikanten Kostenreduzierung, ein entscheidendes Kriterium für eine verbesserte Kapitalrendite.

KMG nutzt die Vorteile von Adpoint nahezu vollständig und möchte dies noch weiter ausbauen. Zu den Plänen zählen eine verbesserte Umsatzprognose und Lead-Konvertierung. Hierauf beziehend, zeigt Gray auf: „Dieses Projekt wird nie zu Ende sein. Es entwickelt sich stets organisch weiter. Wir arbeiten daran, es den Leuten so einfach wie möglich zu machen, mit uns Geld auszugeben. Das Gute daran ist, dass wir eine Plattform haben, die flexibel genug ist, das zu leisten.“

„Die von Adpoint gelieferten Daten sind zu 100% exakt und zuverlässig. Wir erhalten damit die beste Sicht auf Kundenaktivitäten sowie die Performance der Verkaufsteams, die wir je hatten.“

Duncan Gray, Operations Director, KM Media Group