



SNP SE

„Die erhobenen Web-Daten und die Auswertungen durch Innoplexia ermöglichen uns eine ganzheitliche Sicht auf den digitalen Markt und unsere Wettbewerber. Wir sind durch Innoplexia in der Lage, frühzeitig Trends zu erkennen und über Automatisierung unsere Kampagnen effizienter zu gestalten.“

Dennis Krieger, Chief Digital Marketing Officer

Datenanalyse zur Effizienzsteigerung

Über die SNP SE

Digitale Transformation und die Fähigkeit, schnell auf Veränderungen im Geschäftsumfeld zu reagieren, zählen heute branchenübergreifend zu den erfolgskritischen Faktoren im Wettbewerb. Die SNP Schneider-Neureither & Partner SE unterstützt Unternehmen dabei, ihre IT-Landschaften zu konsolidieren und schnell und wirtschaftlich an neue Rahmenbedingungen anzupassen. Weltweit operiert die SNP SE mit einem Netzwerk von 1.350 Mitarbeitern an 30 Standorten in 14 Ländern und hat bereits mehr als 7.000 Transformation-Projekte umgesetzt. 2016 hatte das Unternehmen einen Umsatz von 81 Mio Euro.

Die Herausforderung

Die SNP SE ist in den vergangenen Jahren stark gewachsen und hat sich zunehmend internationalisiert. Um der neuen Größe gerecht zu werden und den Überblick, sowohl über Marketing- als auch über Vertriebsaktivitäten weltweit, nicht zu verlieren, war die SNP SE auf der Suche nach einer Lösung, die sämtliche Kampagnen und Folgeprozesse einheitlich abbildet und die bis dato eingesetzten Tools zusammenbringt: Ziel war es, den Marketing-Return-on-Investment sowie den gesamten Sales-Funnel – vom Lead bis zum Neukunden - lückenlos darzustellen und dabei auch auf die länderspezifischen Gegebenheiten einzugehen.

Die Lösung

Mit Hilfe der Vorgaben der SNP Gruppe hat die Innoplexia hierfür ein umfassendes Dienstleistungspaket bestehend aus Dashboard, Alerting und Handlungsempfehlungen entwickelt, das nicht nur alle SNP-internen Daten vereint, sondern auch die externen, von Innoplexia erhobenen Web-Marktdaten mit einbezieht. Durch das Zusammenführen und Analysieren dieser verschiedenen Datenquellen ist es der SNP SE nun möglich, den Wettbewerb gezielt zu beobachten und Konsumenten-Trends frühzeitig zu erkennen. Durch letzteres können Kampagnen gezielt auf die In-

teressen des digitalen Konsumenten abgestimmt werden: Die richtigen Personen werden zur richtigen Zeit, am richtigen Ort, mit der richtigen Aussage adressiert. Hierdurch wird vorhandenes Budget effizienter eingesetzt und letztendlich signifikant mehr Neukunden gewonnen. Zu guter Letzt hilft das Dashboard der SNP dabei, die internen Prozesse sowie die Kommunikation zwischen den Abteilungen zu optimieren.

Während Innoplexia anfangs nur den deutschen Markt beobachtete, finden die Webmarkt-Scans mittlerweile auch im internationalen Setting statt, sodass die SNP SE nun auch auf länderspezifische Marktunterschiede reagieren kann und auch internationale Marketingaktivitäten noch gezielter geplant, umgesetzt und beobachtet werden können. Auch in Zukunft soll die Zusammenarbeit weiter ausgebaut werden: Die beiden Unternehmen wollen das Thema Marketing Automation weiter vertiefen und hier auf das KI-Know-how der Innoplexia zurückgreifen.

Die Vorteile

- ✔ Individuell entwickelte Metriken in maßgeschneidertem Dashboard
- ✔ Alle relevanten Kennzahlen auf einen Blick
- ✔ Übersichtliche Darstellung der Kennzahlen
- ✔ Granulare Daten dank simpler Filterfunktionen
- ✔ Maximale Handlungsnahe
- ✔ Effizientere Budget-Steuerung
- ✔ Frühzeitiges Erkennen von kundenseitig stark nachgefragten Themen

Weitere Informationen

Über SNP SE unter www.snpgroup.com
Über Innoplexia GmbH unter www.innoplexia.com

Innoplexia GmbH

Speyerer Str. 4 | 69115 Heidelberg | Deutschland | Tel.: +49 6221 71980-33 | Email: info@innoplexia.com | © 2017 Innoplexia