Marketing mit Meisterbrief

E-MASTERS OPTIMIERT LOKALE MARKENFÜHRUNG Um die Mitarbeiter von zeitraubenden Routineaufgaben zu entlasten und dank automatisierter Prozesse mehr Zeit für die kreative Beratung der Mitgliedsbetriebe zu haben, nutzt e-masters, eine Kooperation für Marketing- und Serviceleistungen in der Elektrobranche, ein webbasiertes Marketingportal. Damit hat sich nicht nur die Effizienz des eigenen Marketingteams verbessert. Auch die Elektrobetriebe können verschiedene analoge und digitale Werbemittel individuell gestalten und im lokalen Raum zielführend ausspielen.

AUF EINEN BLICK

MARKETINGMASSNAHMEN GEHÖREN IN DEN ALLTAG auch von Elektrohandwerksbetrieben und erfordern ein eigenes Zeit- und Finanzbudget

UNTERSTÜTZUNG BEI DER DURCHFÜHRUNG von Marketingaktionen bietet z. B. der Mitgliederservice von e-masters, der Dank eines neues Marketingportals nun schneller und effektiver arbeiten kann

Der Marketing-Service-Kooperation e-masters mit Hauptsitz in Hannover gehören rund 2700 kleine und mittelständische Unternehmen aus den Bereichen Elektrofachhandel, Elektrohandwerk und Multimedia an. Als Tochtergesellschaft von Mitegro, einer Großhandelskooperation mittelständischer Elektrofachgroßhändler in Deutschland und Österreich, fungiert e-masters als Bindeglied zwischen seinen Mitgliedsbetrieben, relevanten Industriepartnern und dem Fachgroßhandel.

Seit 2012 firmiert die Organisation unter der Dachmarke e-masters. Der neue Name bringt das Selbstverständnis als die in Deutschland führende Kooperation für Marketing- und Serviceleistungen in der Elektrobranche zum Ausdruck. Der unverwechselbare Markencharakter dient den einzelnen Mitgliedsunternehmen als starkes Aushängeschild in der Außenkommunikation. Zum Dienstleistungsangebot von e-masters gehört neben der Entwicklung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen auch, die Mitglieder bei der Umsetzung einzelner Aktionen oder kompletter Kampagnen im lokalen Umfeld zu beraten und zu unterstützen. Für möglichst einfache und effiziente Prozesse in der bedarfsgerechten Werbemittelgestaltung und -anpassung nutzt die Marketing-Service-Kooperation das individuell angepasste Marketingportal von marcapo.

Lokale Markenführung war ineffizient

Vor Einführung des Marketingportals gab es bei e-masters verschiedene Werbemittelvorlagen, die jedoch viele Abweichungen zuließen. Das verwässerte einerseits das Corporate Design, andererseits waren die Mitarbeiter gefordert, einzelne Werbemaßnahmen manuell zu bearbeiten und individuell zu gestalten. In Anbetracht von 2700 Mitgliedsbetrieben war die Vielzahl der lokalen Anpassungen somit sehr zeitaufwendig und damit äußerst ineffizient. Hinzu kam, dass die Marketingmitarbeiter mit Standardaufgaben, etwa der Bereitstellung individuell gestalteter Drucksachen wie Visitenkarten und Briefumschlägen, stark ausgelastet waren. Um Adressaufkleber oder Kalender an die Wünsche der Mitgliedsbetriebe anzupassen, hat das Marketingteam von e-masters die Bestellungen in einer Excel-Liste gesammelt und den Auftrag dann manuell an die Druckerei übergeben. »*Damit war eine Person schon mal zwei Monate beschäftigt*«, erinnert sich *Janine Rheinfeld*, Mitarbeiterin im Marketingteam bei e-masters. »*Um unsere eigentliche Arbeit, die kreative Unterstützung der Mitglieder, konnten wir uns kaum kümmern.*«

Quelle: e-masters (alle Bilder)

Bild 1: Über das Marketingportal von marcapo können die e-masters-Betriebe sämtliche Werbemittel individualisieren

Bild 2: Die Mitgliedsbetriebe können jegliche Drucksachen im Corporate Design der Marke lokal anpassen

Bild 3: Ein Beispiel für die Leistungsstärke des Marketingportals ist die Initiative »Intelligent modernisieren«

Erfahrung ist entscheidend

Im Rahmen der Anbieter-Evaluierung hat e-masters zunächst eine Shortlist erstellt, und marcapo dann zu einem Workshop eingeladen. Bei dieser Gelegenheit haben die Experten für lokale Markenführung den Status quo analysiert und erörtert, wie sich der Marketing-Service-Prozess mithilfe eines Marketingportals automatisieren und effizienter gestalten ließe. »*Letztlich haben wir uns für marcapo entschieden, weil das Unternehmen sehr erfahren ist, wenn es darum geht, die Prozesse der lokalen Markenführung zu vereinfachen und zu optimieren*«, so *Jens Gorr*, Geschäftsführer von e-masters. »*Zudem kennt sich marcapo in unserer eigenen Zielgruppe, den kleinen und mittelständischen Betrieben, bestens aus. Darum waren wir davon überzeugt, in marcapo den richtigen Partner für eine optimierte lokale Markenführung gefunden zu haben.*«

Prozesse automatisieren

Ein großer Vertrauensvorschuss, denn die Anforderungen von e-masters waren recht hoch. e-masters wollte die eigenen Mitarbeiter von zeitraubenden Standardaufgaben entlasten und die vorhandenen Marketing-Ressourcen besser nutzen, um mehr Zeit für die strategische und kreative Beratung der Mitglieder zu haben. Von der Prozessautomatisierung erhoffte man sich einen weiteren wesentlichen Vorteil: »*Wir wollten, dass unsere Dachmarke auf Basis eines überregional einheitlichen Auftretens der Mitglieder sichtbarer und bekannter wird*«, sagt Geschäftsführer *Gorr*.

Daneben gab es eine Reihe technischer Anforderungen, die marcapo bei der Implementierung und Konfiguration des Marketingportals berücksichtigen musste: e-masters wünschte sich eine Synchronisation externer Daten mit der eigenen Datenbank. Hierfür sollten beispielsweise die Partner-Logos zunächst auf einen FTP-Server hochgeladen und von dort in das Portal importiert werden. Auch wollte e-masters die Hoheit über wichtige Informationen wie Stammdaten oder Logos behalten.

Einfache und intuitive Nutzung

Nach der reibungslosen Implementierung ist auch der Umgang mit dem intuitiv bedienbaren Marketingportal im mitunter stressigen Alltagsgeschäft sehr unkompliziert (**Bild 1**). Von den 2700 Mitgliedsbetrieben arbeiten etwa 50 % regelmäßig mit der Software. Da die Elektriker zuvor eine persönliche Beratung gewohnt waren, gestaltete sich die Umstellung auf automatisierte Prozesse anfangs recht schwierig. Aber auch das löste e-masters geschickt: Kurz nach Einführung des Portals durften alle Elektrofachbetriebe eine kostenlose Kampagne durchführen. Damit war das Risiko, etwas falsch zu machen, gleich null. Nach den ersten Erfolgen sind viele Anwender von den Vorteilen der Software überzeugt und setzen Aktionen selbstständig um.

Templates individuell anpassen und lokal ausspielen

Hierfür können sie auf rund 50 digitale und analoge Werbemittelvorlagen zugreifen – von Visitenkarten und Kalendern über Anzeigen, Flyer und Großplakate bis hin zum Online-Präsenzmanagement. Die Templates dürfen sie für ihren Zweck in einem vorgegebenen Rahmen stellenweise anpassen. Die Möglichkeit, Großplakate lokal zu buchen, hatten die Fachbetriebe zuvor nicht. Heute können sie beispielsweise Flyer stärker individualisieren und verschiedene lokale Verteilungsservices nutzen, etwa für Zeitungsbeilagen. Das hat sowohl die Bekanntheit des Elektroprofis vor Ort spürbar gesteigert als auch die von e-masters selbst. Großen Wert legt e-masters auf eine überzeugende Präsentation der Betriebe. Über das Marketingportal können alle Mitglieder auf die Dienste von bundesweit 90 professionellen Fotografen zugreifen, die die lokale Unternehmung einschließlich Mitarbeitern, Produkten und Räumlichkeiten unter der Berücksichtigung des Corporate Designs von e-masters in Szene setzen (**Bild 2**).

Nutzer- und rollenspezifischer Zugriff

Neben den Mitgliedsbetrieben dürfen auch rund 50 regionale, entsprechend geschulte Fachberater des Fachgroßhandels auf das Portal zugreifen. Um eine bedarfsgerechte Betreuung sicherzustellen, können die Berater relevante Informationen, wie etwa Nutzungsstatistiken, zweckgebunden einsehen. Nicht zuletzt nutzen auch die Mitarbeiter von e-masters das Portal, um die Mitglieder in lokaler Markenführung, Werbung und Marketing fachmännisch zu beraten und zu unterstützen. Wie gewünscht, entlastet die Software das Team von zeitaufwendigen Standard- und Routineaufgaben. Damit können sich die Anwender noch stärker auf die persönliche Betreuung und Beratung der Mitgliedsbetriebe fokussieren. Bei neuen Aktionen oder besonders umfangreichen Kampagnen setzt e-masters auf die Unterstützung der Werbeberater von marcapo.

Erfolgreiche TV-Kampagne

Ein Beispiel für die Leistungsstärke des Marketingportals ist die Initiative »Intelligent modernisieren« – ein Projekt, das die Werbeberater von marcapo aufgrund des Umfangs und der Relevanz tatkräftig begleitet haben (**Bild 3**). Dreh- und Angelpunkt der Kampagne war und ist eine Ratgeber-Webseite zu den Themen Elektroinstallation und -technik nach modernen Standards und gemäß den gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Energieeffizienz. Der zweite zentrale Baustein waren insgesamt drei TV-Kampagnen. Die aktuellste lief von Ende Oktober bis Ende November 2017. Hier wurden vier verschiedene Werbespots über 1800 Mal auf 17 deutschen Fernsehsendern ausgestrahlt. Um die Initiative herum hat e-masters verschiedene Kommunikationspakete geschnürt, wie etwa ein Print- und ein Out-of-home-Paket. Zu den Print-Maßnahmen, die die Mitgliedsbetriebe bedarfsgerecht in-

DOWNLOAD

Tipps und Entscheidungskriterien zur Auswahl eines Marketingportals gibt das E-Book »So gelingt lokale Markenführung«, das unter

https://www.marcapo.com/unternehmen/publikationen/download-e-book-lokale-markenfuehrung.html?utm_source=ebook&utm_medium=pr&utm_campaign=mh

kostenfrei zum Download bereitsteht.

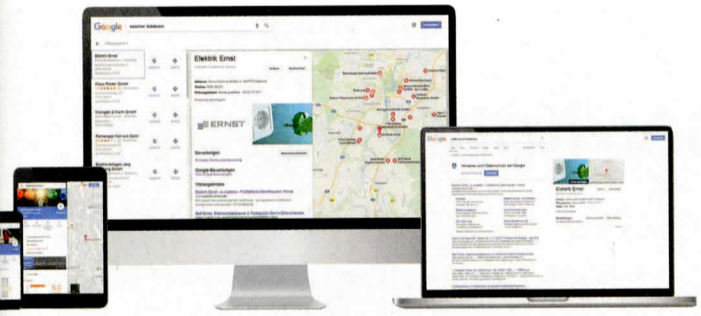

Bild 4: Für das automatisierte Online-Präsenzmanagement können die Elektrobetriebe ein umfassendes Abonnement abschließen

dividualisieren und lokal schalten beziehungsweise selbst verteilen oder verteilen lassen durften, zählten unter anderem eine sechsseitige Informationsbroschüre und ein Großplakat, während die Aktionen im Bereich Außenwerbung auch die lokale Nutzung eines Ausstellungsmobils beinhalteten. Um die Mitglieder zur Teilnahme zu motivieren, hat nicht nur e-masters die einzelnen Maßnahmen mit Werbekostenzuschüssen subventioniert, sondern auch der Fachgroßhandel hat seine Top-Kunden finanziell unterstützt. Auf die Kampagne hat e-masters viel positives Feedback erhalten. Insbesondere die optische Aufmachung der Maßnahmen und die Individualisierungsmöglichkeiten sind bei den Mitgliedsbetrieben gut angekommen.

Schrittweise zum Marketing-Meister

Entsprechend positiv bewertet *Marco Lühmann*, Bereichsleiter Marketing und Kommunikation bei e-masters, die Zusammenarbeit mit marcapo: »*Rückblickend war unsere Entscheidung für marcapo absolut richtig.*« Eine weitere Zusammenarbeit ist definitiv geplant, auch um das Werbemittelangebot kontinuierlich zu erweitern. Zuletzt hat man als neues Angebot für die Mitglieder das Online-Präsenzmanagement implementiert. Dabei geht es in erster Linie darum, die Elektrobetriebe vor Fehlern im Internet zu schützen. Denn viele kleine und mittelständische Unternehmen wissen nicht, wie sie sich im Internet richtig präsentieren sollen. Auch hier stehen Einfachheit, Komfort und Effizienz im Vordergrund. Die Mitglieder können ein Abonnement abschließen, das neben der Prüfung und Pflege verschiedener Online-Profile inklusive »Google My Business« auch eine etwaige Fehlerbehebung umfasst – und das alles völlig automatisiert (**Bild 4**). Als nächstes wird e-masters das Thema Sport-Sponsoring in Angriff nehmen. Hier ist geplant, Werbung auf den Trikots von Sportmannschaften zu platzieren. Schon heute kann e-masters ein positives Fazit ziehen. »*Unsere Ziele, effizienter zu arbeiten und die lokale Bekanntheit unserer Marke sowie die unserer Mitglieder zu steigern, haben wir erreicht*«, resümiert *Lühmann*. Dank marcapo wird e-masters seinem eigenen Claim »Besser geht nicht.« nun auch in der lokalen Markenführung gerecht.

AUTORIN

Katja Dreißig
Möller Horcher Public Relations GmbH, Offenbach

de BUCH
www.elektro.net

FACHWISSEN FÜR UNTERWEGS

Der doppelseitig bedruckte, auffächerbare Riegel eignet sich hervorragend, um schnell etwas nachzuschauen, das man gerade nicht griffbereit hat. Er hilft auch, vorhandenes Wissen durch Wiederholung zu vertiefen.

Enthalten sind wichtige Tabellen und Abbildungen zu den Themen:

- Analog-Anschluss (TAE),
- ISDN-Anschluss,
- Datenübertragung,
- Auftragsorganisation,
- Normenauswahl,
- WLAN,
- PowerLAN,
- jetzt neu: alles zu den Techniken ADSL und VDSL.

Ihre Bestellmöglichkeiten auf einen Blick:

	Fax: +49 (0) 89 2183-7620
@	E-Mail: buchservice@huethig.de
	www.elektro.net/shop

Hier Ihr Fachbuch direkt online bestellen!

de das elektrohandwerk www.elektro.net

Hüthig GmbH, Im Weiher 10, D-69121 Heidelberg, Tel.: +49 (0) 800 2183-333