



CASE STUDY

DE

Global Data Intelligence & Revenue-Based Reporting

Ein globaler Systemanbieter für Industrietechnik schafft transparente
Datenbasis bis zum SAP-Umsatz

INDUSTRIEAUTOMATION & MASCHINENBAU

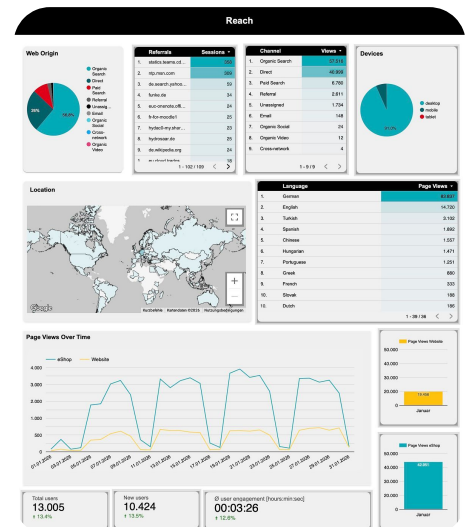
> 9.000 MITARBEITER

mellowmessage | measure – Belastbare Daten & Transparente Performance

Der Auftrag: Aufbau einer skalierbaren Reporting-Logik für digitale Marketing-Kanäle

Der Kunde investierte stark in den Aufbau neuer digitaler Marketing-Kanäle, um im Wettbewerb mit digitaler Sichtbarkeit hervorstechen zu können. Die historische Infrastruktur sollte vollständig abgeschaltet werden, und Kanäle (Website, eShop, Social Media, Online Tools) neu und agil nach dem MVP-Prinzip aufgebaut werden. Der Bereich Tracking & Reporting sollte stufenweise und skalierbar mitwachsen.

Das Ziel war nicht, nur eine hohe Anzahl von Daten zu sammeln – sondern Transparenz bis hin zum SAP-Umsatz zu schaffen und alle Marketing-Verantwortlichen weltweit auf gemeinsame Standards zu vereinen.



Beispiel Live-Dashboard: Detail Reporting (Werte geändert)

Zentrale Projektziele:

01

Zielbild definieren

Klärung der grundlegenden Business-Fragen, die das Reporting beantworten soll.

03

SAP-Umsatz darstellen

Transparenz über den monetären Wertbeitrag der digitalen Kanäle bis hin zum SAP-Umsatz herstellen.

Über den Kunden

Der Kunde ist ein weltweit agierender Konzern mit über 9.000 Mitarbeitern. Er entwickelt und vertreibt Komponenten und Systeme für diverse Industriebranchen im Bereich Industrieautomation und Maschinenbau.

02

Skalierbare Reporting-Logik

Skalierbare Reporting-Logik nach dem RACE-Modell (Reach – Act – Convert – Engage) aufbauen.

04

Globales Enablement

Internationale Länder-Teams nicht nur technisch onboarden, sondern zu echter Datennutzung befähigen.

Die Herausforderungen

- Gefahr der Daten-Beliebigkeit: Zu viele Daten auf Vorrat, ohne deren Nutzen zu kennen
- Fehlende globale Standards für Tracking und Reporting
- Kanalevolution: Änderungen und Neuerungen in der technischen sowie contentseitigen Umsetzung der Kanäle kontinuierlich kennen und berücksichtigen
- Globales Change Management: Neue Standards müssen von Länder-Teams nicht nur technisch umgesetzt, sondern verstanden und gelebt werden
- Skalierbarkeit: Jeder neue Länder-Rollout digitaler Kanäle erfordert ein flexibel erweiterbares Tracking- und Reporting-Setup.



Die Lösung

Question-Based Analytics & Global Enablement

Statt „Tracking alles, was geht“ wurde konsequent konzipiert: Was will das Management wissen? Was braucht der Spezialist? Erst nach dieser Klärung erfolgte die technische Umsetzung. Ein massiver Fokus lag auf Schulung und Befähigung als zentralem Change-Management-Hebel.

1

Zielbild & Konzept

Definition der Business-Fragen und Konzeption des Tracking- und Reporting-Setups

2

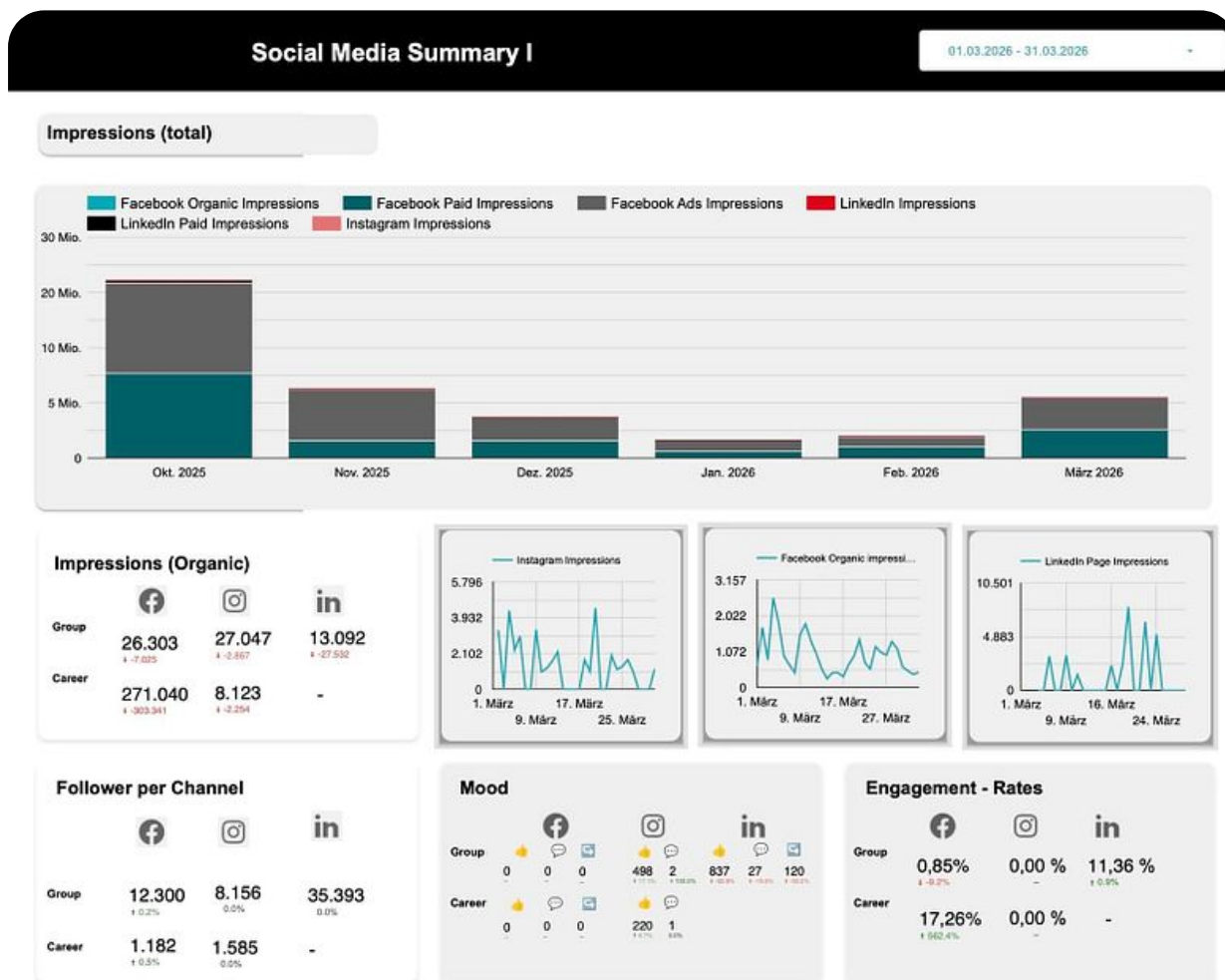
Technische Umsetzung

Einheitliches Conversion-Setup, Implementierung in bestehende Systemlandschaft, SAP-Revenue-Integration

3

Governance & Enablement

Entwicklung eines UTM-Tools zur Vereinfachung der komplexen Tracking-Logik, Schulung für internationale Ansprechpartner



Beispiel Live-Dashboard: Management Summary (Werte geändert)

Projektergebnisse im Überblick

Management Summary Dashboard

Detail-Reporting für Marketing Manager

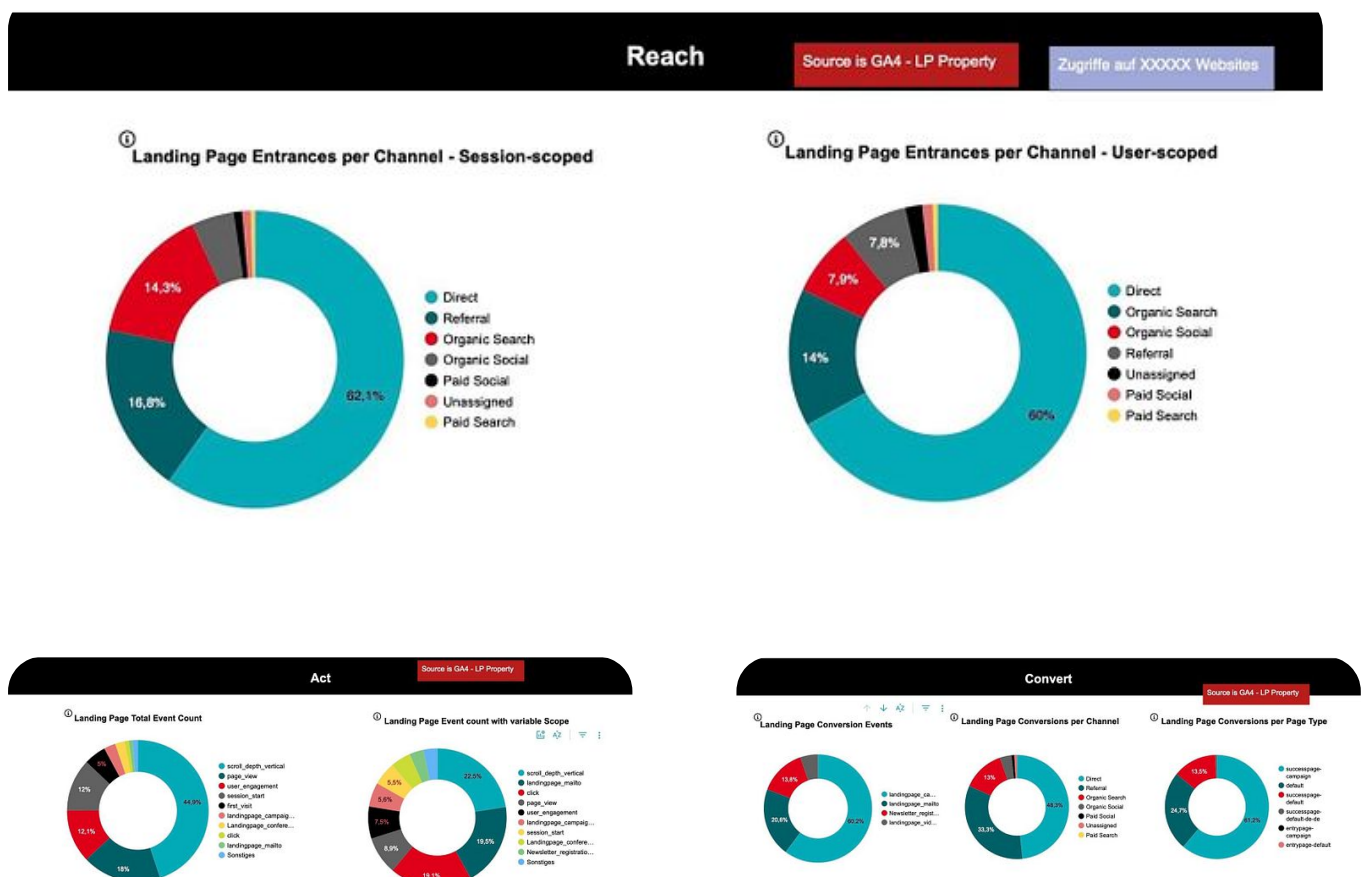
Tracking-Konzept & GTM-Umsetzung

SAP-Revenue-Integration

Custom UTM-Tool zur Fehlervermeidung

Internationale Schulungssessions

Durch den fragebasierten Ansatz entstand eine durchgängige Entscheidungsgrundlage – nachvollziehbar vom ersten Web-Touchpoint bis zum finalen SAP-Umsatz.



Beispiel Kampagnenreporting (Werte geändert)

Leistungen & Features



Entwicklung von zwei Reporting-Ebenen in Google Looker Studio (Management Summary & Detail-Reporting)



Definition von Naming Standards und einheitlichem Conversion-Setup



Umsetzung im Google Tag Manager und Implementierung in die Systemlandschaft



Einrichtung diverser Konnektoren zur Datenaggregation (z.B. aus Social-Media-Plattformen)



Verknüpfung der Web-Touchpoints mit monatlichen SAP-Umsatzdaten (eCommerce/Sales)



Aufbau einer skalierbaren Reporting-Logik nach dem RACE-Modell



Entwicklung eines Custom UTM-Tools zur Vereinfachung der Tracking-Logik und Fehlervermeidung



Intensive Schulungssessions zum globalen Onboarding der internationalen Ansprechpartner



Governance-Framework für 100% einheitliche Datenstruktur über alle Märkte



Transparente Revenue-Attribution: Welcher Kanal bringt am Ende Umsatz im SAP?

Ergebnisse & Fazit

Daten-Konsistenz

100% einheitliche Datenstruktur über alle Märkte dank des UTM-Tools und geschulter Mitarbeiter.

Revenue-Attribution

Transparente Darstellung der Umsätze: Welcher Kanal bringt am Ende Umsatz im SAP?

Adoption

Erfolgreicher Rollout und aktive Nutzung der Dashboards in den Kernmärkten.

Echte Data Culture

Daten werden zur Steuerung genutzt und nicht nur gesammelt. Jederzeit international skalierbar.

Und was sagt der Kunde?



„Das Reporting wurde nicht einfach ‚installiert‘, sondern gemeinsam mit den Teams erarbeitet. Durch das UTM-Tool und die Schulungen wissen unsere Kollegen weltweit nun genau, wie sie Kampagnen steuern müssen. Wir haben keine Datenfriedhöfe geschaffen, sondern eine Entscheidungsgrundlage, die bis zum Umsatz reicht.“

Globaler Systemanbieter für Industrietechnik | Marketing Leadership

Kontakt



Steffen Gruner

Senior Consultant System Integration

E-Mail: gruner@mellowmessage.de

Web: www.mellowmessage.de

Sie benötigen Unterstützung?

Sie möchten datenbasierte Transparenz in Ihrem Marketing schaffen – von der ersten Interaktion bis zum Umsatz? Dann kontaktieren Sie uns. Wir beraten Sie gerne.

mellowmessage GmbH

Härtelstraße 27

04107 Leipzig

Phone: +49 341 140 655 0

E-Mail: kontakt@mellowmessage.de