

CASE STUDY

Digitale Marketing Strategie für Henkel

100 Stakeholder – 3 Monate – 1 gemeinsame Strategie



Die Aufgabe

Henkel ist neben der Herstellung von Produkten zur Schönheitspflege sowie Wasch- und Reinigungsmitteln führender Lösungsanbieter von Klebstoff-Technologien. Im digitalen Marketing ist das Unternehmen bereits erfolgreich aktiv. Jedoch erschweren vielfältige Initiativen den fokussierten Blick auf die relevanten Maßnahmen und die zielorientierte Weiterentwicklung. Zudem ist die Zusammenarbeit über viele Regionen der Welt zu koordinieren, sodass alle Teams an einem Strang ziehen.

Für mellowmessage bestand die Aufgabe darin, zusammen mit Henkel eine digitale Marketing Strategie speziell für den Adhesive Technologies Geschäftsbereich "Transport & Metal", der sich primär mit Klebstoffen, Dichtstoffen und Funktionsbeschichtungen für die Automobilindustrie beschäftigt, zu entwickeln. Gefordert wurde nicht nur ein Kommunikationsmittel mit Zielen, Kennzahlen und Maßnahmen, sondern ein anwendbares Instrument, das basierend auf den Unternehmenszielen für die konkrete Planung und Umsetzung der Strategie im digitalen Marketing global eingesetzt werden kann.



Herausforderungen

- ✓ Strukturierten Überblick im digitalen Marketing schaffen und Potenziale aufzeigen
- ✓ Aktive Einbeziehung von rund 100 Stakeholdern weltweit
- ✓ Klare Fokussierung trotz stark differenzierter Zielgruppe und breitem Produktportfolio
- ✓ Entwicklung einer globalen Strategie mit digitalem Fokus für Marketing und Kommunikation

Die Lösung

Zu Beginn der Strategieentwicklung wurden alle notwendigen Unternehmensinformationen gemeinsam mit den Kollegen aus Düsseldorf zusammengetragen und der Ist-Stand im digitalen Marketing strukturiert erhoben. Mithilfe unserer Evolutionsmatrix, in welcher die Aktivitäten des Unternehmens in diversen Themenfeldern des digitalen Marketings je nach Reifegrad eingeordnet werden, erhielt Henkel einen strukturierten Überblick zum Status Quo und gleichzeitig Ideen sowie Ansätze zur Weiterentwicklung. Der objektive Vergleich mit den wichtigsten Wettbewerbern bestätigte die gewonnenen Erkenntnisse und zeigte Spielräume für die Unternehmenspositionierung auf. Um bei der anschließenden Stärken-Schwächen-Analyse (SWOT) alle Stakeholder weltweit einzubeziehen, wurde auf mehrere virtuelle Workshops unter Verwendung eines Live-Umfrage-Tools zurückgegriffen. So war es möglich, relevante Informationen und direktes Feedback inklusive der Erwartungen und Wünsche aller Beteiligten zu erhalten.

Wertvoller Nebeneffekt: Durch die partizipative Erarbeitung hat jeder Teilnehmer Einfluss auf die Entwicklung der Strategie, kann die getroffenen Entscheidungen gut nachvollziehen und sich optimal mit diesen identifizieren.

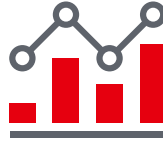
Mit den Ergebnissen aus den Workshops ging es anschließend in die Detailplanung inklusive der Zielermittlung für das digitale Marketing. Das Resultat wurde im Nachgang weltweit erneut in virtuellen Workshops präsentiert und ein abschließendes Feedback aller Stakeholder eingeholt.

Im Zeitraum von drei Monaten ist auf diese Weise eine auf das Wesentliche konzentrierte Digital Marketing Scorecard entstanden, die alle relevanten Kennzahlen, Verantwortlichkeiten und Maßnahmen miteinander vereint und übersichtlich darstellt. Henkel hat damit einen konkreten Fahrplan für die nächsten Jahre festgelegt und kann mit der anwendbaren digitalen Marketing Strategie auf ein effektives Kommunikationsmittel zurückgreifen, welches das Unternehmen bei der Planung und Umsetzung der Marketing Aktivitäten effektiv unterstützt.

Leistungen und Features



Informationsbeschaffung



Analysen



(virtuelle) Workshops



Live Umfragen



partizipative Erarbeitung



Zieldefinition



Maßnahmenermittlung



Kommunikationsmittel

Unternehmens-Steckbrief



Henkel ist weltweit mit führenden Innovationen, Marken und Technologien in den drei Geschäftsbereichen Adhesive Technologies (Klebstoff-Technologien), Beauty Care (Schönheitspflege) und Laundry & Home Care (Wasch-/Reinigungsmittel) tätig. Das 1876 gegründete Unternehmen hält global führende Marktpositionen im Konsumenten- und im Industriegeschäft.

www.henkel.de

Und was sagt Henkel



„Dank der methodischen und strukturierten Einbeziehung aller relevanten Stakeholder in die Entwicklung unserer Marketing Strategie haben wir gemeinsam mit mellowmessage ein hohes Commitment im Team und dem gesamten Unternehmen erreicht.

Durch die Fokussierung auf das Wesentliche sind wir nun in der Lage, die Marschrichtung für die globale Marketing Kommunikation vorzugeben. Dabei werden wir nicht mehr vom Bauchgefühl geleitet, sondern wissen jetzt genau, was das Richtige ist.“

Suleika Hollenhorst | Global Marketing & Communications Manager

Ihr Ansprechpartner



Yves Naumann

Senior Consultant | Digital Marketing

Tel: +49 341 140 655 85

E-Mail: kontakt@mellowmessage.de

Web: www.mellowmessage.de

Kontakt

Benötigen Sie Unterstützung bei Ihrer digitalen Marketing Strategie?
Dann rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns. Wir beraten Sie gern.

mellowmessage GmbH
Härtelstraße 27
04107 Leipzig

Tel: +49 341 140 655 0

Fax: +49 341 140 655 10

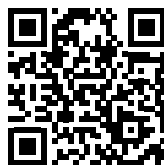
E-Mail: kontakt@mellowmessage.de

Web: www.mellowmessage.de

Newsletter

Kennen Sie schon unseren Newsletter? Brandaktuell und frei Haus erhalten Sie jeden Monat – sorgfältig ausgewählt und zusammengestellt – das Wichtigste aus der Branche, aus unserem Unternehmen, Tipps & Tricks sowie Berichte und Studien, die Ihre Arbeit bereichern werden.

Hier können Sie unseren kostenlosen Newsletter abonnieren.



www.mellowmessage.de

© 2018 mellowmessage GmbH