

*freedom
to create*

Erfolgsgeschichte




censhare

Beschleunigter Content

Spark44 setzt censhare ein, um Jaguar Land Rover dabei zu unterstützen, 55 Mio. £ einzusparen und die Content-Produktion um 68% zu beschleunigen.



SPARK44



„censhare war die beste Option aus einer Reihe von Lösungen, die wir uns angesehen hatten, denn es funktioniert entlang unseres gesamten Workflows.“

Ahmed Hasan, Head of Digital Marketing, Spark44

„Ich bin ein großer Fan davon, das Beste aus jeder Investition herauszuholen, und diese kommt bei uns wirklich ins Schwitzen. censhare macht unser Leben in vielerlei Hinsicht sehr viel einfacher.“

Ahmed Hasan, Head of Digital Marketing, Spark44

AUF EINEN BLICK

Branche
Automobil

Produkte

- Digital Asset Management
- Product Information Management
- Content Management

Unternehmensanforderung

Spark44 soll die Nachfrage nach Fahrzeugen von Jaguar Land Rover steigern und dem Unternehmen gleichzeitig zu Einsparungen verhelfen.

Die Agentur neu definieren

Seit vor mehr als 100 Jahren die erste Werbeagentur gegründet wurde, hat sich das grundlegende Modell der Branche nur sehr wenig verändert. Selbst heute, und obwohl die digitale Werbung und das personalisierte Marketing immer wichtiger werden, beauftragen die meisten Unternehmen, die ihre Produkte vermarkten möchten, immer noch externe Agenturen damit, sich Ideen einfallen zu lassen und Kampagnen durchzuführen.

Nicht so Jaguar Land Rover (JLR). 2011 war die Marke, mit den Worten von Ahmed Hasan ausgedrückt, „nicht gerade in einem guten Zustand.“ Hasan ist Head of Digital Marketing bei Spark44 – einem Joint Venture, das 2011 mit JLR gegründet wurde. Die Idee hinter dem Zusammenschluss war die Bildung einer Partnerschaft, die sich eine Bilanz teilt. Das bedeutete, dass JLR keine komplexen Beziehungen mit unterschiedlichen Agenturen für verschiedene Regionen und Vermarktungswege mehr steuern musste, was zu inkonsistenten Botschaften und einer Markenerosion geführt hatte. Mit einer vollständig transparenten Beziehung würde auch JLR einen besseren Überblick darüber bekommen, wofür genau die Gelder des Unternehmens ausgegeben werden.

Geschäftsergebnisse



55 Mio. £

Einsparung für Jaguar
Land Rover seit 2011



68%

schnellerer Content-
Produktionsprozess



10.000

Downloads
pro Monat



300.000

Assets stehen dem
Agenturnetzwerk in
16 Ländern zur Verfügung



10.000+

Anwender bei
Jaguar Land Rover



100%

höherer Fahrzeugabsatz
seit 2012

Diese Beziehung hat sich als erfolgreich erwiesen. Seit 2012 konnte JLR dank Spark44 seinen Absatz von 300.000 auf 600.000 Fahrzeuge pro Jahr verdoppeln. Auch die Markengesundheit und der Kaufpreis von Jaguar- und Land Rover-Fahrzeugen konnten einen zweistelligen Zuwachs verzeichnen. Kampagnen von Spark44 haben Preise auf der ganzen Welt gewonnen, und die Webseiten des Unternehmens besetzen die ersten drei Plätze aller Automobil-Webseiten in den USA, im Vereinigten Königreich, in Deutschland und in China.

Um an diesen Punkt zu gelangen, war eine Kombination aus harter Arbeit, Liebe zum Detail und intelligenter Nutzung von Technologie erforderlich. Eines der wichtigsten Ziele von Spark44 ist die Senkung der gesamten Marketingkosten von JLR – keine einfache Aufgabe, wenn gleichzeitig die Nachfrage einer weltweit zunehmenden Zielgruppe gesteigert werden soll und verschiedene Märkte Inhalte erfordern, die zu den lokalen Anforderungen passen. Zudem hat sich JLR personalisiertes Marketing zu eigen gemacht und E-Mails und Webseiten so angepasst, dass sie auf bereits erfolgte Content-Interaktionen des Besuchers reagieren. Das erfordert jedoch eine noch größere Menge an Content, um den vielen Variablen gerecht zu werden.

„Wir mussten Zeit gewinnen“

„Was die Qualität angeht, können wir keine Kompromisse eingehen“, so Hasan. „Unsere Creative Directors fordern Spitzenleistungen, was wiederum Zeit erfordert. Wir geben unseren Kreativen den Raum, die Ideen zu entwickeln, die unsere Marke von anderen unterscheidet, durch die Sehnsüchte geweckt und Fahrzeuge von Jaguar und Land Rover als erstes in Betracht gezogen werden.“

Aufgrund des Auftrags, Einsparungen für JLR zu erzielen, konnte Spark44 keine weiteren Mitarbeiter einstellen. So hat sich das Unternehmen auf der Suche nach einer Möglichkeit, effizienter zu arbeiten, an censhare gewandt. „Wir wollten den kreativen Prozess unterstützen, ohne ihn kaputt zu machen“, sagt Hasan. „Im Endeffekt mussten wir Zeit gewinnen.“

Spark44 nutzt censhare als Single Source of Truth (als einzige Quelle der Wahrheit) für seine digitalen Daten, als Web-Content-Management-System, als Workflow-Governance-Plattform, um Ressourcen und Projekte zu steuern und um E-Mails an Kunden zu erstellen und zu versenden.

Es wird zudem von 10.000 Mitarbeitern innerhalb von JLR als Portal genutzt, um Produktinformationen über die hunderte von Fahrzeugen, Optionen und über das Zubehör der Gruppe zu hinterlegen. „censhare war die beste Option aus einer Reihe von Lösungen, die wir uns angesehen hatten, denn es funktioniert entlang unseres gesamten Workflows“, sagt Hasan. „Wenn ein Briefing eingeht, können wir dem Projekt Ressourcen zuweisen und sehen, welche Daten erstellt werden. Dann durchläuft es im gleichen Tool einen Genehmigungsworkflow.“ Insgesamt nutzen 11.000 Mitarbeiter innerhalb von Spark44 und JLR censhare. Dieses verwaltet mehr als 300.000 Assets und bedient jeden Monat 10.000 Downloads.

Die Produktion legt einen Gang zu

„Die Nutzung von censhare hat den weltweiten Content-Produktionsprozess von Spark44 bislang um 68% beschleunigt. Die Steuerung von Content-Freigaben direkt in censhare und die Nutzung eines Ampelsystems, um anzuzeigen, wie wichtig eine Aufgabe ist, haben enorm geholfen“, sagt Hasan. censhare erinnert genehmigungsberechtigte Personen auf eine strukturiertere Weise als bisher, sodass sie sehen, dass ihre Handlungen sich auf die Produktionsgeschwindigkeit auswirken.

Des Weiteren zeigt censhare den Managern bei Spark44, welche Mitarbeiter in den 18 Büros des Unternehmens woran arbeiten, sodass Arbeit verlagert werden kann, wenn Ressourcen verfügbar werden. „In unserer Branche gibt es hektische und ruhigere Zeiten“, so Hasan. „Verschiedene Märkte werden zu verschiedenen Zeiten aktiv. Wenn wir also unser Arbeitspensum auf unsere weltweite Belegschaft verteilen können, entlastet das ausgelastete Teams und stellt sicher, dass jeder Mitarbeiter umfassend beschäftigt ist.“

Einsparungen in Höhe von 55 Mio. £ und mehr

Alles in allem hat censhare dazu beigetragen, dass Spark44 dem Unternehmen JLR seit 2011 Einsparungen in Höhe von 55 Mio. £ beschere konnte. Hasan sagt: „Ich bin ein großer Fan davon, das Beste aus jeder Investition herauszuholen, und diese kommt bei uns wirklich ins Schwitzen. censhare macht unser Leben in vielerlei Hinsicht sehr viel einfacher. Außerdem können wir so unserem Partner Geld zurückgeben, damit er es in die Entwicklung der nächsten Generation seiner Fahrzeuge reinvestieren kann.“

„Wir wollten den kreativen Prozess unterstützen, ohne ihn kaputt zu machen. Im Endeffekt mussten wir Zeit gewinnen.“

Ahmed Hasan, Head of Digital Marketing, Spark44

Spark44 benutzt Amazon Web Services (AWS) für den Betrieb der censhare-Plattform. AWS bietet ein breites Spektrum globaler Rechen-, Storage-, Datenbank-, Analytics-, Application- und Deployment-Services, die Unternehmen dabei unterstützen, agiler zu werden, ihre IT-Kosten zu senken und ihre Anwendungen zu skalieren.

Über censhare

Unsere zukunftsweisende Universal Content Management-Plattform bringt Sie mit Ihren Zielgruppen zusammen – in jedem Kanal, in jeder Sprache, lokal und global.

censhare Kunden wie Jaguar Land Rover, Dyson, Christie's oder Lufthansa profitieren bereits von der neuen Freiheit, qualitativ hochwertige und konsistente Inhalte mit außerordentlicher Effizienz zu entwickeln und bereitzustellen.

Erfahren Sie mehr unter www.censhare.com

Copyright © 2019 censhare

Alle Rechte vorbehalten. censhare und sonstige Warenzeichen sind Warenzeichen der censhare AG oder ihrer Tochtergesellschaften. Sonstige Warenzeichen können Warenzeichen ihrer jeweiligen Eigentümer sein. Diese Case Study dient ausschließlich zu Informationszwecken. Die Inhalte dieser Case Study waren zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung korrekt. censhare übernimmt für diese Case Study keine Gewährleistung—weder ausdrücklich noch impliziert.