

*freedom
to create*

Erfolgsgeschichte




censhare

Automatisierung bewirkt Effizienzgewinne

ORT setzt censhare ein, um die Business-Probleme von Kunden wie HIT zu lösen. Effizienzsteigerungen von 35% und mehr zeugen vom Erfolg.

ORT



„Der Aufbau einer perfekten Customer Experience ist keine Pauschalreise, sondern eine Expedition.“

Rüdiger Pläster, Geschäftsführer, ORT Gruppe

„72% der CEOs schätzen, dass die nächsten drei Jahre für ihre Branche kritischer sein werden als die letzten 50 Jahre“, sagt Rüdiger Pläster, Geschäftsführer der ORT Gruppe. „Wir befinden uns mitten in der vierten industriellen Revolution, und die Art und Weise, wie wir Datenbestände verwalten und mit unseren Kunden kommunizieren, verändert sich grundlegend. Wenn wir uns nicht ändern, werden wir scheitern.“

AUF EINEN BLICK

Branche

Medien & Kommunikation

Produkte

- **Digital Asset Management**
- **Product Information Management**
- **Content Management**

Unternehmensanforderungen

Die Mission des ORT: Für seine Kunden Business-Probleme im Bereich Marketing und Vertrieb lösen. Dafür setzt das Unternehmen auf Automatisierung mit einer zukunftsorientierten Digital Experience Plattform.

Agents of Change lösen Business-Probleme mithilfe von Technologie

Die ORT Gruppe, ein Cross-Medien-Unternehmen mit fast 50-jähriger Geschichte, 30 Millionen Euro Umsatz pro Jahr, 250 Mitarbeitern und 6 Standorten in ganz Deutschland, hat sich diesen Wandel schon lange auf die Fahnen geschrieben. „Wenn wir bei dem geblieben wären, was wir vor 20 Jahren gemacht haben, gäbe es uns heute nicht mehr. Stattdessen verstehen wir uns als Agents of Change: Wir lösen Business-Probleme und verbessern die Effizienz im Marketing und Vertrieb mithilfe von Technologien derart, dass unsere Kunden nicht mehr auf uns verzichten wollen.“

HIT erzielt 35% Effizienzgewinn

Dabei geht es heute nicht mehr darum, ab und zu ein paar Broschüren und Flyer zu produzieren. Vielmehr sind Dienstleister gefragt, die die gesamte „Customer Experience“ gestalten und den Konsumenten von Anfang bis Ende in seiner Customer Journey begleiten, einschließlich Werbung, Website & Apps, Informationen im Geschäft, Verpackung der Produkte, Kundendienst und Produktlieferung.

Geschäftsergebnisse



95%

der Prozesse
und Templates
automatisiert



35%

Effizienzgewinn für
ORT-Kunde HIT erzielt



100%

der über
50 ORT-Kunden
laufen auf censhare



80%

des ORT-Umsatzes
wird über censhare
generiert

Darum geht es auch der Dohle Handelsgruppe, die 2015 mit ihren HIT-Supermärkten als Kunde zum ORT kommt, nachdem die Zusammenarbeit mit einer anderen Agentur fehlgeschlagen ist. Die 1901 gegründete mittelgroße HIT-Supermarktkette mit 6.100 Mitarbeitern, 1,45 Milliarden Euro Umsatz pro Jahr und mehr als 200 Filialen in Deutschland wünscht sich eine Customer Experience Plattform einschließlich Digital Signage sowie App. Zusammen mit dem ORT als Partner für die Business-Logistik und der MSP AG als IT-Integrator werden folgende Implementierungen schrittweise geplant und umgesetzt:

- 1) Weitestgehende Automatisierung von Content-Prozessen und -Templates
- 2) Omnichannel Content Management mit starker Betonung auf mobile Kanäle
- 3) Personalisierung nach Bedarf: spezielle Editionen für lokale HIT-Märkte, die gleichzeitig so weit wie möglich automatisiert sind

„Die Automatisierung ist bei solchen Projekten wirklich das A und O. Bei HIT haben wir eine Automatisierung von 95% erreicht und dadurch dem Unternehmen einen Effizienzgewinn von 35% beschert, gemessen durch die Fachhochschule Niederrhein“, beschreibt Pläster den Erfolg des Projekts.

Klein, schnell und agil ist die Devise

Wichtig ist zudem, Projekte agil und in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden zu realisieren.

„Die Kunden heute wollen kleine Teams, die schnell begreifen, wo der Schuh drückt, die geschäftlichen Anforderungen mithilfe eines Prototypen in kurzer Zeit umsetzen und dann sagen: ‘Lass uns mal darüber reden’“, erklärt Pläster.

„Langfristige Pläne von 18 Monaten sind zum Scheitern verurteilt. Wir müssen vielmehr nach der

Verbesserungsdevise des ‚Toyota Kata‘ experimentell und iterativ vorgehen. In der Digitalisierung gibt es nicht ‚die eine Lösung‘ für ein Problem. Stattdessen fangen wir mit kleinen Lösungen an, die sofort Value generieren, und schauen dann, was passiert.“

Heute läuft das gesamte Content Management von HIT über censhare, und die Ergebnisse sind beeindruckend:

- 95% Automatisierung
- 35% Effizienzgewinn
- Über 200 Prospektausgaben pro Woche
- Über 20 Kataloge im Jahr 2018
- Über 3.000 personalisierte Werbemedien
- Über 3.000 Seiten pro Quartal
- Über 500.000 Assets pro Jahr
- 5 Terabyte an Daten
- 100% integriert in Print, Web & App
- 50 Benutzer der censhare-Plattform

Wer zu uns kommt, der bleibt

Die mehr als 50 Kunden des ORT laufen alle auf censhare, und bei allen wurden 35% Effizienzgewinne erzielt, bei vielen auch mehr. Zudem haben sich die Projekte schnell rentiert, und ORT konnte in 47 Jahren jährlich schwarze Zahlen schreiben. Das spricht sich herum, und so gibt es bereits weitere Interessenten für censhare-Projekte.

In Bezug auf die Zukunft ist sich Pläster sicher: „Der Aufbau einer perfekten Customer Experience ist keine Pauschalreise, sondern eine Expedition. Nur mit dieser mentalen Einstellung können wir die digitale Zukunft meistern. Experimentieren, den Dingen ihre Zeit lassen, in kleinen Schritten planen und immer wieder zusammen mit dem Kunden reflektieren. Das schätzen unsere Kunden, und deswegen sind 75% schon 10 Jahre oder länger bei uns. Ob es uns in 50 Jahren noch gibt, das liegt sicher an uns – aber ich denke, die Chancen stehen gut.“

„Wenn wir bei dem geblieben wären, was wir vor 20 Jahren gemacht haben, gäbe es uns heute nicht mehr.“

Rüdiger Pläster, Geschäftsführer, ORT Gruppe

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.