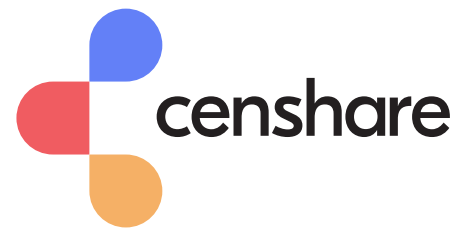


Mit einem DAM
muss man
auch planen
können...



Die Post steuert im
Kommunikationsbereich
die unterschiedlichsten
Initialisierungs- und
Planungsprozesse
mit dem Digital Asset
Management (DAM)
von censhare.

DIE POST  | **aclevion.**

master your content



“Mit der Umsetzung der Themenplanung mit censhare konnten wir diverse Planungen in einem System konsolidieren und so mehr Effizienz und Relevanz in den Kommunikationsanstrengungen erzielen.”

Michael Eberle,, Product Owner

“Durch das bereichsübergreifende Planungskonzept konnten wir verschiedene Bedürfnisse im Unternehmen abdecken. Und dem Management stehen jederzeit aussagekräftige Übersichtsvarianten zur Verfügung.”

Jürgen Kübler, Leiter Management Digital Channels Market

AUF EINEN BLICK

Industry

Kommunikation, Logistik, Transport, Finanzdienstleistungen

Produkte

- Marketing Planungs Management
- Digital Asset Management (DAM) *
- Headless Content Management (HCMS) *
- Web2Publish (W2P) *
- Schnittstellen *

* bereits mit censhare realisiert

Unternehmen

Die Schweizerische Post AG ist eine Aktiengesellschaft, welche zu 100% dem Bund gehört. Sie beförderte im Jahr 2019 rund 1.8 Milliarden adressierte Briefe, 148 Millionen Pakete, transportierte mit der PostAuto AG 167 Millionen Reisende und verwaltete mit ihrer PostFinance AG über CHF 119 Milliarden Kundenvermögen.

Unternehmensanforderung

Die Post wollte übergeordnete Planungsprozesse in die Content-Erstellung integrieren. Basierend auf der bestehenden censhare Plattform sollten so strukturiert Themen initialisiert und gesteuert werden.

Beste Voraussetzungen mit dem bestehenden censhare DAM

Die Post sah sich, mit der steigenden Anzahl an Kommunikationskanälen, zunehmend vor die Herausforderung gestellt, ihre vielseitigen Kommunikationsinhalte, sowohl thematisch wie kanalspezifisch, aufeinander abstimmen zu müssen.

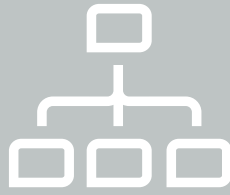
Einerseits wollte die Post mit den bestehenden und andererseits auch mit allen zukünftigen Kommunikationskanälen auf die sich verändernden Anforderungen reagieren können.

Glücklicherweise war sie bereits im Besitz des censhare Digital Asset Managements (DAM), welches die besten Voraussetzungen für eine intelligente und flexible Datenhaltung bot. Ziel war es, mit dem bestehenden DAM, auch bei zunehmender Datenmenge, Doppelspurigkeiten und inkonsistente Daten verhindern zu können.

Business Results



bis zu 30%
weniger Aufwand für die
gleichen Aufgaben



12
Involvierte
Businessbereiche



600+
Kommunikationsprojekte
pro Jahr



100+
Nutzer

Von dezentralen zu zentralen Planungsprozessen

Die bisherige Kommunikationsplanung erfolgte in jedem Unternehmensbereich eigenständig und meist via Excel. Innerhalb der einzelnen Unternehmensbereiche funktionierte dieses Vorgehen recht gut, obwohl dabei oft viel Zeit und Übersicht verloren ging. Eine inhaltliche oder thematische Abstimmung über mehrere Konzerngesellschaften und Kanäle hinweg war jedoch mit dem bisherigen Vorgehen fast nicht möglich.

Die Post suchte daher nach einer Systemlösung, die den verschiedenen Unternehmensbereichen und deren Kommunikationsverantwortlichen, eine bereichsübergreifende Übersicht über jegliche Kommunikations- Themen und -Kanäle ermöglichte.

Eine solche Zielsetzung stellte neben technischen Herausforderungen auch hohe Anforderungen an die Konzeption.

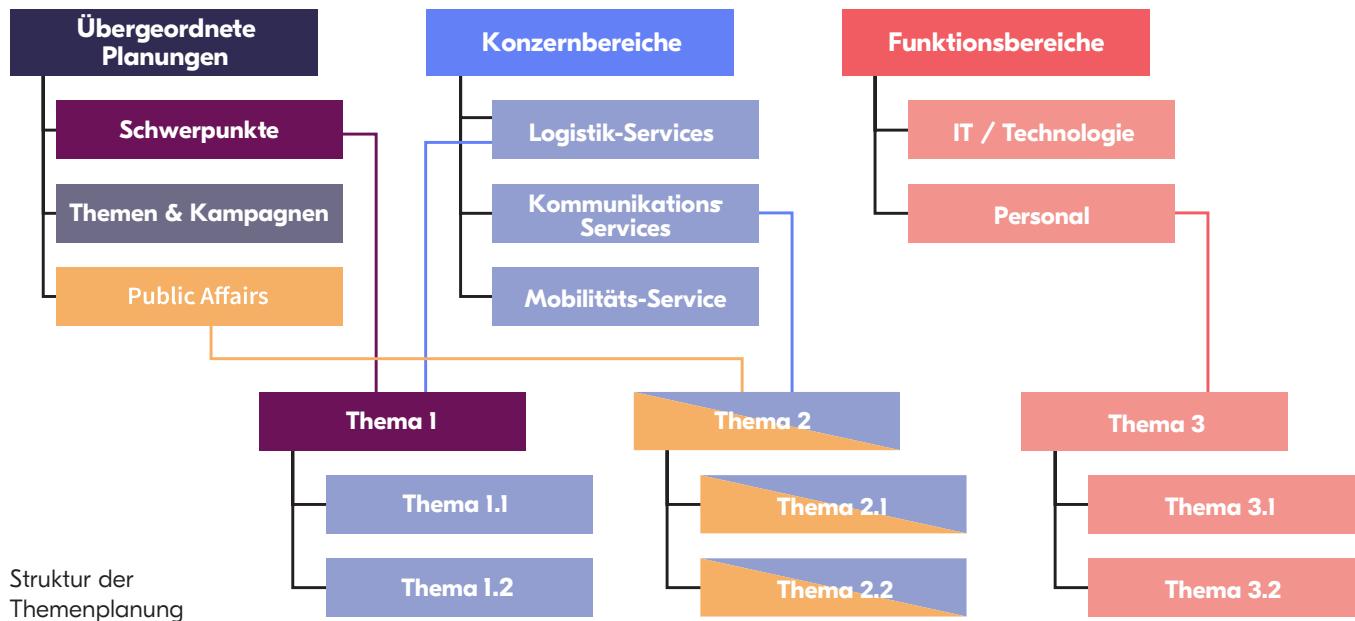
In einer ersten Projektphase wurden daher die Bedürfnisse aller involvierten Abteilungen in verschiedenen Workshops aufgenommen und in

Form von User Stories festgehalten. Aus diesen Resultaten wurde anschliessend schrittweise ein Datenmodell für die konzernübergreifende Themenplanung erstellt und diese wiederum bildete die Grundlage für die technische Konzeption.

In der zweiten Phase erfolgte, in Zusammenarbeit mit dem Projektteam des Kunden, dem Partner und censhare, die System-Konzeption. Hierbei wurden die verschiedenen Arbeitspakete definiert, welche die Grundlage für die agile Umsetzung (nach Scrum Methodik) bildeten.

Alle wollen planen...

Grundsätzlich muss auch das Thema «Planung» mithilfe eines Datenmodells realisiert werden. Darin wird definiert, wer in welcher Struktur planen will und welche Planungsbereiche evtl. übergreifend definiert werden müssen. Bei der Post haben sich so die drei Bereiche «Übergeordnete Planungen», «Bereichsplanungen» und «Channels» herauskristallisiert.



Projektziele der Post

Folgenden Punkte zeigen die von der Post gewünschten System-Funktionen:

Effiziente Suchprozesse

Gleichzeitig mit der Planungsstruktur wurden auch die zukünftigen Suchprozesse definiert. Ziel davon war es, die zukünftigen Suchprozesse einfacher und strukturierter zu gestalten und damit eine höhere Effizienz zu erreichen.

Ein zentrales und einfaches User Interface (UI)

Mit censhare verfügte die Post bereits über ein System mit zentraler Logik und einem für alle Bereiche gleichen User Interface. Anwender aus den Bereichen DAM, Redaktion und Web2Publish und auch aus der Planung finden sich in der ihnen stets bekannten Systemlandschaft sofort gut zurecht.

Konflikterkennung

Mögliche (z.B. zeit- oder themenbasierte) Konflikte werden vom cleveren Datenmodell erkannt und mit einer GANTT-Ansicht angezeigt.

Grobe Budgetzuweisung

Jedem Thema kann ein grobes Budget zugewiesen werden. Die Budgetposten werden so sichergestellt und man hat die jederzeitige Übersicht über die laufenden Kosten.

Managementübersicht

Für das Management ist es wichtig, einen schnellen und übersichtlichen Einblick in die Kommunikationsplanung zu haben. Basierend auf der Assetstruktur resp. dem Datenmodell wurde für die Post eine einfach zugängliche Übersicht erstellt, die auf einen Blick sowohl die Planungsstruktur der Kommunikation als auch damit verbundene Themen, Prioritäten und Bereiche etc. zeigt.

Durchgängiges Arbeiten mit Templates

Diverse vordefinierte (jedoch mit Variablen anpassbare) Templates helfen dabei, schneller und mit mehr Übersicht Kommunikationsthemen zu erarbeiten. Dies spart Zeit und vermeidet Fehler, dank standardisierter Prozesse.

Automatisierte Workflows und Archivierung

Vordefinierte, automatisierte Workflowstrukturen erleichtern die Themen- und Massnahmen-Planung in der Kommunikation. Mit definierten Workflowzielen

können die gewählten Planungseinheiten die Prozesse automatisch anstossen.

Durch die enorme Anzahl von Aktivitäten bei der Post kommen relativ schnell sehr grosse Datenmengen usammen. Dies verlangt nach einer automatisierten Archivierung, welche eine getrennte Gesamtübersicht bezüglich aktueller und archivierter Aktivitäten garantiert. Personen mit entsprechenden Berechtigungen können die Daten-Archivierung bedarfsmässig steuern.

Anforderungen der Post an die censhare Plattform

Plattformbasierte Daten-Struktur für Planungsprozesse

- flexible Führung der Planungsdaten
- voller Funktionsumfang auch für Planungs-Assets

Bereichsübergreifende Verknüpfungen der Planungsdaten

- Abbildung und Weiterentwicklung der gewünschten Verknüpfungslogik jederzeit möglich
- breiter Nutzungsrahmen durch übergreifende Logikkonzepte

Hohe Benutzerakzeptanz, da auf gleichem UI basierend wie DAM, web2publish, etc.

- unterschiedliche Berechtigungs- und Rollenprofile arbeiten im gleichen Backend
- gleiches User Interface für unterschiedliche Aufgabenträger

Durchgängige Planungsprozesse und automatisierte Prozess-Schritte

- definierte Abhängigkeiten von Planungsbausteinen ermöglichen Prozess-Sicherheit
- Automatismen reduzieren Aufwand und verkürzen Abläufe

Die zentrale Plattform erschliesst kundenspezifische Weiterentwicklungen

- die offene Plattform-Architektur garantiert einen breiten Nutzungs- und Entwicklungshorizont
- Plattform ermöglicht etappenweises Vorgehen

Gemeinsame Weiterentwicklung des postinternen Know-hows

- Systemkompetenz (Kunde) sichert businessrelevante Use Cases
- Plattform-Entwicklung basiert auf Kundenpraxis

Über censhare

Mit unserer bewährten Omnichannel Content Plattform beherrschen Sie Ihren Content in jeder Sprache, lokal oder global, und bieten Ihren Kunden konsistente Erlebnisse auf allen Kanälen.

Unternehmen wie Allianz, Lands' End, Dyson, Christie's und hunderte mehr verlassen sich auf censhare für markenkonformen, stets aktuellen Content und nutzen so jede Chance, die richtigen Kunden zur richtigen Zeit zu erreichen.

Über aclevion

Seit 15 Jahren bieten wir unseren Kunden digitale Lösungen für die besten Customer und Product Experiences. Wir realisieren Content Hubs, Content Plattformen und PIM-Systeme und setzen auf führende Anwendungen, neueste Technologie und den besten Fit für Sie. Dabei hören wir Ihnen zu, bis wir Ihr Unternehmen, Besonderheiten und Bedürfnisse wirklich verstehen. So entwickeln wir maßgeschneiderte Lösungen die nicht nur passgenau sind, sondern auch nachhaltig. Für Migros, Geberit, Die Mobiliar, V-Zug. Und für Sie.

Further information at [aclevion.com](https://www.aclevion.com)

master your content