



## Success Story

**W&A**

Intelligentes Anzeigenmanagement  
durch den Einsatz von



**MEDIAVELOX**

### Branche

Fachverlag

### Kerngeschäft

crossmediale  
Werbevermarktung

### Standort

München

### Mitarbeiter

80

### Produkte

Sales & Marketing Cloud  
MediaVelox

## Der Weg von W&V

Der Verlag Werben & Verkaufen, gegründet 1961, hat sich zum führenden Medienhaus für Fachinformationen in Marketing, Medien und Kommunikation entwickelt. Mit seinen drei Marken W&V, Kontakter und LEAD ist er für Entscheider werbetreibender Unternehmen unverzichtbar geworden. Neben seinen Magazinen hat sich das Medienhaus durch seine Veranstaltungen, Seminare und dem crossmedialen Karrierenetzwerk in der Branche etabliert.

### Christian Meitinger

Geschäftsführer  
Verlag W&V



„Mit MediaVelox werden uns verfügbare Werbeplätze in Echtzeit angezeigt, wodurch wir Angebote schneller versenden können und der Abstimmungsaufwand deutlich reduziert werden konnte.“

## Herausforderungen im gemeinsamen Anzeigenmanagement

Bereits vor dem Entschluss zur Einführung von MediaVelox arbeitete W&V mit Salesforce und quote, dem von appero – Schwesterunternehmen der factory42 – entwickelten Angebotsmanagement-Tool, um Werbeplätze in ihren Print- und Digitalpublikationen sowie auf ihren Veranstaltungen zu vermarkten.

Da die integrierte Angebotserstellung via quote bereits hinsichtlich der Verbesserung des Verkaufsprozesses sehr gewinnbringend für das Unternehmen war, entschloss sich W&V zusätzlich zur Einführung von MediaVelox: Denn beim Verkauf von Werbeplätzen spielt nicht nur das verkaufte Produkt, sondern auch deren Verfügbarkeit in Magazinen oder digitalen Kanälen eine zentrale Rolle. Daher geschieht der Verkauf bei W&V im laufenden Austausch mit dem Dispositionsteam, welches verantwortlich ist für die Verteilung der Werbeplätze in den einzelnen Publikationen.

Vor der Einführung von MediaVelox bedeutete diese Zusammenarbeit immer auch ein Arbeiten in ver-

schiedenen Systemen mit den entsprechenden Konsequenzen: Ein Werbeplatz in einem Heft, der laut Dispositionstool noch verfügbar ist, wurde möglicherweise schon von einem anderen Vertriebskollegen reserviert oder verkauft. Oder eine Werbefläche wird schon verkauft, obwohl der Werbeplatz auf der Website erst ab der nächsten Veröffentlichung geschaffen wird. Buchungen werden im Dispositionstool auf bessere Werbeplätze verschoben; diese Änderungen waren bisher für die Verkäufer nicht sichtbar.

Um diese Hürden zukünftig besser zu meistern, suchte W&V nach einer Lösung, die sowohl Verkauf, als auch Disposition auf eine einheitliche Plattform bringt. Die Entscheidung für MediaVelox fiel dabei aufgrund der positiven Erfahrungen mit der bereits genutzten quote-Lösung nicht schwer, sodass die erfolgreiche Kooperation zwischen W&V und factory42 um ein weiteres Projekt ergänzt wurde. Im Mittelpunkt standen dabei die Ziele, Prozesse schneller zu machen und die Fehlerquote zu verringern.

Denn MediaVelox ermöglicht eine Reduktion der Kommunikation zwischen den Abteilungen, was für Unternehmen eine enorme Zeitersparnis bedeutet.

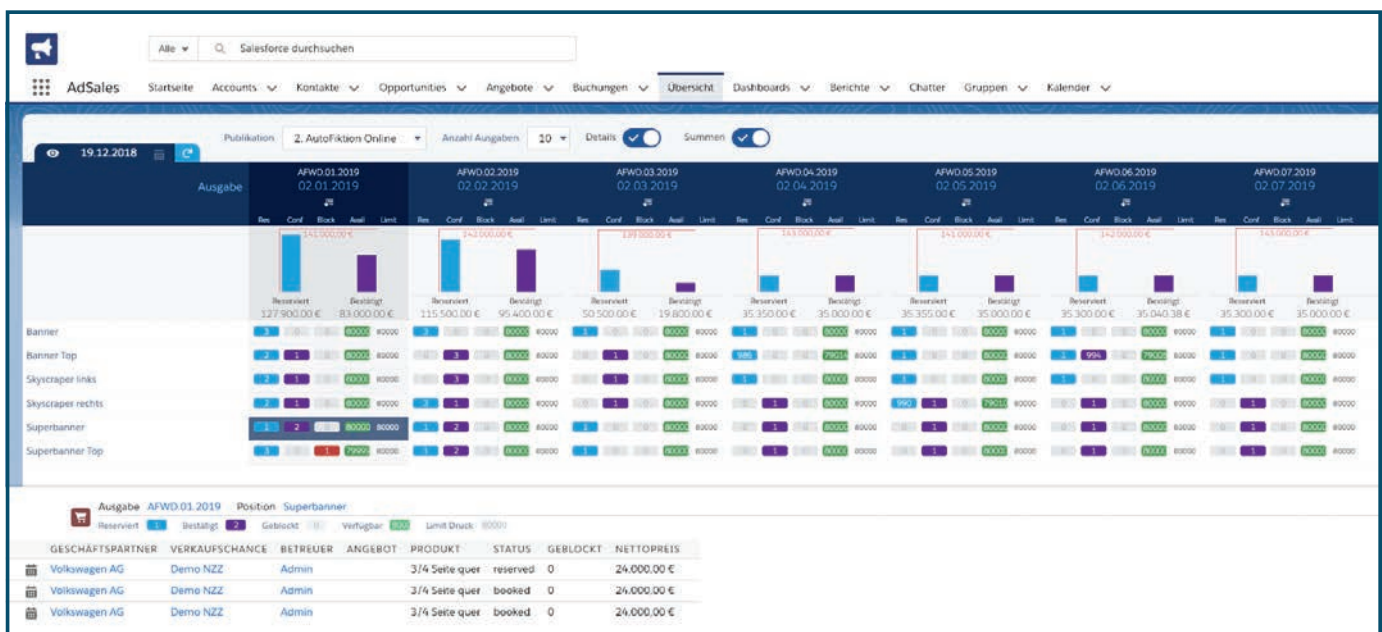
## Crossmediale AdSales Prozesse aus einer Hand

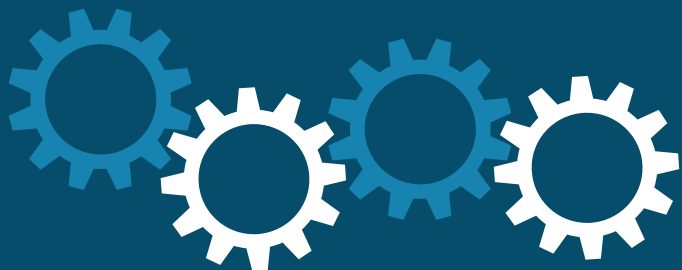
Der erste Schritt im Projekt war eine Überführung aller Mediastammdaten wie Platzierungen, Anzeigenformat und Ausgaben in das Datenmodell von MediaVelox. So wurde aus Datensicht die Basis für das Anzeigenmanagement auf einer Plattform geschaffen und die Anzeigenprodukte wurden vereinheitlicht. Auch komplexe Abhängigkeiten zwischen einzelnen Werbeprodukten im Digitalbereich galt es umzusetzen und zu hinterlegen. Dazu wurde die MediaVelox-Funktion zur automatischen Berücksichtigung von Sperrvermerken genutzt. Damit können Beziehungen zwischen einzelnen Werbepätzen modelliert werden: Soll zum Beispiel ein Bundle-Produkt angeboten werden, welches sowohl Werbepätze auf einer mobilen Website und auf der Desktop-Variante beinhaltet, sorgt die Funktion dafür, dass beide Werbepätze – mobile und am Desktop – beim Ver-

kauf automatisch gebucht werden. Gleichzeitig wird so sichergestellt, dass im laufenden Betrieb keine Überbuchungen einzelner Werbepätze möglich sind und im Vertrieb jederzeit der aktuelle Buchungsstand verfügbar ist. Während der gesamten Phase, war das Dispositionsteam von W&V eng in das Projekt eingebunden, sodass die Fachbereiche bereits während des Projekts mit Funktionen und Strukturen von MediaVelox vertraut gemacht wurden.

Parallel wurde ein Vorgehen entwickelt, um den Übergang vom laufenden Betrieb zum Verkauf mit MediaVelox möglichst reibungslos zu gestalten. Auch in der Endphase war die intensive Zusammenarbeit und Vor-Ort-Betreuung förderlich für einen optimalen Übergang während des GoLives.

Entscheidender Erfolgsfaktor für die schnelle und unproblematische Einführung von MediaVelox war das Engagement des CRM-Teams von W&V und die gute Zusammenarbeit mit dem Projektteam von factory42. W&V leistete hier für die Einführung des neuen Systems sehr viel Vorarbeit, um die manuellen Schritte im Vertrieb auf ein Minimum zu reduzieren. In der Implementierungsphase von MediaVelox ist, dank dieser Unterstützung, der Aufwand geringer ausgefallen und der Prozess deutlich beschleunigt worden.





## Wer wir sind

Wir stehen für CRM & Digitales Marketing.

factory42 ist ein international tätiger Spezialist für CRM (Customer Relationship Management) und Digitales Marketing.

factory42 hilft Unternehmen durch Beratung, Einführung und Betrieb von Cloud Technologien basierend auf Salesforce alle kundenorientierten Prozesse in Marketing, Vertrieb und Service zu optimieren und ihre Geschäftsziele schneller zu erreichen.

Als Salesforce Partner entwickeln wir seit 2007 Cloud Lösungen auf Basis der Salesforce Plattform und realisieren Projekte für den Mittelstand und internationale Marken. Dazu haben wir eine pragmatische Methodik entwickelt, die die Geschäftsziele unserer Kunden im Fokus hat.

Wir unterstützen Sie bei der digitalen Transformation Ihres Unternehmens.



*Sie möchten mehr zum Thema erfahren?* Kontaktieren Sie uns gerne!



Michael  
**Frohn**

Gründer & Geschäftsführer  
mfrohn@factory42.com

- Überzeugter Salesforce-Anwender seit 2000 und Salesforce B2B Spezialist
- Strategische Beratung von Key-Accounts, spezialisiert auf die Medienbranche
- 15 Jahre Vertriebsprofi, Experte in Vertriebsprozessen
- Fachhochschule Hannover – Informationstechnik; General Management Programm der St. Galler Business School in der Schweiz; London Business School in UK; sowie Boston und USA