xpand it

SUCCESS CASE

havas media group

Analytik und die Bedeutung von Kampagnenleistung

havas media group

Die Havas Media Group ist die Medienabteilung des globalen Marketing- und Kommunikationskonzerns Havas.

Als Medienagentur bietet sie verschiedene Dienstleistungen für eine Reihe von Kunden. Ihre Hauptzielgruppe ist die Verwaltung von 360°-Werbekampagnen über sämtliche Plattformen: digitale Kanäle wie soziale Netzwerke, Google, Display, Video, Kunden-Websites, Radio, Fernsehen, Zeitungen und Zeitschriften.

Herausforderung

Die Havas Media Group verwaltet alle Kundenkampagnen mit dem primären Ziel, die bestmöglichen Ergebnisse zu erzielen.

Die von der Havas Media Group verwalteten Kampagnen sind unterteilt **in Marketing und Performance**. Für letztere ist die Überwachung der täglichen Ergebnisse entscheidend.

Die genaue Beobachtung der Entwicklung der Kampagne erleichtert die Vornahme der erforderlichen Anpassungen zur Steigerung der Ergebnisse. Gleichzeitig werden die Ergebnisse so früh wie möglich während des Prozesses sichtbar gemacht, und die Kommunikation mit den jeweiligen Kunden erfolgt auf visuelle, einfache und überzeugende Weise.

Darüber hinaus hat jeder Kunde spezifische Anforderungen, weshalb es essentiell ist, den Prozess sowohl bei der Sammlung von Informationen als auch bei der Erstellung von Dashboards für die Visualisierung anzupassen.

- Die Herausforderung bestand also darin, **eine Business-Intelligence-Plattform** für die Analyse von Kampagnen zu implementieren, mit einer externen Komponente für die Kundenkommunikation und einer internen Komponente zur Verbesserung der Leistung und Optimierung der Prozesse.
- Dazu war es notwendig, die Informationen aus den verschiedenen Medien täglich zu konsolidieren und auf eine unmittelbare und ansprechende Weise zur Verfügung zu stellen.
- Das gesamte Projekt wurde vom DBI-Team entwickelt dem Data Business Intelligence-Team, einem Berater der Havas Media Group, der sich auf Daten- und Business Growth Consulting spezialisiert hat.

Lösung

Tableau, eine Business Intelligence-Analyseplattform, wurde implementiert und ermöglichte es den Havas-Teams, bei der Erstellung von Visualisierungen völlig autonom zu sein und dabei stets eine sehr ansprechende, für jeden Kunden angepasste visuelle Komponente beizubehalten.

Die implementierte Plattform ist vollständig nach Kunden getrennt, wobei es für jeden Kunden eine interne und eine externe Komponente gibt. Jedes Havas-Team hat eine Reihe von Kunden, für die es verantwortlich ist, und einen eigenen Zugang zur Plattform.

Interne Komponente

Diese Teams nutzen die interne Komponente für die personalisierte Überwachung von Kampagnen (die Tatsache, dass die Informationen systematisiert sind, ermöglicht die Überprüfung und Optimierung interner Prozesse, nämlich der Rechnungsstellung und der Planung, wodurch der damit verbundene Aufwand reduziert wird).

Externe Komponente

In der externen Komponente haben alle Kunden sofortigen Zugriff auf ein grundlegendes Dashboard zur Überwachung von Kampagnen. Diese Option ist möglich, weil die Informationen für alle Kunden auf die gleiche Weise systematisiert sind, so dass die Bereitstellung dieses Dashboards sehr einfach gestaltet ist.

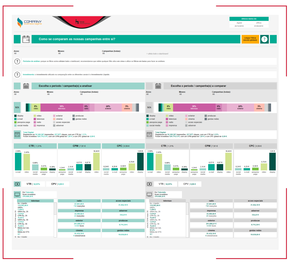
Darüber hinaus ermöglicht die Systematisierung eine globale, anonyme Datenerfassung, so dass ein Benchmark mit der durchschnittlichen Leistung pro Kampagnentyp, Support oder Format erstellt werden kann. Dies ist äußerst nützlich, um den Benchmark für jeden Kunden zu ergänzen, insbesondere in Situationen, in denen es keine Historie gibt.

> **Das Sammeln von Daten aus sämtlichen Kampagnen und Medien ermöglichte es, einen Benchmark zu erstellen, der die Analyse für die Kunden zusätzlich aufwertet.**

Die Datorama-Plattform wurde von der Havas-Gruppe zur Unterstützung bei der automatischen Datenerfassung für digitale Kampagnen ausgewählt.

Der Integration in Tableau erfolgte daher über den Export von Daten aus Datorama, wobei diese Prozesse über Tableau Prep ausgeführt wurden, was dem **Havas/DBI-Team** völlige Autonomie bei der Anpassung der Geschäftsregeln ermöglichte, selbst auf der Ebene der Datenverarbeitung.

Für die externe Komponente ist es möglich, das Basis-Dashboard mit spezifischen Informationen für jeden Kunden zu ergänzen oder sogar Projekte anzupassen, um spezifische Dashboards zu erstellen. Diese Lösung ist nur aufgrund der Autonomie möglich, die das DBI-Team bei der Datenverwaltung und der Erstellung von Dashboards hat. Diese Flexibilität ermöglicht es uns, unsere Bemühungen auf die Besonderheiten jedes einzelnen Kunden zu konzentrieren.



Technologie

Tableau ist eine Analyseplattform, die ihren Nutzern eine vollständige, sichere und flexible Datenanalyse und äußerst ansprechende Dashboards bietet. Diese Plattform zeichnet sich dadurch aus, dass sie äußerst intuitiv ist, selbst beim Prozess der Erkundung und der Erstellung von Analysen. Sie ist daher für jeden zugänglich, insbesondere für die Benutzer, deren Daten analysiert werden, und ermöglicht diesen Teams eine größere Autonomie.

Tableau Prep ist die Datentransformationskomponente innerhalb der Tableau-Plattform, die es Geschäftsanwendern ermöglicht, Prozesse direkt und auf optimierte Weise einzusetzen.

Datorama ist eine Cloud-Plattform, die die Zentralisierung von digitalen Marketinginformationen ermöglicht.

Verbesserte

Kundenkommunikation

- Die Verfügbarkeit von Informationen, die eine Analyse der erbrachten Kampagnenleistungen ermöglichen, ist für die Kommunikation mit den Kunden unerlässlich. Mit dieser Lösung wurde diese Kommunikation revolutioniert, da komplexe Daten visuell übertragen und leichter analysiert werden können. Auf diese Weise hat der Kunde 24 Stunden / 7 Tage die Woche Zugang zu Berichten mit einer täglichen Datenaktualisierung, der Bereitstellung neuer Erkenntnisse, sowohl der Fähigkeit zum Benchmarking, was die Analysen bereichert.

Prozessoptimierung

- Reduzierung des Zeitaufwands für die Berichterstattung, so dass die Zeit genutzt werden kann, um den Kunden mehr Einblicke zu geben - das ist das Ziel von Havas

- Die Systematisierung der Daten war der Auslöser für eine Überprüfung der internen Prozesse und deren Optimierung, um sie zu automatisieren und zu beschleunigen, insbesondere in Bezug auf die Rechnungsstellung, die Planung und die Erstellung der Jahresberichte für Kampagnen. Außerdem wurde eine Gruppe von Best Practices geschaffen, deren Auswirkungen über den Bereich der Berichterstattung hinausgingen.

Autonomie bei der Anpassung von Kundenanalysen

- Die Verwendung von Tableau Prep ermöglicht es dem Analysesteam, Datentransformationsprozesse zu verwalten und Geschäftsregeln anzupassen, ohne dass die technischen Teams eingreifen müssen.

- Die einfache Änderung und Erstellung neuer Dashboards mit spezifischen Regeln ermöglicht es uns, uns an die Bedürfnisse der anspruchsvollsten Kunden anzupassen.

> Xpand IT hat uns technisch unterstützt, insbesondere bei der Einrichtung, Schulung und bei der Klärung von Unklarheiten. Außerdem beraten sie uns, wenn Kunden komplexere Herausforderungen stellen, und weisen uns den richtigen Weg, so dass wir diese Herausforderungen mit noch mehr Sicherheit angehen können.
>
> **Rui Belona**
> Senior Analyst & Data Business Intelligence

havas media group

xpand it

xpand-it.com

HQ: Portugal
Croatia . Germany . Sweden . United Kingdom

Lisboa2020 NORTE 2020 PT2020 UE CIMPO