

**Case Study**

# **DIGITAL LAUNCH PAD: DAS PROZESSTOOL VON WEBREPUBLIC BRINGT DAS DIGITALMARKETING VON SIX AUF EIN NEUES LEVEL**

**«Um digital erfolgreich zu sein, braucht man eine klare Strategie: Einfach nur die bestehende Kommunikation zu digitalisieren, ist nicht das Ziel», so Dr. Alain Bichsel, Head Communication & Marketing von SIX. Dieser Ansicht ist auch Webrepublic: Gemeinsam mit der Schweizer Anbieterin für Finanzmarktinfrasturktur erarbeitete Webrepublic ein Framework, das die Kampagnengestaltung, das Bestimmen von KPI und deren Reporting unterstützt. Das Digital Launch Pad legt zudem eine gemeinsame Sprache fest, die sicherstellt, dass die SIX-Mitarbeitenden Marketingerfolg gleich definieren.**

## **AUSGANGSLAGE**

Das Technologieunternehmen SIX strebt eine digitale Führungsrolle unter den Finanzmarktinfrastruktur-Dienstleistern an. Um diesen Anspruch kommunikativ zu unterstützen, sollen digitale Kampagnen zielführend aufgesetzt werden. Die Absicht ist, Kampagnenbriefings und -ziele klar zu definieren und so den passenden Kanal für die Ausspielung zu bestimmen. Erst dann kann die anspruchsvolle Zielgruppe, die sich überwiegend im B2B-Bereich befindet, erfolgreich mit kreativen und passenden Inhalten angesprochen werden.

## **ZIELE**

- ★ Nachhaltige Verbesserung der Kampagnen- und Briefingprozesse
- ★ Effizienzsteigerung durch gemeinsames, internes Verständnis von Prozessen und Budgetverantwortlichkeiten
- ★ Definition von klaren Zuständigkeiten und To-dos innerhalb der involvierten Teams

## **MASSNAHMEN**

### **1. Durchführung von Stakeholder-Interviews**

Webrepublic führte mit 15 Stakeholdern Interviews durch, um die Bedürfnisse, Herausforderungen und Erwartungen an das Digitalteam von SIX zu analysieren. Daraus ging hervor, dass eine digitale Kommunikationsstrategie sowie klare Verantwortlichkeiten und Prozesse gefragt sind.

### **2. Lancierung des Digital Launch Pads**

Webrepublic erarbeitete ein Prozesstool, das auf die oben genannten Aspekte eingeht: das Digital Launch Pad. Es unterstützt dabei, die Digitalmarketing-Strategie in die Praxis umzusetzen und wirkungsvolle Kampagnen zielgerichtet auf den passenden Marketingkanälen auszuspielen. Ein wichtiger Bestandteil des Digital Launch Pads ist das sogenannte Toolkit: In Form eines von Webrepublic kreierten Prozessablaufs führt es die Mitarbeitenden von SIX durch den ganzen Kampagnenprozess: vom Kampagnenbriefing über die Ziele und Zielgruppen der Kampagne bis



hin zu den Visuals und dem Reporting. Dank dem Toolkit können ganze Kampagnen in einem einheitlichen Prozess durchdacht werden, was nicht zuletzt die Arbeit mit externen Agenturen vereinfacht.

## **ERGEBNISSE**

- ★ Steigerung der Effizienz: Weniger Feedback-Loops, klare Verantwortlichkeiten, Verbesserung der Briefingprozesse für Agenturen
- ★ Gemeinsames Verständnis von Business-Zielen und deren Umwandlung in Kampagnenziele
- ★ Gemeinsames Verständnis der Prozesse und der Vorlaufzeit unterschiedlicher Arten von Kampagnen

**«Dank dem Digital Launch Pad führen wir zielgerichtete und klare Unterhaltungen mit allen Beteiligten, was unter anderem zu einer Effizienzsteigerung der Kampagnenorchestrierung führt und den Ausbau des internen Wissens fördert.»**

**TOBIAS EISNER, Strategic Development Lead, Webrepublic**

**«Effiziente Prozesse, wie sie das Digital Launch Pad bietet, helfen uns, Kampagnen mit maximaler Wirkung aufzusetzen und unsere Zielgruppe optimal zu erreichen. Das Digital Launch Pad ist unser Navigator – von der Planung bis zum Reporting.»**

**CLAUDIA HOLFERT, Head External & Digital Communications, SIX**

