

# Konzernweite Kampagnenplanung der Schweizerischen Post

## Suche nach einer bereichsübergreifenden Kampagnenplanung

Die Schweizerische Post ist der drittgrösste Arbeitgeber in der Schweiz und mit über 55'900 Mitarbeitern in allen Sprachregionen des Inlandes sowie im Ausland in verschiedenen Niederlassungen vertreten. Zu ihren Tätigkeitsfeldern gehören PostMail, PostNetz und Swiss Post Solution im Kommunikationsbereich und PostLogistic (Logistik), PostAuto (Personenverkehr) sowie PostFinance (Finanzdienstleistung) im Dienstleistungssektor. Aus diesem Grund suchte sie nach einem bereichsübergreifenden Planungstool, das für alle internen und externen Kommunikationskampagnen länderübergreifend eingesetzt werden kann, wie z.B. interne Informations- oder externe Werbekampagnen für Produkte und Dienstleistungen.

Da die Post bereits seit 2010 das censhare Web-to-Publish, das Digital Asset Management, das Marketing Ressource Management und das Redaktions-System für die Kommunikationserstellung nutzte, lag es nahe, auch das Kampagnenplanungstool in Zusammenarbeit

mit dem alevion Team und der censhare Lösung zu realisieren. Dementsprechend passte das Expertenteam von alevion die censhare Systemlösung den veränderten Kommunikationsbedürfnissen an.

Die zwei wichtigsten Projektanforderungen waren, ein bereichsübergreifendes Management der übergeordneten Planungen, Bereichsplanungen und Channels und eine stets aktuelle Übersicht über sämtliche Kampagnen innerhalb der rollierenden Jahresplanung.

Folgende Anforderungen mussten erfüllt werden:

- Ein einheitliches Tool für alle Unternehmensbereiche
- Einfaches Erstellen von Planungen, Themen, Massnahmen und Aufgaben
- Relationale Verknüpfungsmöglichkeit von Planung, Themen, Massnahmen, Aufgaben, Personen, Business Units und Zielgruppen
- Visualisierung in einer GANTT-Chart-Darstellung
- Vererbung von Planungsinformationen und Merkmalen
- Zuordnung von Assets (z.B. Bilder, Layouts, Personen)
- Detaillierte Such-Funktion nach Kriterien und in Abhängigkeit verschiedener, frei wählbarer Zeiträume

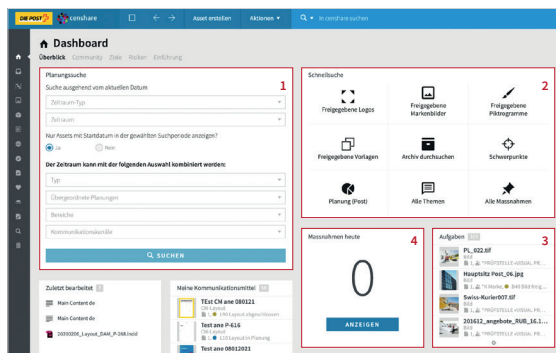
# «Mit der Umsetzung der Themenplanung mit der censhare Lösung konnten wir diverse Planungen in einem System konsolidieren und so mehr Effizienz und Relevanz in den Kommunikationsanstrengungen erzielen.»

Michael Eberle, Product Owner

Im Laufe der Projektumsetzung kamen folgende Anforderungen hinzu:

- Erweiterung der Verknüpfungsmöglichkeiten von «Themen an Themen» und «Aufgaben an Themen»
- Such- und Funktions-Widgets für eine verbesserte User-Experience
- Vertrauliche Themen einer eingeschränkten Benutzergruppe zur Verfügung stellen

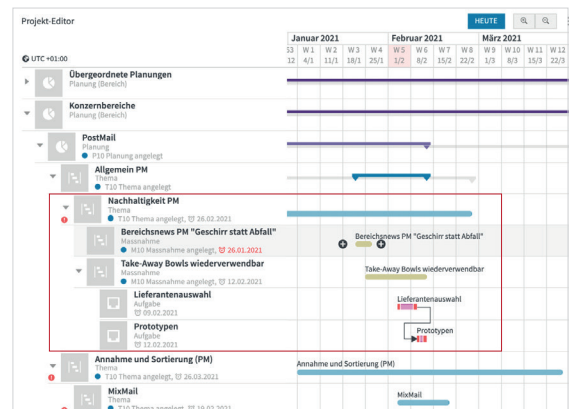
planung die Aufgaben, Deadlines und Meilensteine sauber gemanaged werden. Zudem gab es auch schon diverse Schnittstellen zu internen und externen Umsystemen (z.B. Sitecore), weshalb es auch aus diesem Grund naheliegend war, das Kampagnenmanagement ebenfalls innerhalb der bestehenden censhare Systemlösung entsprechend auszubauen.



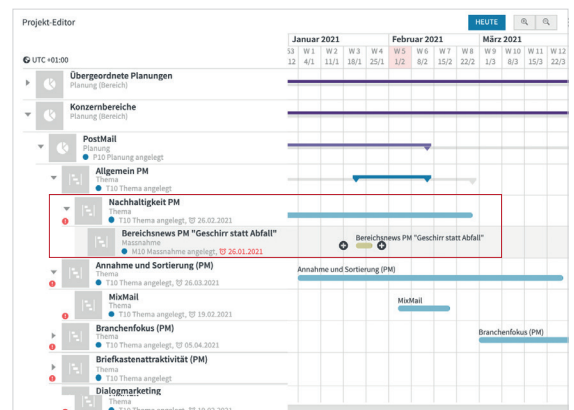
1. Such-Widgert: Durch Eingabe verschiedener Optionen wird eine Suche ausgelöst
2. Schnellsuche-Widgert: Durch das Klicken auf einzelne Funktionen wird eine vordefinierte Suche ausgelöst
3. Aufgaben-Widgert: Listet alle dem entsprechenden Benutzer zugewiesenen Aufgaben zu
4. Anzeige-Widgert: Eine Konfiguration setzt im Hintergrund eine Suche ab, die das Resultat im Widgert anzeigt.

## Die passende Lösung

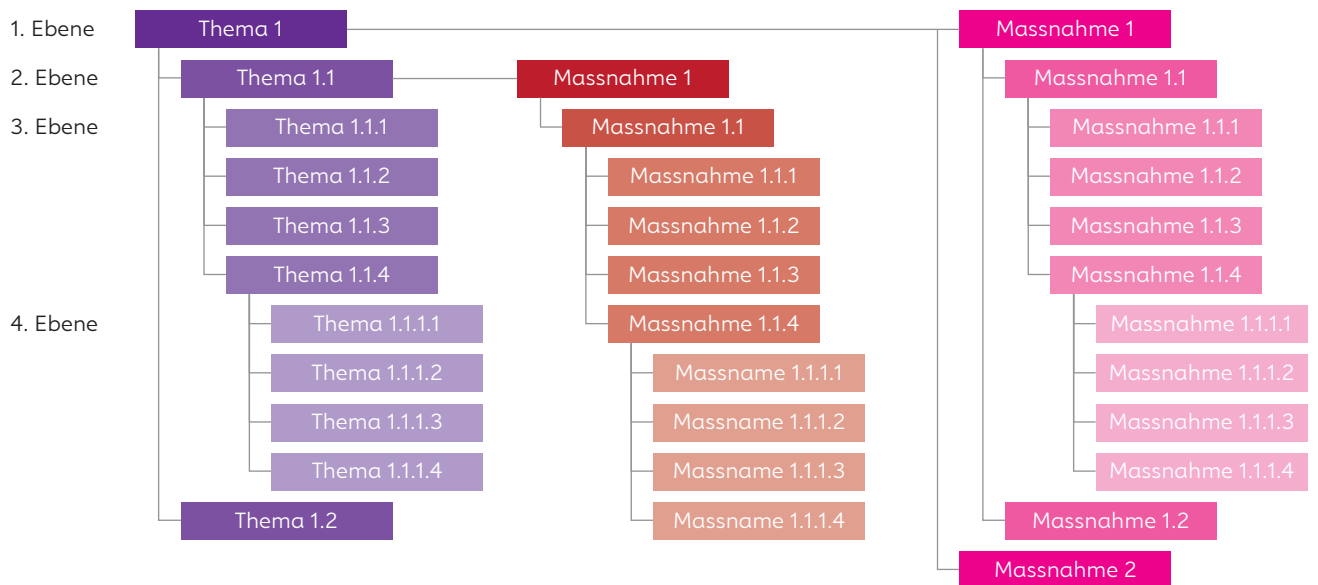
Aufgrund der Anforderungskriterien und der Tatsache, dass die Post censhare seit 2010 als RedSys, (u.a. für das Mitarbeiter- und Privatkundenmagazin), Web-to-Publish und als DAM in Einsatz hat, entschied sich die Post für den censhare Projekt Editor. So können nun bei jeder unternehmensübergreifenden Kampagnen-



GANTT-Chart vor Abschluss einer Massnahme inkl. Aufgaben



GANTT-Chart nach Abschluss einer Massnahme. Sie verschwindet aus der Übersicht. Aufgaben werden mitarchiviert.



Verknüpfungstiefe mit Sub-Themen und Massnahmen

## Einrichtung des censhare Projekt Editors

Die Schweizerische Post erstellte eine statische Planungsstruktur mit drei Planungsbereichen, sieben Geschäftsbereichen und elf Funktionsbereichen sowie einem offenen Planungsbereich. Innerhalb dieser Struktur können Kampagnen mittels vordefinierten Templates erstellt und geplant werden. Im offenen Planungsbereich besteht zudem die Möglichkeit, zusätzliche Planungen mit daran verknüpften Themen vorzunehmen.

Um das Ganze übersichtlich und einfach zu halten sowie eine gute System Performance gewährleisten zu können, entschied man sich für eine maximale Verknüpfungstiefe von vier Ebenen. Vier Themen können somit hierarchisch untereinander verknüpft werden. Und an diese Themen können wiederum Themen, Massnahmen und Aufgaben verknüpft sein.

Ein wichtiger Faktor bei der Kampagnenplanung ist zudem auch die stetige Aktualisierung und Visualisierung der GANTT-Charts. Aus diesem Grund wurden für die Planungen, Themen und Massnahmen diverse Workflow-Prozesse mit vordefinierten Automatismen hinterlegt. Das heisst konkret, dass z.B. eine Massnahme zwei Wochen nach geplantem Abschluss aus dem Projekt-Editor verschwindet und archiviert wird. Gleichzeitig werden die mit dieser Massnahme

verknüpften resp. untergeordneten Aufgaben ebenfalls automatisch archiviert. Dabei ist nicht zwingend, dass diese fertiggestellt waren. Insgesamt werden jegliche Themenbereiche in eine Archivdomäne verschoben, sobald alle dazugehörigen Sub-Themen und Massnahmen etc. archiviert wurden. So bleibt das GANTT-Chart immer aktuell und übersichtlich.

## Effiziente Kampagnen-Suche

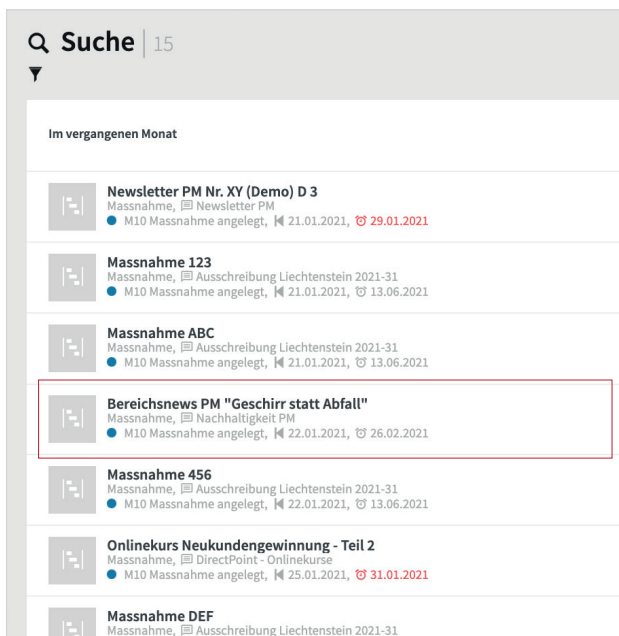
Die bereichsübergreifende Kampagnenplanung generiert eine grosse Menge an verfügbaren Daten. Damit man bei der Suche nach Daten schnell zum Ziel kommt, ist es wichtig, dass effiziente Such-Mechanismen zur Verfügung stehen. Für die Schweizerische Post richtete das alevion Team daher zusätzlich zu den individuellen Standard-Such-Mechanismen von censhare ein spezifisches Such-Widget ein. Dies ermöglichte eine zeitbezogene Suche.

Ausgehend vom Planungszeitraum einer Kampagne (frei wählbarer Zeitraum, Kalenderwoche oder Tage) kann der User nach Themen, Massnahmen und Aufgaben suchen und nach übergeordneten Planungen, Geschäfts- oder Funktionsbereichen sowie nach Kommunikationskanälen einer Kampagne (unter Berücksichtigung des Startdatums der Kampagne).

# Erfolgreiche Implementierung

Einer der Erfolgsfaktoren für die Implementierung der interdisziplinären Kampagnenplanung war sicher die agile Arbeitsweise nach Scrum-Methodik. Das Projekt-Team, bestehend aus Post-, aclevion- und Agentur-Ressourcen, stimmte sich in täglichen Online-Meetings, wöchentlichen Refinements und alle zwei Wochen via Review-, Retro- und Planungsmeetings über den Projektfortschritt ab. In den Review-Meetings wurden zudem die Stakeholder eingebunden, die so den Projektfortschritt mitverfolgen und auf Anpassungen direkten Einfluss nehmen konnten.

Mit Scrum konnte die Anzahl der im Projekt involvierten Ressourcen tief gehalten werden und der Kunde war in der Entwicklung von Anfang an stark involviert, da er in der Rolle des Scrum Masters und Product Owners war. Als solcher war er verantwortlich für die Priorisierung kommender Projektanforderungen und Klärung auftretender Fragen der jeweiligen Stakeholder.



Die Suchergebnisse können nach Startdatum einer Kampagne sortiert werden.

Copyright © 2022 aclevion

Alle Rechte vorbehalten. aclevion und sonstige, damit verbundene Warenzeichen sind Warenzeichen der aclevion AG. Weitere Warenzeichen können Warenzeichen ihrer jeweiligen Eigentümer sein. Dieses Factsheet dient ausschliesslich zu Informationszwecken. Die Inhalte dieses Factsheets waren zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung korrekt. aclevion übernimmt für dieses Factsheet keine Gewährleistung – weder ausdrücklich noch impliziert.

# Fazit

Die Anforderungen eines All-in-One-Tools für die Kampagnenplanung konnten erfolgreich umgesetzt und zeitgerecht in Betrieb genommen werden. Die agile Arbeitsweise und dedizierten Ressourcen in Spezifikation, Entwicklung und Testmanagement verbesserten die Zusammenarbeit, verkürzten die Kommunikationswege und ermöglichten es allen Beteiligten von Anfang an der gesamten Prozesskette beizuwohnen und sich einzubringen. Dies reduzierte Fehler und führte zu einem effizienten Arbeitsablauf. Der Kunde ist mit dem Produkt sehr zufrieden und erweitert fortlaufend die Möglichkeiten des Systems. So war das Kundenfeedback auch von Anfang an äusserst positiv und begeistert:

- Scrum Master Post: «Konstruktive und lösungsorientierte Zusammenarbeit → Weiter so!»
- Product Owner Post: «Zielorientierte, professionelle und effiziente Zusammenarbeit!»
- Benutzer: «Das System erlaubt einfaches und intuitives Arbeiten!»

## Über aclevion

Wir verstehen uns als Experten, wenn es darum geht, in Ihrem Unternehmen clevere Software-Systemlösungen für das optimale Handling von Kommunikationsinhalten und deren Multi-channel-Nutzung zu implementieren und betreuen.

Das aclevion Team verfügt über langjährige und umfassende Erfahrung in der Beratung und Betreuung von namhaften national und international tätigen Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen. Dazu zählen zum Beispiel Alnatura, BLS, Chocolat Halba, Geberit, Globus, ESA, Leister Technologie, Manor, Migros, Office World, Sanitas Versicherung, SwissRe, Schweizerische Post und viele mehr.

Weitere Informationen auf [aclevion.com](https://www.aclevion.com)