



Checklist für Auftraggeber

Sie kommunizieren regelmässig mit verschiedenen Zielgruppen und setzen dabei unterschiedliche Medien (Print, Web, Mobile, Radio/TV) ein. Die Wiederverwendung bestehender Inhalte ist für Sie ein Ziel, der Einsatz von Media-Assets-Management der Weg, um in der Umsetzung effizienter und im Kommunikationsbudget kostengünstiger zu sein.

Anhand nachfolgender Checklist können Sie abschätzen, wie sieht dies in meinem Fall konkret aus? Da wir keinen Einblick in Ihr Unternehmen haben, Ihnen aber trotzdem einen Fingerzeig geben wollen, bitten wir Sie um die Beantwortung folgender 20 Fragen. Jeder der vier Antwortmöglichkeiten (von «Trifft voll zu» bis «Trifft nicht zu») ist eine Zahl (Punktwert) zugeordnet, die Sie addieren müssen. Am Schluss finden Sie eine erste Beurteilung aufgrund Ihres Punktetotals.

CROSSMEDIA-PROJEKTE MIT MEDIA-ASSET-MANAGEMENT				
	trifft voll zu	trifft teilweise zu	trifft kaum zu	trifft nicht zu
1. Wir greifen zurzeit auf keine (interne/externe) Mediendatenbank zu	4	3	2	1
2. Ein grosser Teil unserer Medienproduktion erfolgt intern	4	3	2	1
3. Wir verwenden in unserer Kommunikation unterschiedliche Medien (Print und Nonprint) oder planen dies zukünftig zu tun (z.B. Printprospekte, Printkatalog, Web, Mobile)	4	3	2	1
4. Wir kommunizieren häufig mit mehr als vier verschiedenen Kundensegmenten	4	3	2	1
5. Unser Sortiment umfasst mehr als 100 Einzelleistungen (Produkte)	4	3	2	1
6. In unserem Unternehmen besteht keine Stelle, die für das Media-Asset-Management ¹ verantwortlich ist	4	3	2	1
7. Wir verwenden unsere Media-Assets bereits für unterschiedliche Kommunikations- und Marketingmittel; doch soll die Wiederverwendung bestehender Media-Assets erhöht werden	4	3	2	1
8. Die Effizienz in der Produktion von Kommunikations- und Marketingmassnahmen könnte besser sein	4	3	2	1
9. Es fällt uns schwer, unser Corporate Design in allen Kommunikationskanälen effizient und konsistent umzusetzen	4	3	2	1
10. Die einzelnen Kommunikationsinstrumente werden zurzeit zu wenig aufeinander abgestimmt (Ausschöpfung Synergiepotenzial)	4	3	2	1

¹Das Handling mit digitalen Text-, Bild-, Video- und Grafikbausteinen

CROSSMEDIA-PROJEKTE MIT MEDIA-ASSET-MANAGEMENT				
	trifft voll zu	trifft teilweise zu	trifft kaum zu	trifft nicht zu
11. Die Werbewirkung und/oder Kundenintegration der Marketing- und Kommunikationsaktivitäten ist teilweise unbefriedigend	4	3	2	1
12. In unserem Unternehmen besteht zurzeit kein langfristiger Kommunikationsplan mit genauem Umschrieb der einzusetzenden Mittel und entsprechender Budgetzuteilung	4	3	2	1
13. Zur Umsetzung der Crossmedia-Strategie besteht zurzeit keine technische Vision (SOLL-Zustand)	4	3	2	1
14. Wir verfügen bereits über eine oder mehrere Datenbanken und möchten diese zentral verwalten	4	3	2	1
15. Aktualität («time to market») ist für uns ein entscheidendes Kriterium	4	3	2	1
16. Unsere Firma ist international vertreten; der Zugriff auf unsere Daten sollte daher dezentral möglich sein.	4	3	2	1
17. Wir produzieren regelmässig Unterlagen in verschiedenen Sprachen	4	3	2	1
18. Wir verwenden viel Zeit, um digitale Assets aufzufinden, aufzubereiten und an die richtigen Stellen weiterzuleiten	4	3	2	1
19. Für uns ist es schwierig, alle Kommunikations- und Marketingmittel aktuell zu halten (z.B. Preise in Print- und Web)	4	3	2	1
20. Daten aus verschiedenen Quellen führen bei der Produktion unserer Kommunikations- und Marketingmittel häufig zu Fehlern.	4	3	2	1
IHRE PUNKTZAHL				

AUSWERTUNG

65-80 Punkte

Ihr Unternehmen braucht eine Crossmedia-Lösung resp. -Beratung oder sollte mit einem externen Crossmedia-Dienstleister zusammenarbeiten.

50-64 Punkte

Eine Crossmedia-Lösung könnte in Ihrer Unternehmung die Effizienz und Wirtschaftlichkeit in der Herstellung von Kommunikations- und Marketingmitteln erheblich erhöhen.

30-49 Punkte

Sie haben Ihre Workflows gut im Griff. Mit dem Einsatz einer Crossmedia-Lösung könnten Sie eventuell noch einiges verbessern.

< 30 Punkte

Die Erstellung von Kommunikations- und Marketingmitteln macht Ihnen keinerlei Probleme. Wahrscheinlich betreiben Sie schon ein Media-Asset-Management-System.