



Schatz, stell die Gummistiefel ins Schaufenster, es regnet

Bild: Denise Johnson/shutterstock.com

Digital Experience-Evolution erlaubt Unternehmen agiles Handeln im eigenen digitalen Raum

Renommierte Marktforscher wie Forrester Research & Co. sind sich einig: Geschäftsmodelle müssen zukünftig im digitalen Raum überzeugen. Dabei gilt: Alleine präsent zu sein reicht nicht mehr, analog zu den Automatisierungsgrundsätzen der vernetzten Industrie 4.0, muss sich auch die Informationskultur in Marketing und Vertrieb anpassen. Die Schlagworte sind Agilität und Bereitstellung relevanter Informationen in Echtzeit, die Vision der Single Customer View, das persönliche Erlebnis im digitalen Raum. Die bestehenden Content-Management-Systeme, die Unternehmen einsetzen, werden diese Anforderungen nicht mehr abbilden, die Zukunft sieht Forrester «Digital Experience Plattformen» – kurz DXP. Vorreiter sind die grossen Anbieter, die BigData-Informationen nutzen, um durchgehend in allen Kanälen und Medien mit erlebnisorientierten und relevanten Informationen und Angeboten neue Käufer zu erschliessen und zu binden. Mittelständische Unternehmen werden kaum von diesem Trend profitieren, wenn nicht einfach zu bedienende Systeme verfügbar sind, die auch ohne den Kauf von Daten bei Facebook und Co. Kontextbasiert und dynamisch Content bereitstellen. Hier positioniert sich die DXP-Plattform Ares4, mit der Unternehmen den Besuchern ihrer Digitalpräsenzen abhängig von Ort, Zeit oder Situation nur diejenigen Informationen bereitstellen können, die ihn wirklich interessieren. Selbst die Steuerung durch Sensoren im Sinne des IoT-An-

satzes sind möglich, beispielsweise auf Basis von Wetterdaten – bei Regen werden andere Inhalte angezeigt als bei Sonne.

Schatz, stell die Gummistiefel ins Schaufenster, es regnet

Früher war die Welt so einfach, bei Regen wurden kurzerhand Gummistiefel, Regenschirme und Friesennerz ins Schaufenster des Ladengeschäftes gestellt, um die Kunden gezielt entsprechend ihren Bedürfnissen anzusprechen. Mit Aufkommen des Internet verschwand diese Agilität, ersetzt durch starre Digitalpräsenzen. Der Kunde vor dem digitalen Schaufenster sieht heute bei zwar grösserer Auswahl alles und doch nichts. Digital Experience wird dies ändern und Unternehmen ermöglichen, schnell und agil Geschäfts- und Marketingtaktiken umzusetzen.

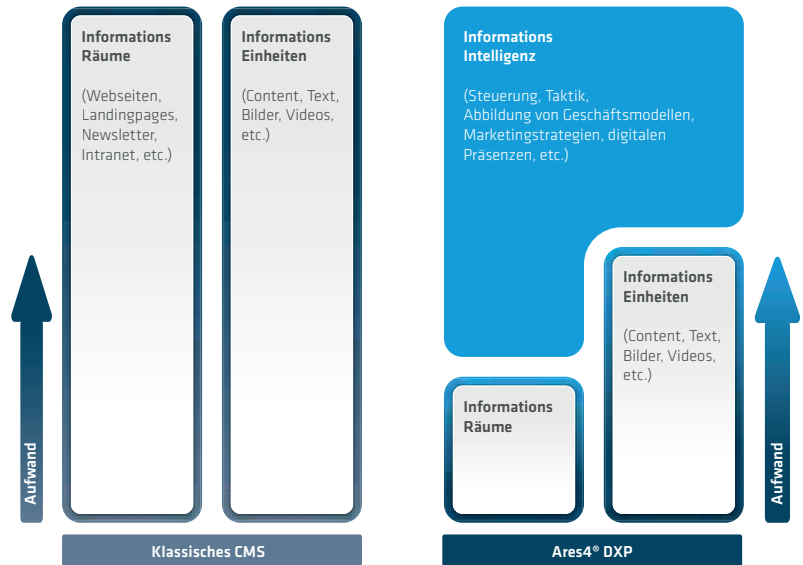
«Die am Markt bekannten Content-Management Systeme sind entweder den neuen Forderungen nicht gewachsen oder – wenn sie es sind – viel zu komplex in Funktionsweise und Ergonomie. Vor diesem Hintergrund gehen wir davon aus, dass mindestens 25 Prozent der bestehenden Installationen durch smarte und einfach zu bedienende, DXP-orientierte Lösungen ersetzt werden», beschreibt Tobias Heimpel, CEO des Ares4-Entwicklers, der ProzessPiraten Labs GmbH. Die cloudbasierte Digital Experience Plattform Ares4

ist speziell für kleine und mittlere Unternehmen entwickelt und erlaubt die Erstellung und Steuerung von Digitalpräsenzen wie Webseiten, Apps, Landingpages und mehr ohne Programmierung. Die Zielsetzung der ProzessPiraten Labs: Weniger Ressourcen in der IT-Expertise, mehr Zeit und Mittel zur dynamischen Abbildung von Geschäfts- und Marketingtaktiken.

Die Richtung ist klar: Dynamik und Agilität auch in den eigenen Digitalpräsenzen

Der Tenor vieler Zukunftsstudien ist stets derselbe: Der Wandel vom CMS zum DXP wird für Unternehmen unumgänglich werden, da sich Geschäftsmodelle immer stärker in den digitalen Raum verlagern. In der Konsequenz müssen sich die dazugehörigen Geschäfts- und Marketingtaktiken effizient, einheitlich und weitestgehend automatisiert in allen Digitalpräsenzen des Unternehmens umsetzen lassen. «Damit digitale Präsenzen wie Web, App oder Landing-Page eine Marketing- oder Geschäftstaktik wirklich agil unterstützen können, braucht es eine Re-Allokation in den Projektressourcen. Weg von IT-Komplexität und Programmierung, hin zum Fokus auf Inhalte. Weg von hohen Einmal-Investitionen, hin zu schlanken, vielseitigen Einzelprojekten auf einer einheitlichen Software- und Datenbasis. Weg von starren Inhalten und Navigationen, zu kontextorientierten Erlebnisräumen – gerne auch mithilfe des Internet of Things», so ProzessPiraten CEO Tobias Heimpel.

Content Management Systeme wie typo3, Joomla & Co., welche in den vergangenen Jahren enorme Entwicklungssprünge durchlaufen haben, werden kaum noch die Anforderungen erfüllen können, zumal die OpenSource-Gemeinde extrem komplexe und fragmentierte Systeme entwickelt hat. «Die CMS-Community ist stets darum bemüht, den wachsenden Anforderungen der Kunden – etwa nahtlose Social-Media-Integration, Suchmaschinenoptimierung, professionelle Sicherheit und hohe Verfügbarkeit sowie responsive Design – gerecht zu werden», erläutert Heimpel weiter. Die Folgen der rasanten Entwicklung sind jedoch nicht nur positiv. Neben einer Fülle komplexer Funktionsbündel kämpfen Unternehmen nun mit langen Einarbeitungszeiten, zusätzlichen, externen IT-Programmierungen sowie hohen Implementierungs- und Editieraufwänden. «Vom DXP-Anspruch sind diese Systeme (Lichtjahre) entfernt», so Heimpel. Wer klassisch weiterhin auf Content-Management-Systeme – also auf wenig agiles und dynamisches Web – setzt ist mit der Kategorie der schlanken Editoren und CMS-Produkte wie Wordpress gut bedient. An dritter Stelle finden sich



die «Grossen» der Branche wie Adobe, Salesforce, Oracle & Co., die ihre Systeme derzeit unter Hochdruck zu DXP-Plattformen ausbauen. Hier zeigt jedoch bereits heute: Für den «normalen Mittelständler» ohne IT-Expertise im Marketing sind die hochkomplexen Anwendungen nicht bedienbar und in vielen Fällen auch zu teuer.

Ares4 schliesst die Lücke

In diesem Software-Delta positioniert sich Ares4 als hochstandardisierte, cloudbasierte DXP-Lösung, die sowohl finanziell als auch intellektuell auf die Anforderungen des Mittelstands zugeschnitten ist. Mit Ares4 steht Unternehmen eine wissens- und kontextbasierte SaaS-Plattform zur Verfügung, um extrem dynamische Digitalpräsenzen ohne Programmierung und externe IT-/Web-Expertise auf einer einheitlichen Datenbasis zu realisieren. Das System der Ulmer ProzessPiraten Labs verlagert damit den Ressourceneinsatz von der technischen Umsetzung hin zur inhaltlichen Informationsbereitstellung.

Responsive Content meets Responsive Design

Bei der Verbreitung der Inhalte stellt Ares4 das Wissen um die Zusammenhänge zwischen Information und Zielgruppe in den Fokus. Geschäfts- und Marketingtaktiken lassen sich hochgradig individuell abbilden, wobei die Inhalte entsprechend Kunde bzw. Käufer, Ort, Zeit, Situation oder anderer Kriterien bereitgestellt werden. Mithilfe von zusätzlichen Logiken (z.B. Algorithmen oder IoT-orientierte Technologien) lassen sich diese Beziehungen automatisieren bis hin zur individuellen Digitalpräsenz pro Besucher (Single Customer View). Dabei unterscheidet Ares4 nicht zwischen verschiedenen Devices oder Ausgabekanälen, sondern kann Informationen mit einem einheitlichen Frontend bereitstellen.

Ares4®-Digitalpräsenzen lassen sich innerhalb weniger Minuten, sogar Sekunden anpassen, Inhalte neu kombinieren und dynamisch Strukturen bilden. So sind Sie jederzeit in der Lage, sich neuen Anforderungen anzupassen oder aktiv Marketingtaktiken auf Ihren Webseiten umzusetzen. Landingpages mit definierten Hemen lassen sich innerhalb weniger Minuten erstellen, ohne dass IT-Expertise benötigt wird.

ProzessPiraten Labs
November 2015 ist gemeinsam von der ProzessPiraten Holding und der rrooaarr interactive solutions die ProzessPiraten Labs gegründet worden. Die ProzessPiraten Labs sind das Zukunftslabor für Kulturwandel, neue Methoden und innovative Technologien im Marketing. Hier entwickeln Marketing Ingenieure neue Geschäftsmodelle und liefern Methoden und Technologien für den Dialog von Unternehmen und Kunden in der Zukunft.