

**BMPI. Siemens. 360° Performance Dashboard.
Digitale Kanäle. Mehrwert. Namics.**



Emanuel Bächtiger. Consultant.

5. Dezember 2013

Agenda.

- **Ausgangslage**
- **360° Performance Dashboard**
- **Projektvorgehen**
- **Key Take Aways & Ausblick**

Ausgangslage.

Siemens Building Technologies.

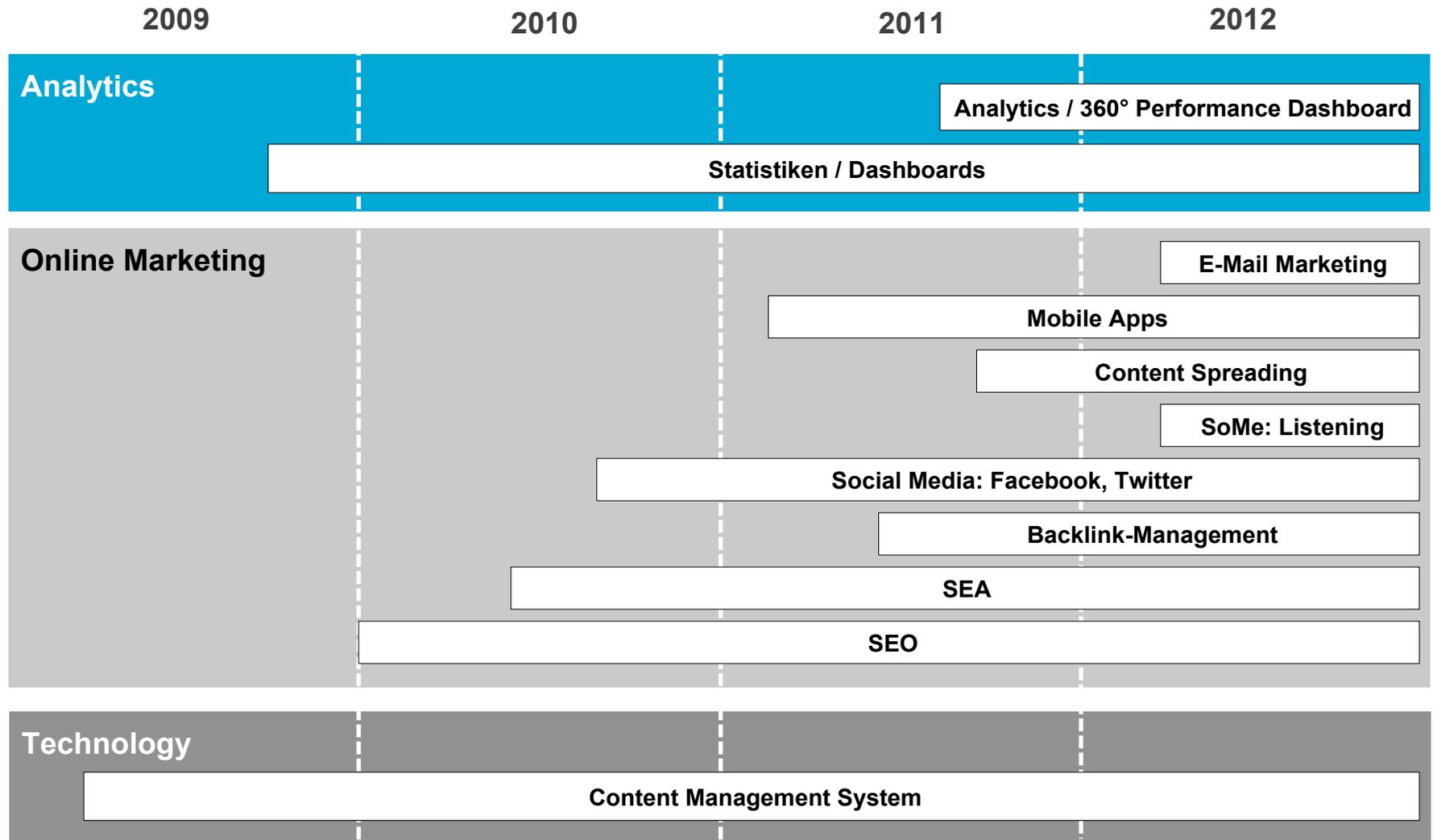
- **SBT ist eine der weltweit führenden Firmen im Bereich der Gebäudetechnik (HLK, Brandschutz, Sicherheit)**
- **Ca. 30'000 Mitarbeitende in über 30 Ländern**
- **5,8 Mrd. € Umsatz**
- **Global Headquarter in CH-Zug**
- **SBT ist eine Division des Siemens Sektors Infrastructure & Cities**
- **www.siemens.com/buildingtechnologies**



Siemens Building Technologies.



Elemente der Online Kommunikation.



Content Spreading: Genutzte Plattformen.



Herausforderung: Performance Messung

- **Es wurde bereits gemessen.**
 - Viele technische Basis-Zahlen
 - Wenig business-bezogene oder zielorientierte Werte
 - Keine integrierte und kanalübergreifende Lösung
- **Erste Ansätze für zielorientierte Messwerte existierten**
- **Value Model für Monetarisierung und Bewertung der online Aktivitäten existierte**

360° Performance Dashboard.

Idee.

- **Siemens BT weiss,**
 - **welcher** online Kanal bezogen auf
 - **welches** Business Ziel
 - **wie** gut performt.

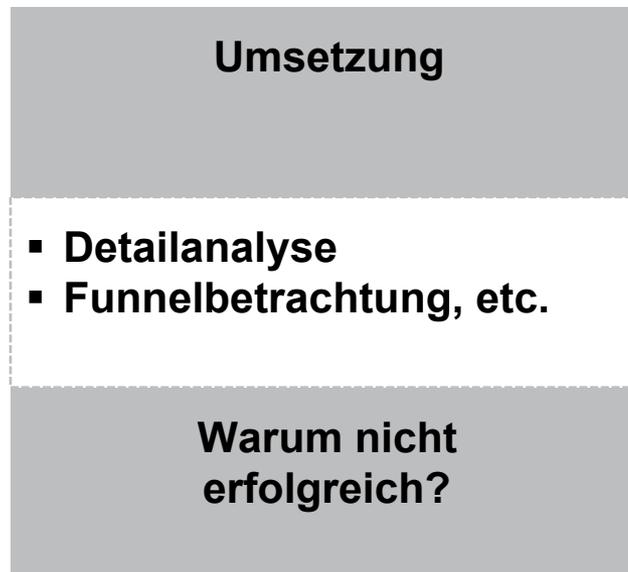
- **Möglichst alle relevanten online Quellen mit den wichtigsten und business-relevanten KPIs in einem Dashboard zusammenzufassen.**

Das Performance Dashboard fokussiert auf das „was“. Digital Analytics auf das „wie“ und „warum“.

Online Performance Dashboard



Digital Analytics



Management Sicht

→ Steuerung

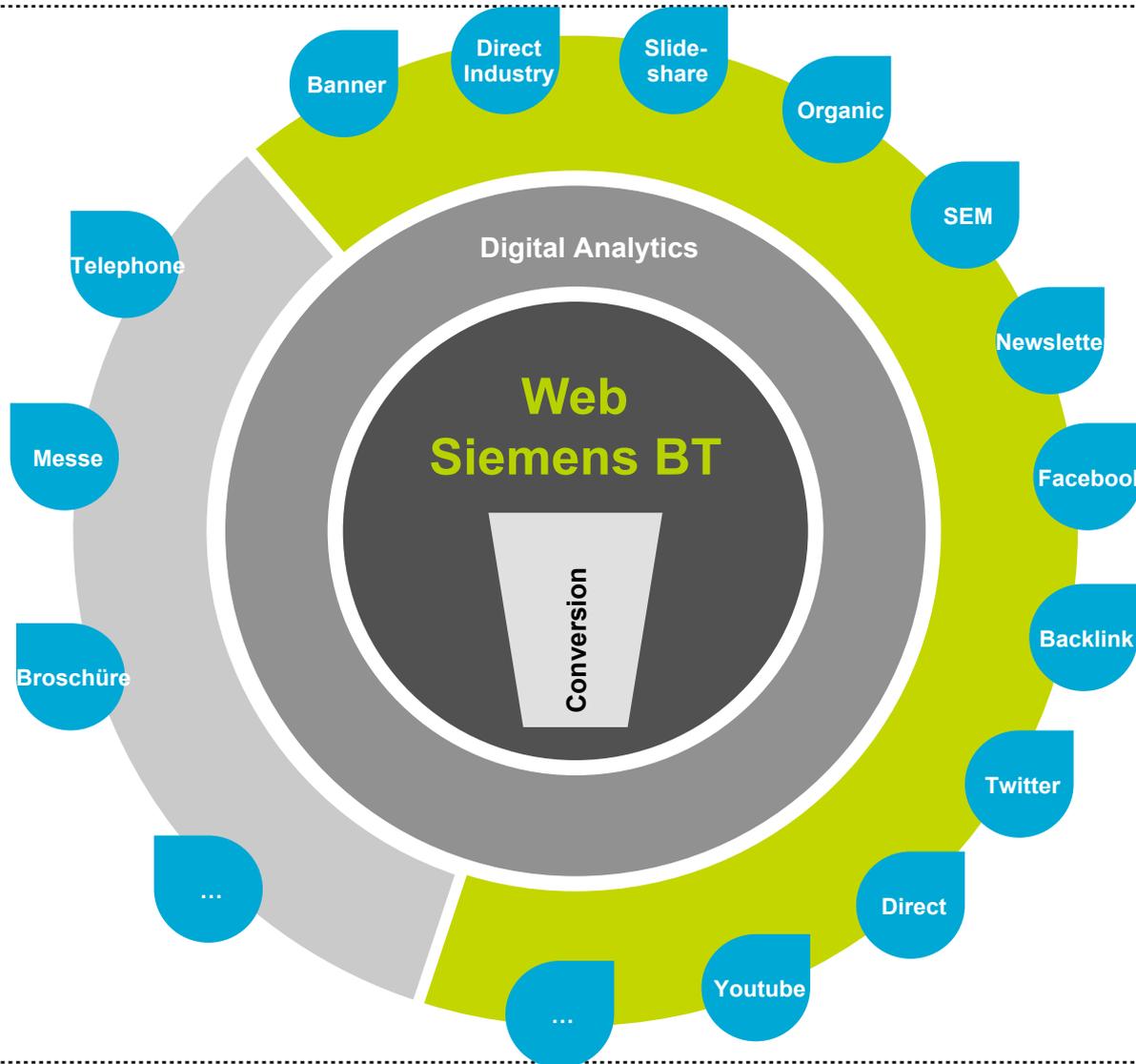
→ Investitions-Entscheidungen

Operative Sicht

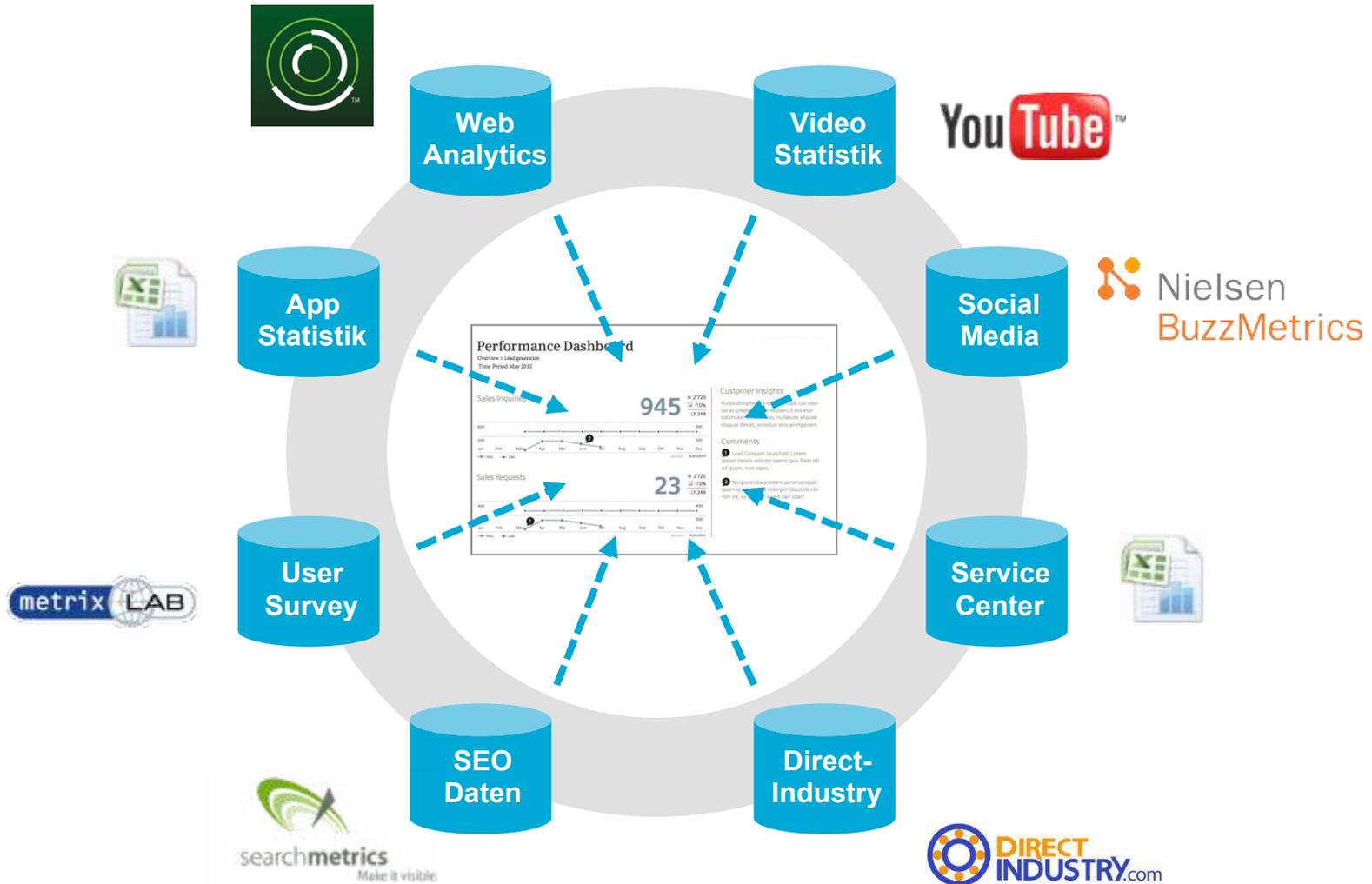
→ Kontinuierliche Optimierung

Im Fokus ← → Nicht im Fokus

Betrachtete Kanäle und deren Zusammenspiel.



360° Reporting: Quellen.



Von der Strategie zu den Online Goals.



360° Reporting: 4 KPIs.

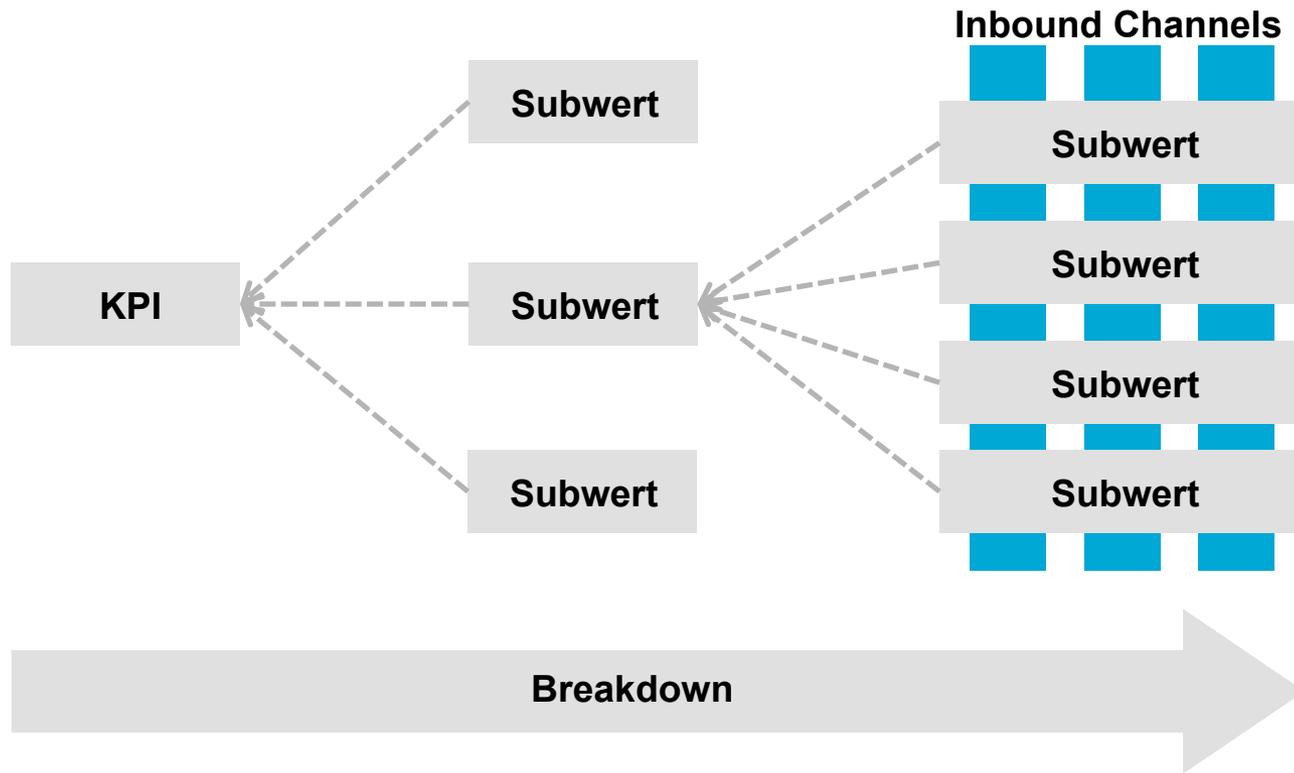
1 Qualified Marketing Leads

2 Visibility

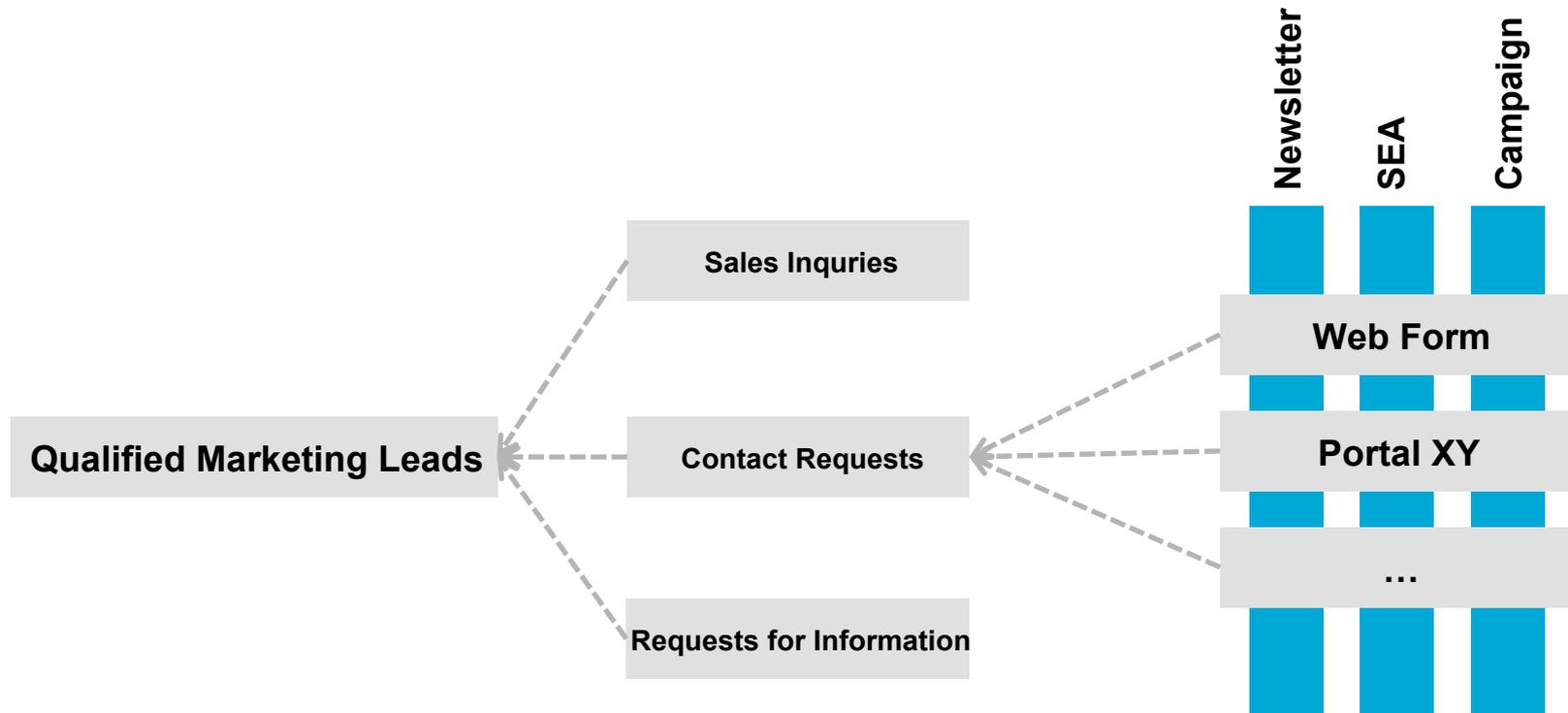
3 Effectiveness

4 Customer Insights

360° Reporting: Modell.



360° Reporting: Modell – Ein Beispiel.



Qualified Marketing Leads = Sales Inquiries + Contact Requests + Requests for Information

Contact Requests = Web Form + Telephone + Portal XY

Performance Dashboard IC BT HQ

SIEMENS

Overview

Time period:

Jun 13

KPIs are based on the Value Model, please see the user documentation.

1. Qualified Marketing Leads

756 $\frac{\odot}{\nearrow}$ $\frac{630}{20\%}$

2. Visibility

243 $\frac{\odot}{\nearrow}$ $\frac{231}{0\%}$

3. Effectiveness

810 $\frac{\odot}{\nearrow}$ $\frac{675}{20\%}$

4. Customer Insights

Please see the newsletter for customer insights.

Disclaimer

The dashboard is based on a variety of sources. The KPIs (based on the absolute figures) are weighted according to the Value Model. The reference value is the average value of the previous year (as far as data is available) and serves for interpretation purposes. For the benefit of better readability, all KPIs were divided by 1000.

Dummy-Zahlen

Performance Dashboard IC BT HQ

Overview > 1. Qualified Marketing Leads

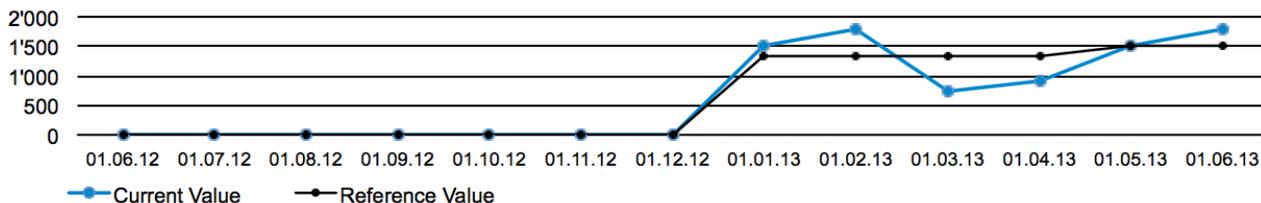
Time period Jun 13



1.1 Sales Inquiries

1'800

🎯 1'500
↗️ 20%
 LY 1'200



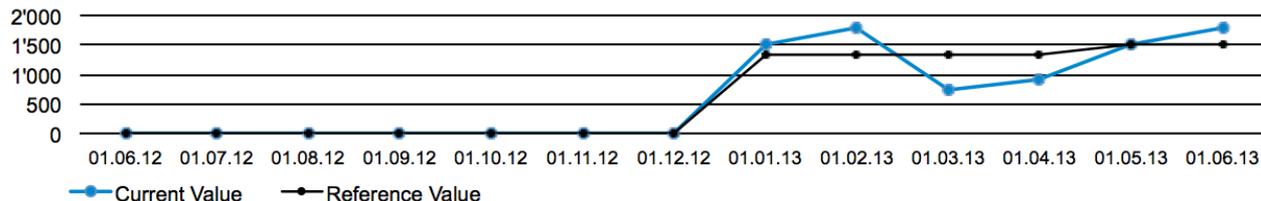
Comments

Sales Inquiries: A count of concrete sales inquiries.

1.2 Contact Requests

1'800

🎯 1'500
↗️ 20%
 LY 1'200



Contact Requests: A count of general contact requests.

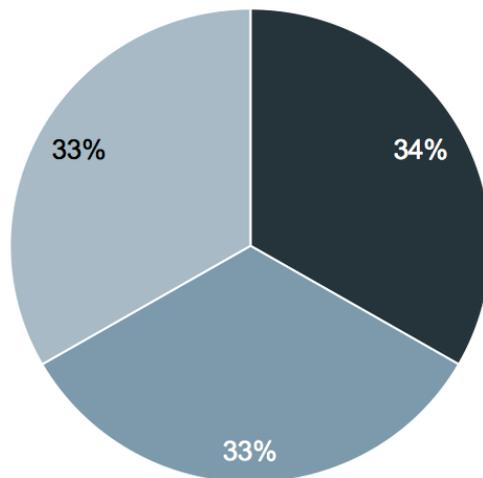
Dummy-Zahlen

Performance Dashboard IC BT HQ



Overview > 1. Qualified marketing leads > 1.1 Sales Inquiries

Time period: Jun 13



- HQ Webform
- Direct Industry
- Telephone / Offline

Comments

SQLY: Value from same quarter last year.
CPSI: Cost per Sales Inquiries

| Channel | Value | Reference Value | Value SQLY | Cost per Sales Inquiry | Reference CPSI | CPSI SQLY |
|---------------------|-------|-----------------|------------|------------------------|----------------|-----------|
| HQ Webform | 600 | 500 | 400 | n.a. | n.a. | n.a. |
| Direct Industry | 600 | 500 | 400 | n.a. | n.a. | n.a. |
| Telephone / Offline | 600 | 500 | 400 | n.a. | n.a. | n.a. |

Dummy-Zahlen

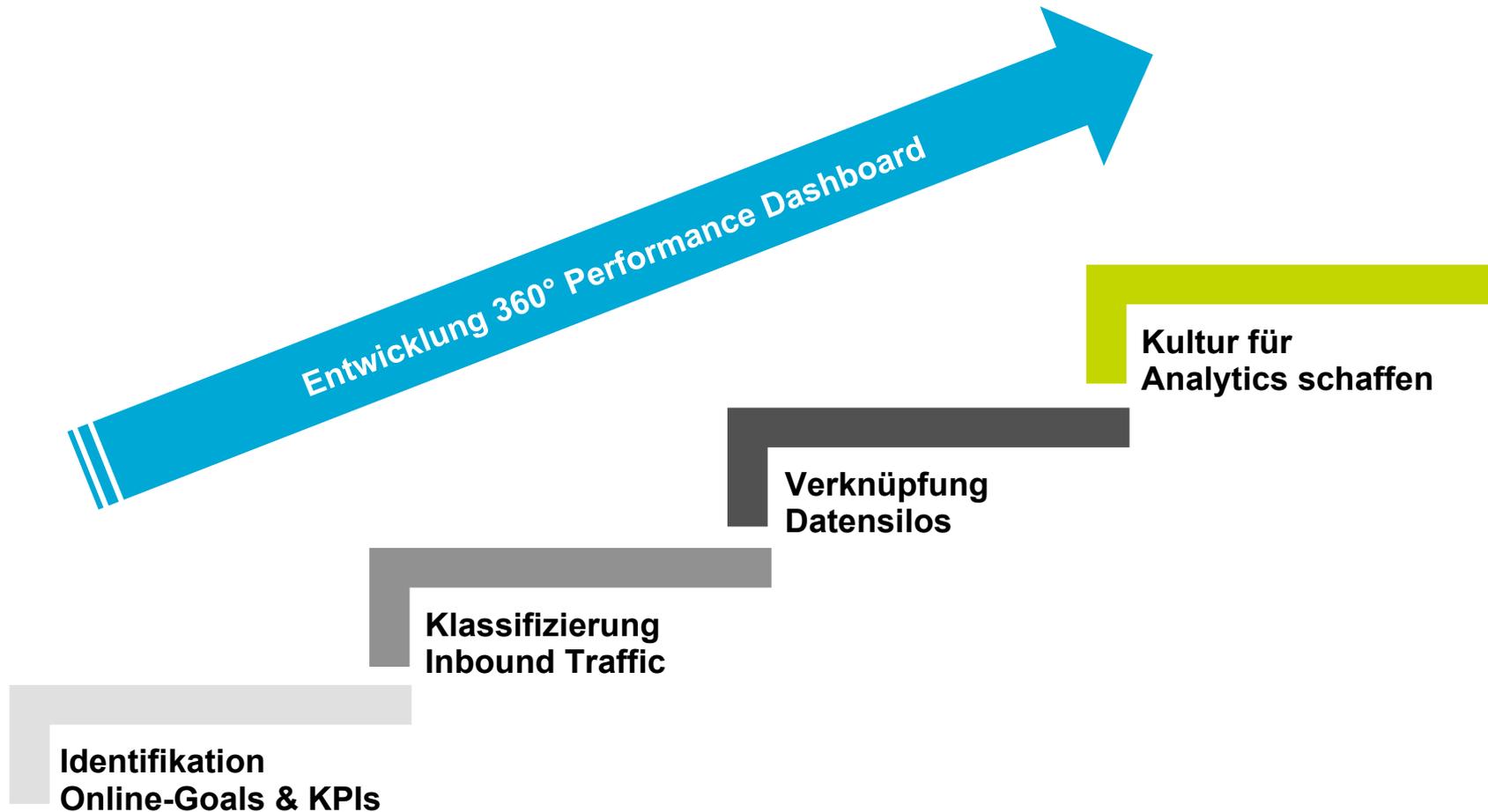
360° Reporting: Insights & Mehrwert.

- **Identifikation Business-relevanter Kanäle und deren Performance Messung**
- **Einfache Übersicht über die online Zielerreichung**
- **Online Budget Optimierung / Fokussierung**
- **Möglichkeit in CHF / Euro / Dollars zu kommunizieren**
- **Vorteile des angewandten Modell:**
 - Übersichtlich, skalierbar, transparent, vergleichbar (Benchmarks) und basiert auf Excel.

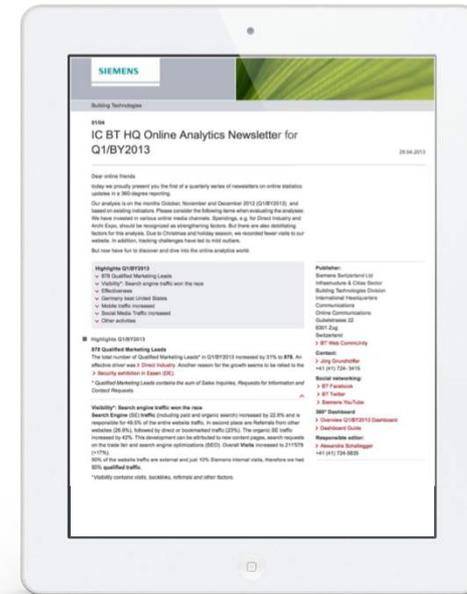
- **Strategisches, kanalübergreifendes Reporting**

Projektvorgehen.

Vorgehen.



Kultur für Analytics schaffen.



Key Take Aways.

Key Take-Aways.

- **Strategischer Ansatz um die online Aktivitäten auf diversen Kanälen zu messen**
- **Optimierung des Online Budgets**
- **Identifiziert Business-relevante Kanäle**
- **Management Dashboard**
- **Beliebig skalierbar im Konzern**
 - Nach interner Organisation
 - Nach Kundensegmenten
 - Etc.

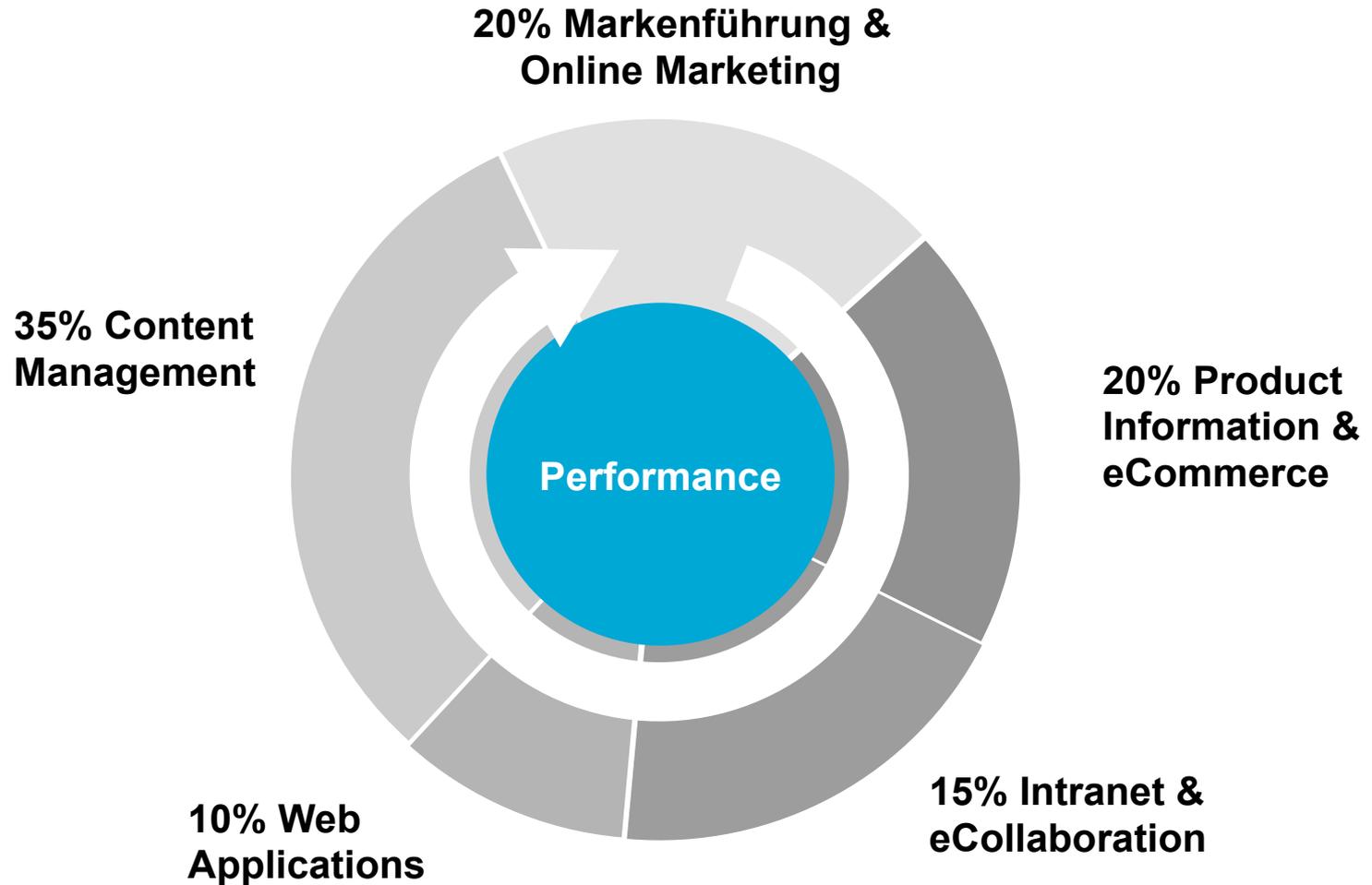
Ausblick.

1. **Vollautomatisierung der Datengewinnung & -
Aufbereitung**
2. **Anwendung von Kundensegmenten**
 - z.B. CXO, Techniker, Architekt etc.
3. **Integration Lead Management Tool**
4. **Abbildung des Customer Journeys (Multi-Channel)**



Gegründet in 1995
im Besitz von 26 Partnern
51 Mio. CHF Umsatz in 2012
414 Mitarbeiter in CH und D
Zürich, St.Gallen, München, Frankfurt, Hamburg
davon 59 für Kommunikation

Kompetenzen.



18 Jahre Erfahrung – Kunden.

MIGROS

 St. Galler
Kantonalbank

ABB

 SBB CFF FFS

helvetia 

SIEMENS

 swisscom

 **BASF**
The Chemical Company

RAIFFEISEN

 smile
direct

 **UBS**

 GE Money Bank

Deutsche Bank 

FRANKE

sonova


Schindler

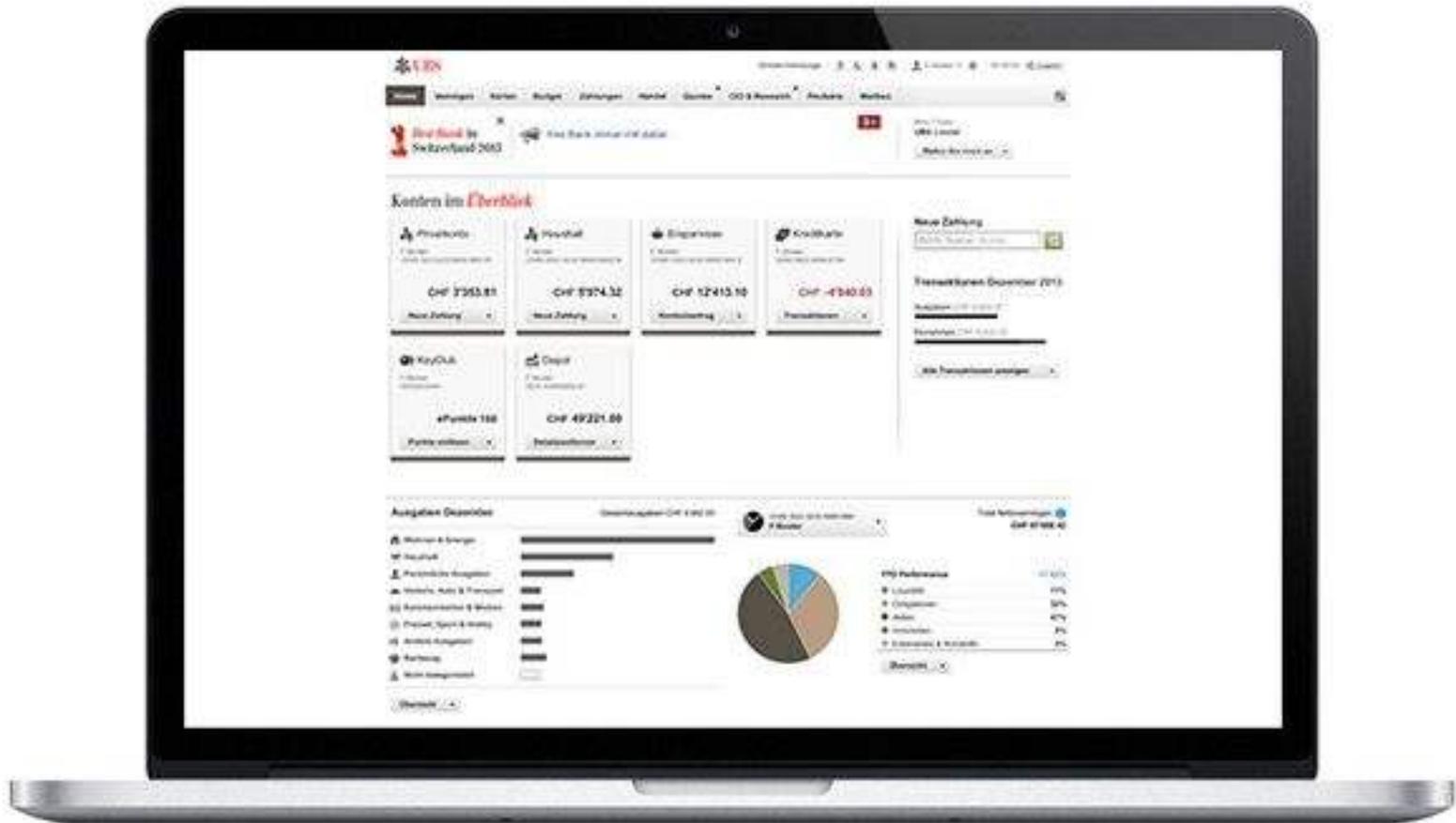

SwissLife

SEW
EURODRIVE

DANONE

FREITAG®

UBS e-Banking



UBS Mobile Banking App 3.0



Ausgezeichnet.





*Emanuel Bächtiger.
Digital Analytics Consultant.*

Digital Analytics. Beratung.
Evaluation. KPI Definition. Strategie.
Dashboard. Multi-Channel. SEO. Adobe
Analytics. Google Analytics. **Namics.**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Email: emanuel.baechtiger@namics.com

Twitter: [@bae911](https://twitter.com/bae911)

Xing: xing.com/profile/emanuel_baechtiger

Website: www.namics.com

Blog: blog.namics.com

Siemens BT: www.siemens.com/buildingtechnologies

© Namics