



IBM Unica Marketing Operations

Usprawnienie procesów marketingowych i zarządzania działaniami marketingowymi

Najważniejsze informacje

- Szybsza realizacja projektów marketingowych, niższym kosztem — ale przy zachowaniu wysokiej jakości wyników.
- Wyższa efektywność procesów marketingowych.
- Uproszczenie planowania i budżetowania kampanii marketingowych.
- Zarządzanie przepływem pracy, ruchem i planami.
- Monitorowanie procesów weryfikacji, recenzowania i akceptacji materiałów online.
- Rejestrowanie czasu i wydatków.
- Zarządzanie zasobami cyfrowymi.
- Tworzenie kalendarzy wydarzeń.
- Opracowywanie obszernych raportów.

Charakter współczesnego marketingu jest niezwykle dynamiczny, a jednocześnie wymusza bardzo precyzyjną kontrolę kosztów. Stąd potrzeba optymalnego zrównoważenia szybkości wprowadzania produktów i usług na rynek z poziomem ponoszonych wydatków.

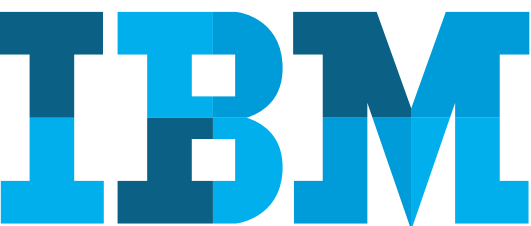
Pojawia się pytanie — w jaki sposób realizować kampanie marketingowe szybciej i niższym kosztem, ale przy zachowaniu wysokiej jakości wyników? W jaki sposób monitorować planowane i faktyczne wydatki, aby mieć pewność, że inwestycje są wykorzystywane optymalnie? Jak sprawić, by ten nadzór nad wydatkami nie spowalniał newralgicznych procesów marketingowych?

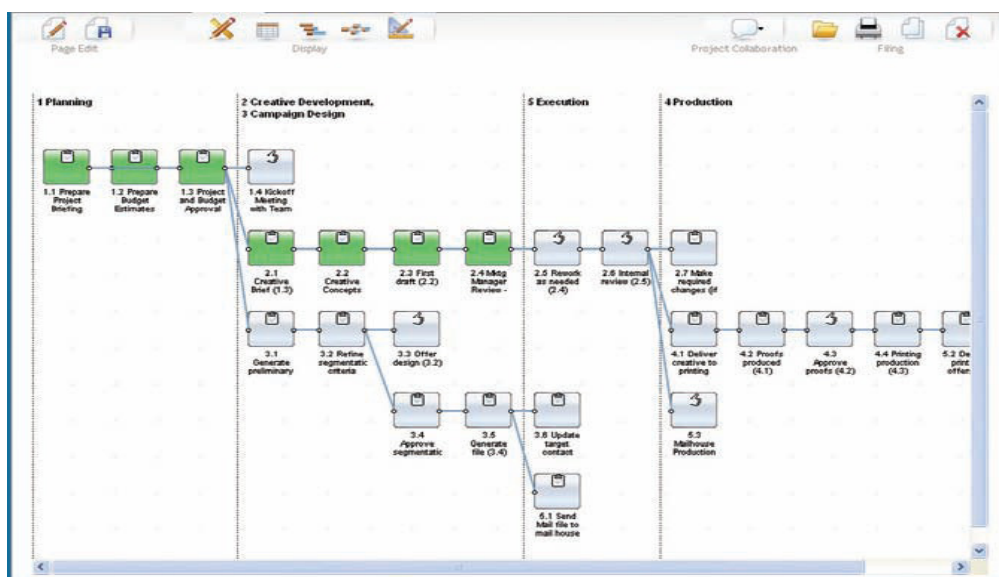
Oprogramowanie IBM® Unica® Marketing Operations umożliwia bardziej efektywne prowadzenie działań marketingowych dzięki ściślejszemu nadzorowi nad procesami i wydatkami.

Unica Marketing Operations pomaga w skorelowaniu wykorzystania zasobów z celami strategicznymi, usprawnieniu procesów produkcyjnych, monitorowaniu wykorzystania budżetu oraz optymalizacji pracy zespołowej.

Unica Marketing Operations oferuje funkcje, dzięki którym każda organizacja odpowiedzialna za działania marketingowe może funkcjonować efektywniej i bardziej ekonomicznie:

- **Planowanie budżetu i prognozowanie wydatków:** tworzenie i przydzielanie budżetów, definiowanie celów wydajnościowych i korygowanie planów w miarę potrzeb, analiza wpływu zmiany poziomu wydatków na efekty kampanii.
- **Zintegrowane planowanie i realizacja kampanii:** integracja prac zespołów planujących i realizujących kampanie w ramach jednego środowiska pracy grupowej.
- **Zarządzanie wydatkami:** zarządzanie wszystkimi aspektami wydatków marketingowych — od definicji centrum kosztów poprzez generowanie zamówień aż po obsługę faktur.
- **Standaryzacja przepływu pracy:** możliwość definiowania sprawdzonych procedur i procesów oraz egzekwowanie ich przestrzegania przez członków zespołu marketingowego.





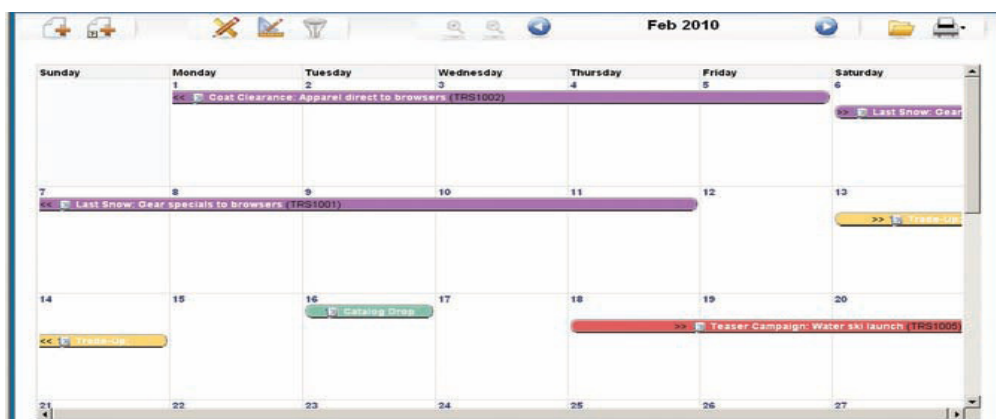
Rysunek 1: Sprawdzone procedury ułatwiają koordynowanie projektów i przyspieszają ich realizację.

- **Proces akceptacji online i weryfikacji materiałów w formie elektronicznej:** automatyzacja procesu weryfikacji i recenzji przy wykorzystaniu reguł biznesowych do kierowania dokumentów z poprawkami, akceptacji i zleceń weryfikacji, a także zapewnienie prawidłowej pod względem formalnym obsługi procesu akceptacji i kontroli zmian.
- **Zarządzanie zasobami cyfrowymi:** zarządzanie wszystkimi zasobami cyfrowymi organizacji w bezpiecznej bibliotece wyposażonej w zaawansowane narzędzia do wyszukiwania i kontroli wersji oraz podgląd.
- **Konfigurowalne kokpity:** możliwość zestawiania własnych widoków obejmujących dane i informacje istotne dla roli danego użytkownika w organizacji.
- **Elastyczna obsługa kalendarza:** przyjazny dla użytkownika kalendarz, który można przeszukiwać, filtrować według marek, jednostek organizacyjnych, produktów, regionów lub innych wymiarów.
- **Raportowanie i analizy:** gotowe raporty i możliwość definiowania raportów niestandardowych przy użyciu łatwego w obsłudze edytora.
- **Architektura zorientowana na usługi (SOA — service-oriented architecture):** w pełni funkcjonalna architektura klasy korporacyjnej, z myślą o integracji z innymi aplikacjami wyposażona w interfejs API usług Web Service i menedżera wyzwalaczy.

Wyższa efektywność procesów marketingowych

Zastosowanie funkcji zarządzania zasobami marketingowymi, jakie oferuje rozwiązanie Unica Marketing Operations, przynosi szereg korzyści:

- **Większa produktywność** pracy zespołów marketingowych i zdolność do osiągnięcia lepszych wyników mniejszym kosztem.
- **Krótszy czas realizacji** kampanii i programów marketingowych, a tym samym możliwość szybszego wprowadzania ich na rynek.
- **Niższe koszty** wynikające z lepszej widoczności budżetów i wydatków marketingowych oraz ściślejszej kontroli nad nimi.
- **Usprawnienie współdziałania** między zespołami marketingowymi, co przekłada się na większą efektywność realizacji programów obejmujących więcej niż jeden kanał komunikacji.
- **Ułatwienie ponownego wykorzystania** zasobów marketingowych, danych i informacji, a tym samym obniżenie kosztów i ujednoczenie standardów działania.
- **Lepsze wyniki działań marketingowych** wynikające z pogłębionej analizy, skutecznego nadzoru i efektywnego zarządzania wszystkimi aspektami marketingu.



Rysunek 2: Zarządzanie aktywnymi projektami i zleceniami w module Unica Marketing Operations Calendar.

O krok dalej: moduły dodatkowe

Do podstawowych funkcji oprogramowania Marketing Operations należy inicjowanie zleceń pracy, konfigurowanie kampanii, projektów i przepływów pracy oraz zarządzanie nimi, realizacja procesów akceptacji w trybie online, zaznaczanie zmian w dokumentach, tworzenie i wyświetlanie kalendarzy oraz raportowanie wyników. Standardowe możliwości rozwiązania Unica Marketing Operations można jeszcze wzbogacić za sprawą modułów dodatkowych:

- **Unica Marketing Financials:** służy do zarządzania centrami kosztów, budżetami, prognozami, zobowiązaniami i fakturami; pozwala porównywać wydatki faktycznie z oszacowanymi.
- **Unica Marketing Assets:** bezpieczne repozytorium do zarządzania zasobami cyfrowymi i powiązanimi z nimi metadanymi, wersjami, słowami kluczowymi i uprawnieniami do wykorzystania.
- **Unica Marketing Operations SDK:** narzędzia do integracji z innymi systemami i uzupełniania standardowych możliwości o nowe funkcje.

Wszechstronny kalendarz marketingowy

Kalendarz marketingowy wbudowany w oprogramowanie Unica Marketing Operations ułatwia śledzenie wszystkich aspektów planów, programów i projektów marketingowych oraz aktywne zarządzanie nimi.

„Korzyści odnosimy w dwóch płaszczyznach: po pierwsze szybciej rozwiązujemy problemy pojawiające się w projekcie, a po drugie — wszyscy uczestnicy są w ten sam sposób informowani o zmianach i postępach, niezależnie od tego, kto akurat prowadzi danej projekt. W efekcie cała nasza działalność jest lepiej zorganizowana i bardziej spójna.”

— menedżer ds. świadczeń w czołowym północnoamerykańskim przedsiębiorstwie farmaceutycznym

Informacje o rozwiązaniach IBM Unica



Produkty IBM Unica to innowacyjne rozwiązania marketingowe, które pozwalają przekuć twórczą pasję specjalistów od marketingu w wymierne wyniki biznesowe. Wielostronna strategia marketingu interaktywnego umożliwia organizacjom na całym świecie analizowanie zachowań klientów i wykorzystanie zdobytej w ten sposób wiedzy do większego zaangażowania nabywców za pośrednictwem interaktywnych kanałów cyfrowych, społecznościowych i tradycyjnych.

Jako uznany integrator systemów korporacyjnych przeznaczonych dla wielu branż, IBM pomaga organizacjom w realizacji projektów o różnym charakterze, w których efektywna analiza informacji w czasie rzeczywistym przekłada się na wymierną wartość biznesową. Ponadto IBM w skali globalnej oferuje wsparcie dla treści, usług i aplikacji oferowanych przez partnerów branżowych.

Więcej informacji

Aby uzyskać więcej informacji o rozwiązaniu Unica Marketing Operations, należy skontaktować się z lokalnym przedstawicielem handlowym IBM lub Partnerem Handlowym IBM albo odwiedzić następujący serwis WWW: ibm.com/software/pl/info/emm.

Smarter Commerce: zintegrowana strategia inteligentnego handlu

Produkty IBM Unica wpisują się w inicjatywę IBM Smarter Commerce. Smarter Commerce to unikalna strategia zwiększania wartości biznesowej, jaką przedsiębiorstwa oferują swoim klientom, partnerom i udziałowcom w szybko zmieniającym się świecie technologii cyfrowych. Więcej informacji na temat strategii Smarter Commerce można znaleźć na stronie: ibm.com/smarterplanet/commerce.

© Copyright IBM Corporation 2011

IBM Polska Sp. z o.o.
ul. 1 Sierpnia 8
02-134 Warszawa, Polska

Wydrukowano w Polsce
Lipiec 2011
Wszelkie prawa zastrzeżone

IBM, logo IBM, ibm.com i Unica są znakami towarowymi lub zastrzeżonymi znakami towarowymi International Business Machines Corporation w Stanach Zjednoczonych i/lub w innych krajach. Jeśli powyższe nazwy oraz inne nazwy znaków towarowych IBM oznaczone zostały przy ich pierwszym wystąpieniu w tym tekście symbolem znaku towarowego (® lub ™), oznacza to, że w chwili opublikowania tej informacji znaki te były zarejestrowane w Stanach Zjednoczonych przez IBM lub były własnością IBM z mocy powszechnie obowiązującego prawa. Takie znaki towarowe mogą być również zarejestrowane w innych krajach lub podlegać warunkom powszechnie obowiązującego tam prawa. Aktualna lista znaków towarowych IBM dostępna jest w serwisie WWW IBM, w sekcji „Copyright and trademark information” (Informacje o prawach autorskich i znakach towarowych), pod adresem ibm.com/legal/copytrade.shtml

Nazwy innych przedsiębiorstw, produktów lub usług mogą być znakami towarowymi lub znakami usług innych podmiotów.



Papier należy przetworzyć wtórnie