

Dienstag, 11. Mai 2010

To do's für CMOs und Marketingleiter

Seit 2006 treffen sich Marketingleiter und Chief Marketing Officers auf Initiative von SAP in der „CMO Community“. Jetzt legten die Community-Mitglieder Dr. Ralf E. Strauß (SAP) und Dr. Uwe Schuricht (Change Group) eine Schrift vor, in der sie unter anderem [„acht Bausteine für den Erfolg“](#) definieren.

Punkte wie Innovationsmanagement und Controlling mittels sinnvoller Kennzahlen (Key Performance Indicators) sind jetzt nicht gar so neu. Auch ein gutes Personalmanagement im Marketing mit Kompetenzkatalogen, Stellenprofilen, Leistungsmessung et cetera ist zumindest auf dem Papier ein Muss. Aber solche Tipps gehören halt zum Gesamtbild, auch wenn die CMO Community hier keine Akzente setzen kann. Ganz anders beim Prozessmanagement zum Beispiel. Ein Hebel, von dem meiner Ansicht nach viele Unternehmen noch gar nicht wissen, dass sie ihn drücken können. Dieses beginnt, indem jede Aktivität auf ihren Beitrag zur Wertschöpfung hin untersucht wird, und endet....., ja wo denn? Die Autoren scheinen da illusionslos zu sein und empfehlen den „Packpapier Workshop“, in dem alle Prozessschritte, etwa zur Kampagnenplanung, auf braunem Packpapier visualisiert, diskutiert und verbessert werden.

Die Stärke der CMO Community, das liegt wohl in ihren Genen, liegt überall dort, wo die IT ins Spiel kommt. Bei der Umsetzung des „Total Customer Experience Managment“ und des „Loyalty Managment“ beklagt sie nicht nur Widerstände in der Organisation und die fehlenden Durchgriffsrechte des Marketings, sondern auch das Fehlen integrierter CRM-Systeme. Zudem fordern die Autoren den Aufbau von IT-Kompetenzen im Marketing, um die Entscheidungsfindung zu verbessern. Glücklicherweise gelingt es ihnen hier, über das CRM hinaus in die weite Welt moderner Marketing-Anwendungen zu denken. Sonst wäre die Verbindung zum CRM-Anbieter SAP der lesenswerten, 30seitigen Schrift zum Verhängnis geworden.