

5 Schritte für effektives Marketing-Projektmanagement



1. Intake-Management

Ein zentralisiertes Intake-Management gewährleistet eine optimale Verteilung der Arbeitsbelastung und maximiert die Leistung des Teams.



2. Kampagnenplanung & -ausführung

Marketer identifizieren das Fehlen eines einheitlichen Kalenders zur Visualisierung von Kampagnen, Inhalten und Projekten als eine der größten Herausforderungen.

77 % der Marketer gaben in einer Umfrage an, dass fehlende Kalender der Hauptgrund dafür sind, dass Kampagnen zu spät ausgerollt werden.



3. Content-Produktion & Distribution

Die Content- und Kampagnen-Produktion muss nicht nur schneller werden, sie muss vor allem relevanteren Content erzeugen, um damit hochwertige Kundenerlebnisse zu formen.



4. Digital Asset Management

Ein DAM vereinfacht das Speichern und Managen von Inhalten und Marken-Assets, sodass diese für zukünftige Kampagnen wiedergefunden und erneut eingesetzt werden können.

Denn: 65 % des erstellen Contents werden unzureichend genutzt oder verschwendet.



5. Performance-Analytics

Effektives Marketing-Projektmanagement läuft ins Leere, wenn Organisationen nicht danach streben, sich dabei ständig zu verbessern.



Mehr Tipps und Statistiken für effektives Marketing-Projektmanagement finden Sie in unserem eBook:
„New Way of Working“ im Marketing

Jetzt lesen