

Die passende Software für die Werbeagentur, die zu Ihnen passt



myfactory.com überzeugt Werbeagentur Hilberg & Hilberg

Das Mieten von Unternehmenssoftware, neudeutsch Software as a Service (SaaS) genannt, gewinnt zunehmend an Popularität im deutschen Mittelstand. Das renommierte Branchenanalyseinstitut IDC sagt aktuell für ERP-Lösungen On Demand ein jährliches Wachstum von 50 Prozent insbesondere in den Jahren 2008 bis 2011 voraus. Grund für diese zeitliche Verzögerung ist laut IDC, dass die meisten Anbieter derzeit noch keine marktreifen On Demand-Lösungen anbieten können. Dies trifft allerdings nicht auf den Vorreiter myfactory zu, der bereits seit mehreren Monaten mit seinem Angebot myfactory.com, der europaweit ersten vollständigen Unternehmenslösung, die als Software as a Service angeboten wird, am Markt ist. Mehr als 500 Unternehmen haben sich innerhalb der ersten zwei Monate nach der Markteinführung von myfactory.com entschlossen, dieses innovative Angebot für ihren Erfolg zu nutzen. Eines dieser Unternehmen ist die Werbeagentur Hilberg & Hilberg aus dem nordrhein-westfälischen Heiligenhaus. Lesen Sie hier, was das kreative Werbeteam um Geschäftsführer Ludger Hilberg bewogen hat, auf myfactory.com zu setzen.

"Das kostenlose Angebot der Team.ON-Edition von myfactory.com beseitigt die wirtschaftlichen Hürden zum Einstieg in CRM- und ERP-Systeme der nächsten Generation", urteilt Ludger Hilberg.

"Die Werbeagentur, die zu Ihnen passt", lautet der Slogan der Agentur Hilberg & Hilberg. Und der wirtschaftliche Erfolg des Unternehmens zeigt, dass dieser Slogan weit mehr als eine bloße Marketing-Sprechblase ist. Hinterfragt man den genannten Slogan, so wird schnell klar, dass dieser impliziert, dass ein Unternehmen, das kundennah, serviceorientiert und erfolgreich sein möchte, vor allen Dingen eines braucht: strukturierte, durchgängige und vollständige Informationen über die Anforderungen, Bedürfnisse und individuellen Wünsche seiner Kunden. Kundennähe, individueller Service und zielgenaue Lösungen und Kampagnen für die Kunden wiederum beschreiben exakt den Anspruch, den Ludger Hilberg an sich selbst und seine Agenturmansschaft stellt, und den Erfolg des Familienunternehmens seit Jahrzehnten begründen.



Warum eine neue Software?

Das Marktumfeld für kleine und mittelständische Werbeagenturen ist traditionell hart umkämpft. Die Investitionsentscheidungen der klassischen Zielgruppen für solche Agenturen, wiederum meistens kleine und mittelständische Unternehmen, sind geprägt von hohen Ansprüchen in den Kategorien Qualität, Individualität und Kreativität gemäß den Unternehmensphilosophien der betreffenden Zielunternehmen. Für einen Anbieter wie die Agentur Hilberg & Hilberg bedeutet dies im Rückschluss, dass neben fachlicher Kompetenz und Kreativität auch detaillierte Informationen über die individuellen Anforderungen jedes einzelnen bestehenden oder potenziellen Kunden vorliegen müssen, um wettbewerbsfähige und erfolgversprechende Angebote und Kampagnen erarbeiten zu können. Die strukturierte Verwaltung, Auswertung und Umsetzung der genannten Informationen nennt man heutzutage bekanntlich Customer Relations Management.

"Alles, was wir zu tun hatten, war eine simple Registrierung auf dem Portal von myfactory, die so einfach ist wie ein Einkauf bei amazon oder ebay, und wir konnten loslegen. Völlig ohne jegliches wirtschaftliches Risiko. Von diesem Zeitpunkt an konnten drei unserer Mitarbeiter die Funktionalitäten und Möglichkeiten der Software von myfactory kostenlos testen und wir haben uns recht schnell entschieden, diese dauerhaft für unsere Agentur zu nutzen."

"Unserem Anspruch folgend, unseren Kunden stets höchste Qualität, Kreativität und Individualität bieten zu wollen, überprüfen wir selbstverständlich auch kontinuierlich unsere internen Geschäftsprozesse", beschreibt Geschäftsführer Ludger Hilberg seine Erfolgsstrategie. "Als wir von dem Angebot myfactory.com erfuhren, haben wir uns entschlossen, einen weiteren Schritt zur Qualitätssteigerung unserer Kundenservices in Angriff zu nehmen und dieses Angebot intensiv zu testen. Die Tatsache, dass myfactory die Team.On-Edition des SaaS-Angebotes zum Nulltarif offerierte, hat uns diese Entscheidung, da wir diesen Schritt ohne jegliches wirtschaftliches Risiko tun konnten, natürlich erheblich erleichtert."



Warum Software as Service?

Üblicherweise ist die Einführung einer Unternehmenssoftware in den Bereichen CRM und ERP mit erheblichen Anfangsinvestitionen verbunden, die gerade kleine und mittelständische Unternehmen, die nicht über die komfortable Kapitaldecke eines Großunternehmens verfügen, häufig davor zurückschrecken lassen, eine solche zu implementieren. Da heißt es dann, dass eine kostenintensive IT-Infrastruktur mit beispielsweise teuren eigenen Servern und vielem mehr angeschafft werden muss. Der Return on Investment wird als ungewiss eingeschätzt, was oft zur Folge hat, dass die Investition in die Zukunft erst gar nicht getätigt wird.

Bedenken hinsichtlich der Datensicherheit gab es bei Hilberg & Hilberg angabegemäß keine. Der Name des myfactory-Partners IBM, der im Rahmen einer dauerhaft vereinbarten Kooperation für das On Demand-Angebot von myfactory in seinen hochverfügbaren und extrem sicheren Rechenzentren das Datenhosting betreibt, habe hinsichtlich des Sicherheitsaspektes für großes Vertrauen gesorgt.

Wie sehen die Ergebnisse aus?

Der Einsatz von myfactory.com bei Hilberg & Hilberg erstreckt sich heute insbesondere auf die Bereiche Customer Relationship Management und Service, aber im Bereich ERP auch auf kaufmännische Prozesse wie die Auftragserfassung, Auftragsbestätigung, Rechnungslegung und Projektevaluierung.

Basierend auf den positiven Erfahrungen mit dem Einsatz der Team.On-Edition von myfactory.com hat man sich bei Hilberg & Hilberg entschlossen, künftig eine größere Version der Software einzusetzen.

"Diese Entscheidung haben wir getroffen, da Dank des Mietmodells mit den fixen monatlichen Zahlungen die laufenden Kosten für die Software absolut verlässlich und überschaubar sind", sagt Ludger Hilberg. "Böse und unangenehme finanzielle Überraschungen wie beispielsweise durch den Ausfall eines hausinternen Servers sind ausgeschlossen. Das ist ein sehr positiver Aspekt, den wir zu schätzen wissen."

Zukunftssicherheit ist gegeben, da den Anwendern von myfactory.com stets automatisch und ohne jegliche Kosten die neueste Version der Software zur Verfügung steht. Die Releasewechsel erfolgen automatisch und ohne jegliches Zutun des Anwenders. Hausinternes IT-Personal ist also nicht mehr erforderlich. Auch dies ist ein Aspekt, der die Total Cost of Ownership in einer gerade für kleine und mittlere Unternehmen signifikanten Größenordnung senken kann.

Service- und Kundenorientierung sind Schlagworte, die heute bei einer kontinuierlichen Angleichung der Qualität von Produkten und Dienstleistungen im Wettbewerb kontinuierlich an Bedeutung gewinnen. Die Werbeagentur Hilberg & Hilberg hat mit dem Einsatz von myfactory.com einen weiteren Schritt getan, sich vom Wettbewerb zu differenzieren.

"Dank des Einsatzes von myfactory.com konnten wir unsere internen Prozesse aber insbesondere auch das Management der Geschäftsbeziehungen zu unseren Kunden noch einmal deutlich optimieren, das heißt effizienter, zielgenauer und vor allem noch serviceorientierter gestalten", resümiert Ludger Hilberg. "Das steigert die Zufriedenheit unserer Kunden noch einmal und trägt so natürlich auch letztendlich zum wirtschaftlichen Erfolg unserer Agentur bei."



"Nur Computer brauchen Software, Menschen brauchen alles andere."

Frank Turling, Geschäftsführer myfactory Software GmbH