



11 unverzichtbare Funktionen in Ihrer Ausschreibung für ein WCM

crownpeak



Eine Web Content Management (WCM) - Lösung ist obligatorisch für jedes Unternehmen, das in der heutigen digitalen Omni-Channel-Realität wettbewerbsfähig bleiben will.

Angesichts dieser Realität ist es wichtig zu verstehen, dass eine moderne WCM-Lösung mehr stemmen können muss als die älteren Systeme, die Vermarkter früher verwendet haben (oder noch immer verwenden), um ein Halbwissen über Websites oder andere digitale Berührungspunkte auf dem neuesten Stand zu halten. Eine topaktuelle WCM-Lösung adressiert Probleme, die so komplex und vielfältig sind, wie die dynamischen digitalen Ökosysteme, die sie zu verwalten und nutzen helfen.

Was sind vor diesem Hintergrund 11 unverzichtbare Funktionen, die Sie in Ihre Ausschreibung integrieren sollten, wenn Sie eine WCM-Lösung für die Unterstützung eines globalen Unternehmens suchen?

1. Integrierte Personalisierung

Eine von Forbes, Publish oder Perish, durchgeführte Analyse von 380 CMOs ergab, dass Marketingexperten, die personalisierte digitale Erfahrungen bereitstellen, einen zweistelligen ROI in den Bereichen Marketingleistung und Reaktionsraten erzielen. Die reine Nachfrage nach personalisierten, benutzerdefinierten Benutzererfahrungen bringt Unternehmen dazu, effiziente und nahtlose Mittel für die Bereitstellung zu finden, und eine WCM-Lösung mit integrierter Personalisierung ist ein großer Schritt in die richtige Richtung.

Wie in einem früheren Beitrag angemerkt wurde, ergab eine Studie aus dem Jahr 2017, dass 57 % der Vermarkter Personalisierung auf ihren Websites und 28 % auf mobilen Websites verwendeten, 88 % gaben an, dass sie deutlich von Personalisierung profitiert haben. Eine andere Studie von Econsultancy ergab, dass 93 % der Unternehmen eine Steigerung der Conversion-Rate aufgrund von Website-Personalisierung verzeichneten.

Um hochgradig personalisierte Erfahrungen mit hohem Informationsgehalt auf jedem Touchpoint bereitzustellen, muss eine WCM-Lösung eine integrierte Funktion beinhalten, die Personalisierung ermöglicht. Durch die Verwendung derselben Plattform für die Inhaltserstellung und die Distribution dieser Inhalte an die Zielgruppen sind Sie effizienter als mit der Integration einer weiteren Lösung.

Es gibt weitere erforderlich Nuancen für die Personalisierung, die eine WCM-Lösung abdecken sollte. So sollte sie beispielsweise leicht in Ihre anderen Systeme integriert werden können, damit Sie Daten von Tools wie Demandbase, Salesforce und Marketo nutzen können, um zu bestimmen, wer Ihre Website besucht und welche Inhalte am meisten angesehen werden.

2. Datenschutz- und Zustimmungstools

Was wird schnell zu einer Voraussetzung für Personalisierung? Die Einholung der Zustimmung Ihrer Benutzer, dass deren Verhalten für Zwecke wie die Anzeige relevanter Inhalte nachverfolgt wird. Während Unternehmen in der Vergangenheit persönliche Daten von Website-Besuchern erfasst, verwendet und weitergegeben haben, neigt sich diese Ära mit der DSGVO und zunehmenden Bedenken zum Thema Datenschutz dem Ende zu. Dies bedeutet, dass eine WCM-Lösung erforderlich ist, die den Prozess der Benutzerzustimmung automatisiert, damit die Zielgruppe wählen kann, ob sie damit einverstanden ist, während dem Besuch der Website überwacht zu werden.

Die DSGVO existiert aus gutem Grund, nicht weil die Bürokraten in Brüssel sich gerne einmischen, sondern weil die Heiligkeit persönlicher Daten das größte Anliegen der Bürger dieses neuen digitalen Zeitalters ist. Dies ist insbesondere der Fall in einer Ära, die Ereignisse wie Cambridge Analytics und Equifax erlebt hat. Die DSGVO und andere Maßnahmen sind Reaktionen auf einen dringenden Ruf nach Schutz der Verbraucher.

In einer WCM-Lösung für Unternehmen müssen daher bereits Datenschutz- und Überwachungstools enthalten sein. Das Ergebnis? Sie können Ihre WCM-Lösung verwenden, um Inhalte zu personalisieren und gleichzeitig die Einhaltung einer sich vervielfachenden Reihe von Verordnungen einzuhalten, ohne das Unternehmen zu gefährden.





3. Multi-Site-Management.

Verwaltung von Zehntausenden von Websites und digitalen Erfahrungen über unterschiedliche Märkte, Länder und Regionen hinweg und gleichzeitige Einhaltung von Unternehmensrichtlinien und lokalen Bestimmungen. Dies ist ein Gordischer Knoten, den nur die besten WCM-Lösungen entwirren können. Wenn Sie es mit einer solchen Umgebung zu tun haben, vergessen Sie nicht, dass sie mehrere Websites in Ihrem RFP verwalten müssen.

Ein WCM sollte sowohl der obersten Ebene der Unternehmen die Kontrolle über Ihre gesamte digitale Präsenz auf der ganzen Welt verleihen als auch lokalen Teams die Möglichkeit bieten, Inhalte und Kampagnen mit Workflow-Genehmigungsprozessen an ihre eigenen Bedürfnisse anzupassen und zu lokalisieren. Ohne ein qualitativ hochwertiges WCM, das diese beiden Extreme erfüllen kann, wird dieses Vorhaben ressourcenintensiv, fehleranfällig und gefährdet die Konsistenz der Darstellung Ihrer Marke.

Mit dem richtigen WCM erhalten Sie eine Lösung mit einer zentralen Plattform, mit der Websites und Anwendungen zentral verwaltet werden. Inhalte können einmalig erstellt, aber an mehreren Touchpoints bereitgestellt und bei Bedarf für bestimmte Kanäle oder bestimmte Märkte angepasst werden. Es sollte auch technologieunabhängig sein, damit mehrere Agenturen, die in verschiedenen Sprachen ausgebildet sind, zu einzelnen Standorten beitragen können, während sie ein einheitliches Ganzes erhalten.

4. Optimierte Content-Tools

Inhalte schnell genug bereitstellen zu können, um Ihr anspruchsvolles Publikum zufrieden zu stellen, ist von grundlegender Bedeutung. Sie verlangen zunehmend die aktuellsten Informationen, praktisch in Echtzeit, und das Aufrechterhalten ihres Interesses und ihres Engagements sowie Ihres eigenen Wettbewerbsvorteils erfordert Tools zur Inhaltserstellung und Veröffentlichung, die den Prozess beschleunigen.

Mit der richtigen WCM-Lösung haben Ihre Content-Teams die vollständige Kontrolle über den Veröffentlichungsprozess, ohne sich auf eine andere Abteilung verlassen zu müssen. Von der Aktualisierung von Inhalten über das Aufstellen von Microsites bis hin zur Erstellung von Formularen und Landing Pages benötigen Sie eine Lösung, mit der die meisten Junior-Mitarbeiter (ohne technische Fähigkeiten) Ihre Websites aktualisieren können.

Sie sollten in der Lage sein, Inhalte mit vollständig konfigurierbaren WYSIWYG-Steuerelementen inline zu erstellen oder zu bearbeiten und die A-/B-Test- und Targeting-Regeln direkt über einen Seiteneditor zu konfigurieren.

Genehmigungen und Gatekeeping müssen in den Content-Entwicklungsprozess eingebettet werden, um Best Practices und Content Governance auch auf globaler Ebene voranzutreiben. Intuitive Versionskontrolle sollte der Standard sein, damit frühere Versionen von Inhalten wiederhergestellt und Änderungen überprüft werden können, die in der Vergangenheit vorgenommen wurden.

5. Entkoppelte Architektur

Ein WCM sollte in der Lage sein, mehrere Agenturen und externe Partner unterzubringen, sodass die Projektentwicklung aus Effizienzgründen parallel ablaufen kann. Verschiedene Teams in mehreren Märkten müssen produzieren und veröffentlichen können, ohne sich gegenseitig zu stören. Einer der vielen Vorteile, die ein WCM bietet, das auf einer entkoppelten Architektur basiert.

Um digitale Erlebnisse schnell und reaktionsschnell zu gestalten, muss Ihre Bereitstellung auch schnell und reaktionsschnell sein. Frühere WCM-Plattformen wurden um das monolithische, gekoppelte Modell herum gebaut, wodurch die Verbreitung von Inhalten und die Geschwindigkeit, mit der man sie bereitstellen konnte, eingeschränkt wurde.

Durch die Entkopplung der Veröffentlichung und des Managements von Inhalten und deren Präsentation werden die Content-Teams von den Entwickleranforderungen und der zeitlichen Planung befreit. Das Erstellen und Bereitstellen von Inhalten wird somit viel schneller und flexibler. Dies ist immer dringlicher, da Ihr digitaler "Fußabdruck" tatsächlich eine Vielzahl von Inhalten ist, die von Websites über soziale Feeds, Apps, IoT-Geräte und mehr reichen.

Da die Anzeigelogik jetzt auf der Kundenseite liegt, bereitgestellt über In-Browser-Apps, sind Benutzererlebnisse mit einem entkoppelten WCM schneller und nahtloser als je zuvor. Dies ermöglicht ein neues Maß an Interaktivität.

Ein weiterer großer Vorteil? Durch die Trennung von Frontend und Backend sind entkoppelte Architekturen sicherer. Eine Firewall kann zwischen den beiden Umgebungen eingerichtet werden, um Inhalte, Netzwerk und Datenbanken besser zu schützen.





6. Governance und Kontrolle

Governance und Kontrolle über den gesamten digitalen Fußabdruck eines Unternehmens sollten zu den wichtigsten Punkten auf der „Fragen“-Liste des CMOs eines Unternehmens gehören. Ein WCM, das die unternehmensübergreifende Überwachung von Branding-Checkpoints, Erreichbarkeitsanforderungen, bewährten SEO-Verfahren und Martech-Überwachung sicherstellt, wird schnell zu einer Notwendigkeit, da digitale Interaktionen den größten Teil der Kundenerfahrung ausmachen. Die fortschrittlichsten WCM-Lösungen bieten Dashboards, die einen Überblick über alle Probleme bieten, die möglicherweise die digitale Präsenz ihrer Organisation beeinträchtigen.

Eine weitere Facette digitaler Governance, die Sie in Ihre Ausschreibung aufnehmen können? Globale Unternehmen benötigen Werkzeuge zur Durchsetzung einer strengen Berechtigungsstruktur. Eine klar definierte Hierarchie der Zugriffskontrolle bestimmt, wer Zugriff auf welche Arten von Inhaltsressourcen oder auf bestimmte Teile des Veröffentlichungsprozesses hat. Beispielsweise sollten In-Market-Teams in der Lage sein, Vermögenswerte einzusetzen, die sie für den Erfolg auf lokaler Ebene benötigen, jedoch innerhalb der Grenzen, die von Markenverantwortlichen und Führungskräften auf globaler Ebene festgelegt werden.

7. Automatische Aktualisierungen

Wenn Sie derzeit eine standortbasierte oder Cloud-Umgebung verwenden, jedoch nicht SaaS WCM, haben Sie wahrscheinlich nicht die aktuellste Version, die der Anbieter veröffentlicht hat. Dies ist wahrscheinlich darauf zurückzuführen, dass ein Upgrade kostspielig war, zu viele IT-Ressourcen benötigte oder dass die Gefahr bestand, dass Ihre Websites beschädigt werden könnten. In vielen Fällen sind es all diese Gründe, die dazu führen, dass Unternehmen an einer alten, manchmal nicht unterstützten Version ihrer WCM-Software hängen bleiben.

Wenn Sie die neueste Version Ihrer Plattform verwenden, kostete sie dies wahrscheinlich Ausfallzeiten, erhebliche finanzielle Ressourcen und eine Belastung für Ihre IT-Abteilung. Dies liegt daran, dass der Upgrade-Aufwand auf die Schultern Ihrer Organisation gelegt wurde und Ihr Anbieter nicht involviert war. Ihr Team musste sicherstellen, dass bei einem Upgrade auf die neueste Version keine Ihrer APIs, Plug-Ins von Drittanbietern oder Anpassungen beschädigt oder gefährdet wurde.

Mit einer SaaS-Lösung sind Upgrades transparent und automatisch. Es gibt keine Website-Ausfallzeiten oder Belastungen für den Kunden. Der Hersteller fügt neue Funktionen hinzu, behebt

frühere Fehler, bietet Sicherheitspatches, verbessert die Authoring-Benutzeroberfläche usw., und Sie erhalten sofort nach der Veröffentlichung Zugriff auf die neue Version, ganz ohne Risiko. So haben Sie immer Zugriff auf die neuesten verfügbaren Funktionen und Tools, um in einer sich ständig verändernden komplexen Marketinglandschaft wettbewerbsfähig zu bleiben.

8. Schnelle Einführung

Ein Best-of-Breed-WCM beschleunigt die Geschwindigkeit, mit der Sie eine Website oder einen anderen digitalen Touchpoint von der Konzeption bis zur Bereitstellung vorantreiben können. Die Agilität, schnell zu handeln, um Marktchancen zu nutzen oder auf Bedrohungen durch die Konkurrenz zu reagieren, ist ein absoluter Eckpfeiler des globalen digitalen Marketings.

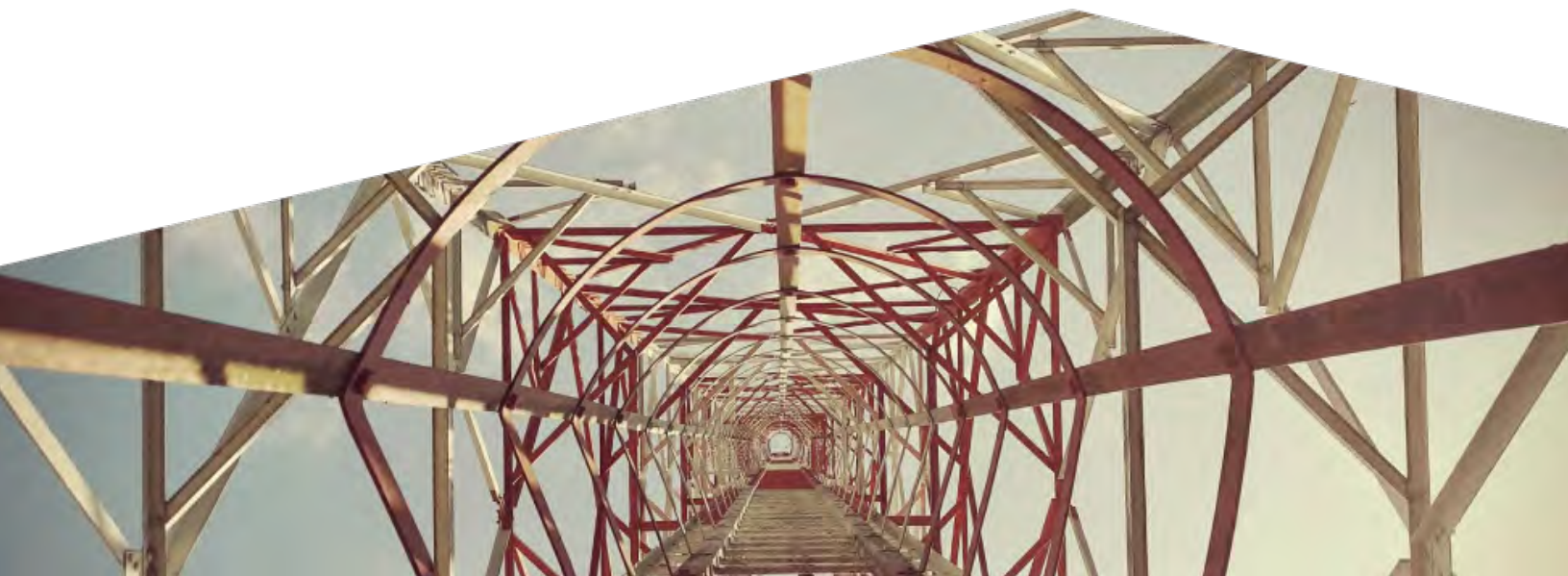
Dies ist ein weiterer Vorteil einer SaaS-Lösung, der in Nr. 7 erwähnt wird. Mit einem SaaS-WCM können Unternehmen neue digitale Erlebnisse schneller einführen, da es keinen Beschaffungsprozess für Geräte gibt oder Entscheidungen im Vorfeld bezüglich Skalierbarkeit oder Verkehrsprognosen getroffen werden müssen. Mit einer SaaS-Lösung können Sie sich anmelden und sofort mit der Entwicklung Ihrer Website beginnen.

9. Skalierbarkeit und Verfügbarkeit

Jeder digitale Vermarkter möchte, dass seine Website zu 100 % erreichbar ist. Ein gutes WCM bringt Sie so nah dorthin, wie es realistisch möglich ist (in den Bereich von 99,9 %), damit Ihre digitalen Touchpoints jederzeit verfügbar und einsatzbereit sind. Das Beste, was Sie bekommen können, ist das, was als vier Neunen oder 99,99 % bekannt ist. Genau darum sollten Sie in Ihrer Ausschreibung bitten.

Auch die Skalierbarkeit ist entscheidend. Wenn ein Unternehmen wächst, sich diversifiziert oder mit einer außergewöhnlichen oder unerwarteten digitalen Nachfrage konfrontiert wird, gewinnt die Notwendigkeit, diese Anforderungen ohne erhebliche zusätzliche Kosten zu erfüllen, sowohl kurz- als auch langfristig von Bedeutung.

Andere Aspekte von Skalierbarkeit, auf die Sie bei einem WCM achten sollten? Eine einzelne Implementierung sollte problemlos auf mehrere Domänen erweiterbar sein und Plug-Ins, Integrationen und Erweiterungsmodule sollten problemlos hinzugefügt werden können, um Ihre Funktionalität zu erweitern.





10. Sicherheitsmanagement

Dank eines „perfekten Sturms“ von Faktoren, nimmt die Internetkriminalität rasant zu: mehr Unternehmen mit mehr digitalen Touchpoints, die Verwendung heterogener Plattformen mit inkonsistenten Sicherheitsniveaus und das falsche Vertrauen in Hosting-Providern, sie vor Angriffen und Missbrauch zu schützen.

Anzunehmen, dass Sie von einem Hosting-Anbieter kugelsicheren Schutz für Ihre cloudbasierten Websites erhalten, ist ein Fehler, der verheerende Folgen haben kann. Als WannaCry zuschlug, hatten viele Opfer eine solide Hosting-Service-Sicherheit, aber es waren Windows-Schwachstellen, die wirklich die Hintertür für die Teufelei öffneten.

Bei der Auswahl eines WCM-Anbieters müssen Sie sicherstellen, dass dieser einen strengen Sicherheitsschutz bietet, angefangen mit der eigenen Hosting-Konfiguration (oder wie sie mit Ihrem eigenen Host arbeitet) und mit zusätzlichen Stufen einer gepanzerten digitaler Verteidigung. Ihr WCM sollte einen umfassenden, mehrschichtigen Schutz bieten, der sich bis in die Anwendungsebene erstreckt und Echtzeitanalysen und -informationen bietet, um wahrgenommene Bedrohungen, einschließlich DDoS-Angriffe, zu erkennen und darauf zu reagieren.

11. Kostensenkung

Eine veraltete WCM-Plattform oder eine frühere Lösung, die ein Unternehmen möglicherweise zur Verwaltung seiner Websites und Touchpoints verwendet, ist nicht so effizient wie eine aktuelle SaaS-Lösung. Unternehmen, die neuere Systeme einsetzen, erkennen dies und erleben beim Umstieg eine Reihe von Kostensenkungen oder Kosteneinsparungen.

Dazu zählen die Senkung der Bereitstellungskosten, da SaaS-Plattformen einen kostengünstigen Einsatz für Teams in vor Ort oder weit weg ermöglichen. Mit einigen Abonnements können Sie Dutzende oder sogar Hunderte von Standorten ohne zusätzliche Kosten hinzufügen. Die Schulungskosten werden drastisch gesenkt, da die besten WCMs von Natur aus intuitiv und benutzerfreundlich sind, wodurch auch die IT-Kosten für Support oder Entwicklung gesenkt werden.

Qualitätssicherung ist ein weiterer Bereich, in dem sich eine gute WCM-Plattform bezahlt macht. Frühere Systeme waren nicht darauf ausgelegt, Websites und Inhalte automatisch auf Qualität und Compliance zu überwachen oder Fehler zu markieren. Die Qualitätssicherung wurde zu einem kostspieligen manuellen Prozess und wenn sie über ein globales Netzwerk mit lokalisierten Standorten hinweg eskaliert wird, wird dies logistisch unmöglich. Mit dem automatisierten digitalen Qualitätsmanagement als Teil eines WCM-Pakets werden diese Kosten gesenkt und Konsistenz und Compliance sichergestellt.



crownpeak

Über Crownpeak

Crownpeak bietet die führende SaaS Digital Experience für Unternehmen Management-Plattform (DXM). Die DXM-Plattform von Crownpeak ermöglicht Fortune 2000 Unternehmen die schnelle und einfache Erstellung, Bereitstellung und Optimierung von Kundenerlebnissen nach Maß über digitale Touchpoints auf der ganzen Welt hinweg.

Neben Content-Management, Personalisierung, Suche und Hosting ist sie die einzige Plattform für digitale Erlebnisse, die integriertes Digital Quality Management (DQM) bietet, um Markenintegrität, Best Practices und Einhaltung der Webzugänglichkeit sicherzustellen, sowie eine Reihe von Überwachungs- und Einwilligungslösungen, darunter eine Universal Consent Platform, die Unternehmen dabei unterstützen soll, die Allgemeine Datenschutzverordnung (DSGVO) einzuhalten.

WEITERE INFORMATIONEN FINDEN SIE AUF [CROWNPEAK.COM](https://crownpeak.com).