

#Data_Platform

#Data_Warehouse

#Data_Lake

#Campaign_Analytics

Horváth vernetzt Marketingdaten für gezielte Kampagnensteuerung

Horváth, eine international tätige Managementberatung, erweiterte gemeinsam mit dem Projektteam der pmOne das bestehende Data Warehouse um eine zentrale Marketing-Komponente. Die Lösung führt Daten aus Google Analytics, Google Ads, LinkedIn und weiteren Plattformen zusammen, dokumentiert sie zentral und verknüpft sie mit dem Kampagnenmanagement im CRM. So analysiert das Marketingteam Kampagnen systemübergreifend, visualisiert ROI und Budgeteffizienz in Power BI und trifft fundierte, datenbasierte Entscheidungen deutlich schneller.

HERAUSFORDERUNG:

Fehlende Transparenz im Marketingteam durch verteilte Daten

Vor Projektstart arbeitete das Marketingteam mit verschiedenen Systemen wie Google Ads, Google Analytics, LinkedIn und dem CRM, wobei die Auswertungen jeweils innerhalb der einzelnen Plattformen stattfanden. Eine übergreifende Analyse war dadurch nur eingeschränkt möglich. Unterschiedlich definierte KPIs und eine fehlende Historisierung erschwerten eine konsistente Bewertung der Kampagnen. Um fundierte Entscheidungen treffen und den ROI ganzheitlich beurteilen zu können, suchte das Team nach einer Lösung, die sämtliche Marketingdaten zentral zusammenführt und strategisch nutzbar macht.

LÖSUNG:

Mit Erweiterung des Data Warehouse zur Marketingplattform

Das Projektteam der pmOne erweiterte das bestehende Data Warehouse gezielt um eine zentrale Marketing-Komponente. Es band Daten aus Google Analytics, Google Ads, LinkedIn und dem CRM über standardisierte Schnittstellen an, strukturierte sie im Data Lake vor und transformierte sie anschließend im Data Warehouse. Dabei bereinigte, historisierte und vereinheitlichte es die Daten, um sie im Gold Layer performant für das Reporting bereitzustellen. Über Power BI begleitet das pmOne-Team Horváth derzeit bei der Erstellung und Weiterentwicklung von individuellen Berichten, die systemübergreifende Analysen ermöglichen und eine fundierte Bewertung von Kampagnen, Budgets und Performance-Kennzahlen unterstützen.

Microsoft Power BI
Microsoft Azure SQL Server
Microsoft Azure Data Factory
Microsoft Azure Storage Account

- ✓ Einheitliche Sicht auf relevante Marketingdatenquellen
- ✓ Tracking von Kampagnen über Systemgrenzen hinweg
- ✓ Zentrale, nachvollziehbare Datenerhaltung für konsistente Analysen
- ✓ Fundierte Entscheidungsgrundlagen für eine gezielte Budgetsteuerung

ERGEBNIS:

Mit transparenten Marketingdaten zur erfolgreichen Kampagnensteuerung

Das Marketingteam von Horváth wertet Kampagnen jetzt systemübergreifend aus und verknüpft Inhalte, Ausspielung und Wirkung nahtlos miteinander. Planungsdaten aus dem CRM, Performance-Kennzahlen aus LinkedIn und Google sowie Website-Interaktionen aus Google Analytics fließen dabei in eine gemeinsame Analyse ein. Die zentrale Datenbasis ermöglicht es, Budgets effizienter einzusetzen und den Erfolg einzelner Maßnahmen gezielt zu bewerten. So schafft das Marketingteam eine verlässliche Grundlage für datengetriebene Kampagnen-Optimierungen und strategische Entscheidungen.



TIL MÜLLER
BI Consultant

pmOne AG
kontakt-dm@pmone.com

„Mit der Unterstützung von pmOne konnten wir unsere Marketingdaten aus verschiedenen Systemen erfolgreich zusammenführen und systemübergreifend nutzbar machen. Die neue Lösung bietet uns volle Transparenz über alle Kampagnen hinweg und ermöglicht es uns, Budgets gezielter einzusetzen und Maßnahmen deutlich effizienter zu steuern.“

SUSANNE DONABAUER, Programm Management | Horváth