

Optimiertes Sponsoren-Management und neue Möglichkeiten zur Fan-Anbindung über alle Kanäle hinweg.

Maßgeschneiderte CRM-Lösungen für die Fan- und Sponsorenkommunikation – für Vereine werden sie immer mehr zur unverzichtbaren Basis für langfristigen wirtschaftlichen Erfolg. Das aktuelle Projekt der Innovationspartner NTT DATA und THW Kiel beweist eindrucksvoll die Potenziale cloud-basierter CRM-Systeme für Sportvereine, wenn es darum geht, die Beziehungen zu Fans und Sponsoren auf eine neue Ebene heben.



DIGITAL SUCCESS STORY / SPORTS

Alles im Blick mit einem Klick

Die Herausforderung:

Zentral gemanagte, cloud-basierte CRM-Lösungen für ein leistungsfähiges Sponsoren- und Fan-Management von Sportvereinen mit langfristiger Wirkung – bei gleichzeitig signifikant geringeren Kosten und schnellem Return-on-Investment.

Personalisierte Kommunikation und Angebote sind für die Fans von heute eine Selbstverständlichkeit. Und auch für Sponsoren gilt: Das richtige Angebot zur richtigen Zeit und größtmögliche Transparenz in der Angebotsstruktur sind Standard. Das bedeutet: Wer heute professionelles Sponsoring- und Fan-Management betreiben will, für den ist Digitalisierung ein Muss. So wie für den THW Kiel.

Im Rahmen einer seit 2021 bestehenden Innovationspartnerschaft beauftragte der THW Kiel daher die Digitalisierungsexperten von NTT DATA mit der Entwicklung und Implementierung einer maßgeschneiderten, cloud-basierten CRM-Plattform. Der Anspruch: Stets alle für die Fan- und Sponsorenkommunikation relevanten Daten und Prozesse aktuell, konsolidiert und auf einen Blick verfügbar zu haben. Das Ziel: Die weitere Professionalisierung der Fan- und Sponsorenpflege. Außerdem: Effizienzverbesserungen bei Angebotserstellung, Vertragsmanagement, Vertriebssteuerung, Buchhaltung und Lagerhaltungsmanagement.

Athanasios Andreou
Managing Consultant, Strategic
Advisory Services DACH,
NTT DATA Deutschland GmbH

»IT-Lösungen für Sportvereine sind für uns mehr als nur ein Projekt. Sport ist ein emotionales „Produkt“ und wir bei NTT DATA engagieren uns immer voller Hingabe für ein optimales Ergebnis – als Experten für Digitalisierung und auch als große Sportfans. Wir wissen, was technologisch möglich ist, kennen als Sportbegeisterte aber auch die Erwartungen von Fans und Sponsoren gegenüber den Vereinen. So können wir Lösungen entwickeln, die passgenau auf die Bedürfnisse aller Beteiligten zugeschnitten sind.«

Agile Implementierung der cloudbasierten CRM-Lösung – in weniger als drei Monaten

Die Lösung:

Agil-iterative Einführung einer modernen Cloud-CRM-Lösung von Salesforce – zugeschnitten auf die Anforderungen der Anwender*innen und mit einer großen Bandbreite an Möglichkeiten.

Am Anfang der Entwicklung und Implementierung der umfassenden CRM-Lösung stand die detaillierte Analyse und Evaluierung bestehender Rahmenbedingungen – wie bei allen Projekten der NTT DATA üblich. Die Customer Journey von Sponsoren und Fans wurde dabei ebenso in den Blick genommen wie die Prozesse, die bei der Digitalisierung mit dem neuen CRM-System von zentraler Bedeutung sein würden. Durch die Ausarbeitung des „Problem Spacing“ und der individuellen Anforderungen des THW Kiel wurde die Basis für alle folgenden Umsetzungsschritte gelegt. Die Implementierung der CRM-Plattform von Salesforce erfolgte agil, das heißt: Es wurden sogenannte „Minimum Viable Products“ entwickelt, um aus dem User-Feedback die jeweiligen spezifischen Anforderungen schnell identifizieren zu können. Diese ließen sich ohne jeglichen Entwicklungsaufwand mit der „Click-and-Point“-Workflow-Konfiguration von Salesforce realisieren. So konnten große Teile der Plattform bereits nach weniger als drei Monaten in Betrieb gehen.

Schneller Return-on-Investment

Ein schneller Return-on-Investment ist zweifellos einer der ganz großen Vorteile der von NTT DATA implementierten Lösungen. Deren intuitive Bedienung ermöglicht eine hohe Akzeptanz der User und damit einen problemlosen Change-Prozess. Durch schnell realisierbare Prozessoptimierungen und Verbesserungen beim Management der Sponsoren- und Fan-Beziehungen amortisieren sich getätigte Investitionen in kürzester Zeit.

Die 4 wichtigsten Vorteile des neuen CRM-Systems im Überblick

Der Nutzen:

Schneller Überblick, schlanke Prozesse, intuitive und direkte Kommunikation mit Fans sowie passgenaues Sponsoren-Management ermöglichen den Aufbau und Pflege eines auf Langfristigkeit ausgelegten Kontaktpools wichtiger Stakeholder.

- **Alle Informationen auf einen Blick.** Zentrale Datenhaltung ermöglicht jederzeit den Zugriff auf aktuelle Informationen; jede Abteilung verfügt über ein Dashboard mit allen relevanten Informationen.
- **Spürbar weniger Aufwand.** Durch automatisierte Prozesse wird eine deutlich höhere Effizienz bei Angebotserstellung, Vertragsmanagement, Vertriebssteuerung, Buchhaltung und Fan-Kommunikation erreicht.
- **Sponsorenverträge auf Klick.** Eine gut strukturierte Übersicht erlaubt schnellen Zugriff auf sämtliche Informationen zu Sponsorenverträgen inklusive Konditionen, Ansprechpartnern und Vertragslaufzeiten.
- **Optimiertes Beziehungsmanagement.** Ob Sympathisant des Vereins, Fan eines Spielers oder Die-hard-Fan des Vereins, für jede Zielgruppe wird eine gezielte Ansprache mit individualisierten Angeboten über unterschiedliche Kanäle wie Web, App, Social Media, oder E-Mail hinweg - auch seitens der Sponsoren – ermöglicht.

Athanasios Andreou

athanasios.andreou@nttdata.com
+49 172 7 39 51 61
www.nttdata.com/de

Über NTT DATA

NTT DATA – ein Teil der NTT Group – ist Trusted Global Innovator von Business- und IT-Lösungen mit Hauptsitz in Tokio. Wir unterstützen unsere Kunden bei ihrer Transformation durch Consulting, Branchenlösungen, Business Process Services, IT-Modernisierung und Managed Services. Mit NTT DATA können Kunden und die Gesellschaft im Allgemeinen selbstbewusst in die digitale Zukunft gehen. Wir setzen uns für den langfristigen Erfolg unserer Kunden ein und kombinieren globale Präsenz mit lokaler Kundenbetreuung in über 50 Ländern.

Weitere Informationen finden Sie auf de.nttdata.com