



Finnlands größter privater TV-Sender optimiert Media-Sales-Prozess mit Lösungspaket von Arvato Systems

MTV Oy spielt schon seit 1957 eine entscheidende Rolle auf dem finnischen Medienmarkt und ist heute einer der größten Privatsender in ganz Skandinavien. Den TV-Anbieter zeichnen ganz besonders seine konsequente Zukunftsorientierung und der innovative Umgang mit neuen Medien aus. Inhalte von MTV Oy werden über zahlreiche Distributionskanäle ausgestrahlt und auch online verbreitet, um den wachsenden Bedürfnissen der anspruchsvollen Rezipienten gerecht zu werden.

Auf Basis der Lösungen S4AdSales und S4AdOpt können wir unsere hohen Anforderungen abdecken und sind auch für die Zukunft gut gerüstet. Darüber hinaus haben wir mit Arvato Systems einen kompetenten Partner, auf den wir uns bei den anspruchsvollen Aufgaben in unserem Business verlassen können"



Petri Haverinen
 Development Manager MTV Oy

Ausgangssituation

Der Media-Sales-Prozess gestaltete sich für MTV Oy aufgrund der sich wandelnden Marktanforderungen in den letzten Jahren immer komplexer, der manuelle Aufwand wuchs. Für die Verantwortlichen bei MTV Oy wurde klar, dass den Herausforderungen der wachsenden Komplexität im Spot-Platzierungsprozess auf Dauer nur mit einem modernen und leistungsfähigen System zu begegnen sein würde. Angesichts der Vielzahl möglicher Distributionskanäle wird es in Zukunft verstärkt darum gehen,



The Customer

- MTV Oy is der größte private TV- und Kommunikationskonzern in Finnland.
- Mit Sendern wie MTV3, Sub, AVA und den verschiedenen MTV TOTAL Pay-TV-Kanälen erreicht MTV Oy täglich 3 Millionen Zuschauer.
- Die Websites MTV.fi sowie radionova.fi haben jede Woche gemeinsam eine absolute Besucherzahl von mehr als 2 Millionen.
- Zudem strahlt der Konzern im Rahmen seines Online-TV-Services MTV Katsomo monatlich ca. 10 Millionen Videos aus.

Industry

- TV, Pay-TV, Online-TV





die Spot-Platzierung stärker zu personalisieren und im Sinne der Werbekunden, aber auch unter Ertragsgesichtspunkten zu optimieren.

Vision

Bei MTV Oy war man sich darüber im Klaren, dass Zukunftsfähigkeit letztlich nur durch eine moderne, leistungsfähige End-to-End-Lösung zu garantieren ist, die alle operativen Geschäftsprozesse im Kontext der Vermarktung unterstützt. Besonders wichtig waren MTV Oy dabei einerseits ein hoher Automatisierungsgrad bei der optimalen Platzierung und Verwaltung der Werbespots, über die verschiedensten Sendertypen hinweg, und andererseits eine enge Einbindung in die bestehende Infrastruktur. Das Ziel: Ein System, mit dem MTV Oy State-of-the-Art-Business Requirements umsetzen kann und das Zukunftssicherheit verschafft.

Lösung

Bei MTV Oy entschied man sich nach einer intensiven Marktanalyse und einer gründlichen Auswahlverfahren dafür, S4AdSales von Arvato Systems einzuführen. Als besonderen Vorzug der Lösung betrachteten die Verantwortlichen bei MTV Oy die bereits integrierte Optimierungseingine S4AdOpt, die inzwischen auch als eigenständiges Tool erhältlich ist: S4AdOpt ist mit unterschiedlichen Dispositionssystemen einsetzbar. Mit S4AdSales – inklusive S4AdOpt – ist ein perfektes Revenue Management möglich.

Unsere Leistungen

Arvato Systems überzeugte schon in der Testphase durch eine hervorragende Zusammenarbeit in der Projektgruppe. Neben der Einführung und bedarfsgerechten Konfigurierung von S4AdSales und S4AdOpt spielte dabei die Einbindung der neuen Lösungen in die bestehende IT-Infrastruktur bei MTV Oy eine zentrale Rolle.

Kundenvorteile

MTV Oy profitiert nun davon, alle Geschäftsprozesse im Zusammenhang mit der Spot-Platzierung automatisiert umsetzen zu können: denn die Einbuchung erfolgt in hohem Maße automatisiert und regelbasiert. MTV Oy kann nun attraktive Pakete über die verschiedenen Einzelsender der Gruppe hinweg anbieten – und dies in allen 17 Regionen, die MTV Oy abdeckt. Der Medienkonzern kann stets die bestmögliche Spot-Platzierung erreichen – im Interesse der Kunden wie auch im Interesse der eigenen Ertragsoptimierung. Externe Partner wie etwa Werbeagenturen sind in der Lage, Spot-Platzierungen über ein von MTV-Oy bereitgestelltes Interface direkt in das System einzubuchen. Mit der Implementierung von S4AdSales und S4AdOpt ist MTV Oy nun für die wachsenden Anforderungen cross-medialer Kampagnen im Markt gerüstet.

Der Case im Überblick

Aufgabe

- End-to-end Prozess-Unterstützung von Angebotsmanagement über Reichweitenprognose, Materialverwaltung, Feinplanung bis hin zur Fakturierung
- Automatisierung und ertragssteigende Optimierung des Spot-Platzierungsprozesses

Technologie

- Arvato Systems S4AdSales
- Arvato Systems S4AdOpt

Ergebnis

- Bei MTV Oy freut man sich über die hohe Effizienz in der neuen, automatisierten Spot-Platzierung und über die deutlich verbesserten Vermarktungs- und Ertragsmöglichkeiten – über alle Sender und Regionen des MTV Oy Konzerns hinweg. Auch für eine zukünftige crossmediale Vermarktung ist nun das Fundament gelegt.

S4AdOpt
Ad Placement &
Revenue Optimization

Weitere Fragen? Nehmen Sie Kontakt mit uns auf.

Arvato Systems **Christian Schneider** | Vice President Corporate Sales
Phone: +49 221 28 555500 | Email: christian.schneider@bertelsmann.de
www.IT.arvato.com/broadcast-de

Als global agierender Next Generation IT Systemintegrator konzentriert sich Arvato Systems auf Lösungen, die die digitale Transformation unserer Kunden unterstützen. Wir nutzen das Know-how und das hohe technische Verständnis von mehr als 3.000 Mitarbeitern an weltweit über 25 Standorten. Lösungen von Arvato Systems überzeugen durch die einzigartige Kombination aus internationaler IT-Engineering Excellence, der offenen Denkweise eines Global Players und dem leidenschaftlichen Engagement unserer Mitarbeiter. Wir gestalten unsere Geschäftsbeziehungen persönlich und partnerschaftlich mit unseren Kunden. So erzielen wir gemeinsam nachhaltigen Erfolg.

arvato
BERTELSMANN