

Berlin | 23. Mai 2025

Prozessautomation in der Marketing Operations



Hallo, Workflow Analytica 😊

Wir freuen uns auf den Austausch mit euch.



Zlatan Jusic

Managing Director

✉ zlatan.jusic@mpp360.io



Tim Ende-Styra

Director Business Development

✉ tim.ende-styra@mpp360.io



www.mpp360.io

Softwareanbieter aus Hamburg

Wir sind ein B2B-SaaS-Unternehmen, das sich darauf spezialisiert hat, die Marketingproduktion zu transformieren – durch die Vereinfachung und Automatisierung der Erstellung digitaler und gedruckter Materialien.

Wir befähigen branchenübergreifend mittelständische Unternehmen und globale Konzerne, ihre Prozesse zu vereinheitlichen und zu optimieren, um Effizienz und Konsistenz ihre Marketing Produktionsabläufe zu steigern.

11.5k

Active users

105k

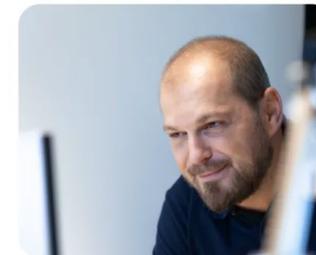
Production jobs

5m+

Executed automations

500+

Live workflows



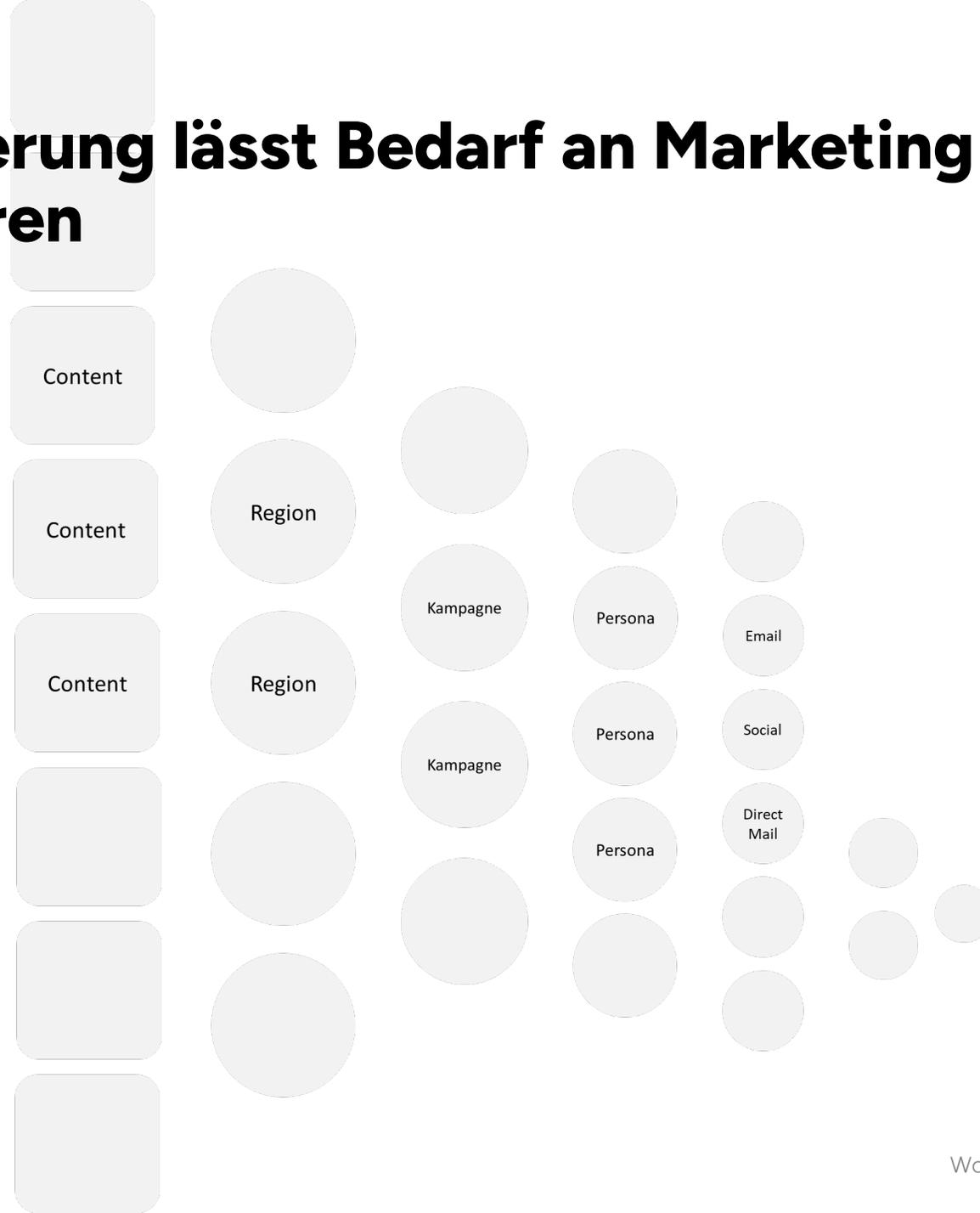
Die Produktionsprozesse im Marketing nehmen zu viel Zeit, Ressourcen und Budget in Anspruch.

Hyperpersonalisierung lässt Bedarf an Marketing Content explodieren

\$93B

Der Markt für „digital content creation“ wird sich bis 2032 fast **verfünffachen**.

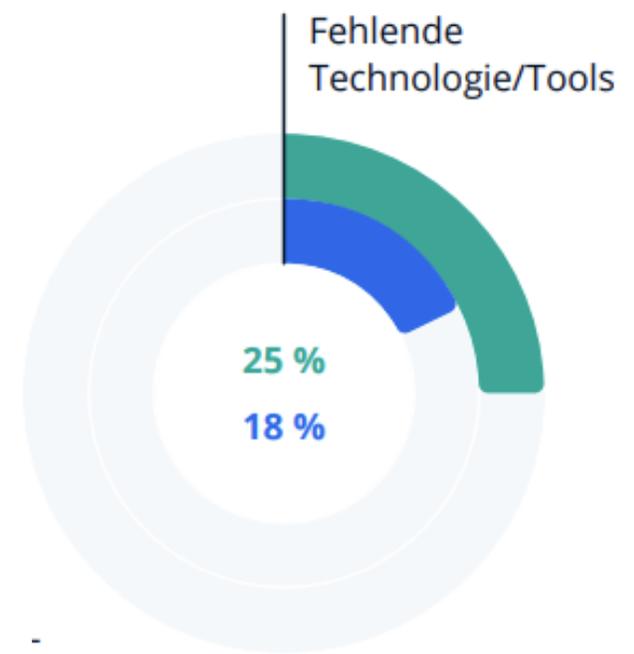
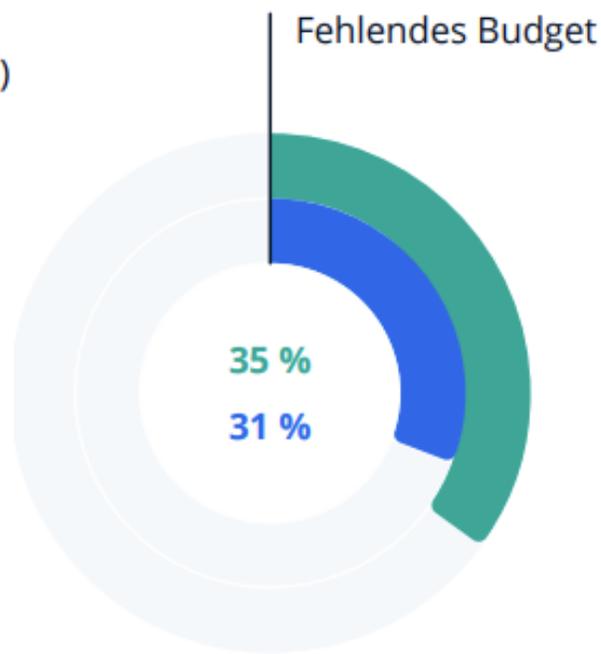
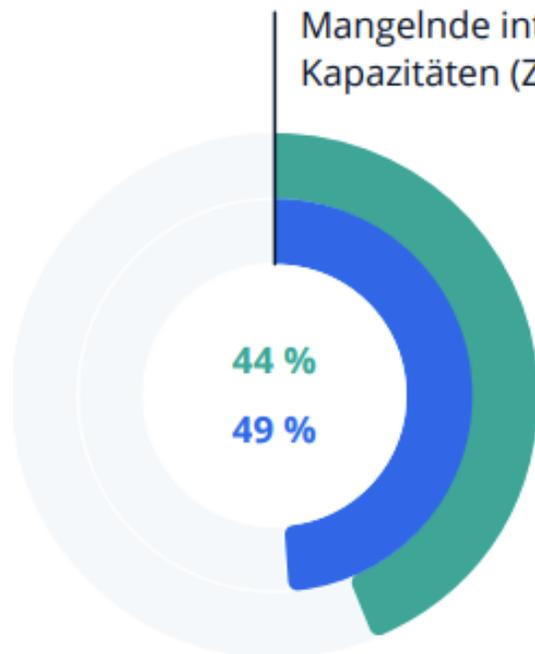
Quelle: Polaris Market Research



ZU WENIG KAPAZITÄTEN, BUDGET UND FEHLENDE TECHNOLOGIE-INFRASTRUKTUR

Drei große Herausforderungen im Content Marketing

■ B2B ■ B2C



Quelle: Content Marketing Trendstudie 2025 | CMCX | Statista+

Ineffiziente Prozesse sind ein Problem

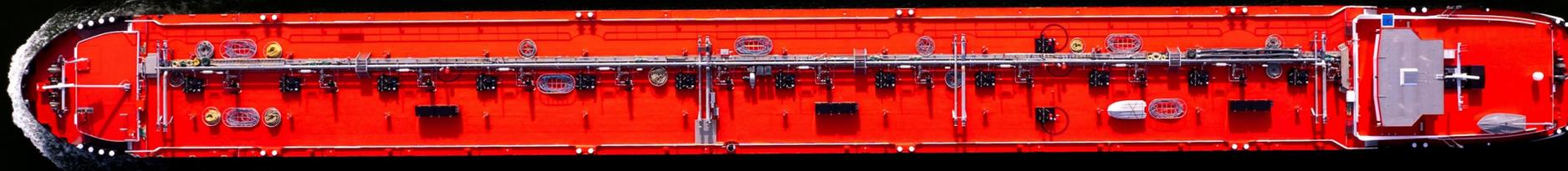
Im deutschsprachigen Raum investieren Unternehmen jährlich rund 9,8 Milliarden Euro in Content Marketing. Für die kommenden Jahre wird ein jährliches Wachstum von etwa 5 % erwartet.



Der Bedarf an Marketing-Content ist in den letzten Jahren erheblich gestiegen und wird weiter zunehmen. **Ineffiziente Prozesse in der Content-Produktion werden zu erheblichen Herausforderungen für Marketing-Teams..**
Die Notwendigkeit zur Personalisierung und die zunehmende Anzahl von Kommunikationskanälen erfordern eine **Optimierung der Produktionsprozesse.**

Quelle: CMF-Basisstudie, 2022

Die Content Supply Chains sind brüchig



Jede Marketingorganisation hat eine Content Supply Chain.
Die meisten sind ineffizient und wenig vernetzt.
Wie kann Marketing von strukturierten Workflows, intelligenter Automation und generativer KI profitieren?

Vom Manufakturbetrieb zu automatisierten Prozessen

Manuelle Arbeit



Automation & KI

Teams, Tools, Daten in Silos



Verbundene und strukturierte Workflows

Wenige Content Creator



Demokratisierte Kreativität von Vielen

Blackbox Content-Erstellung

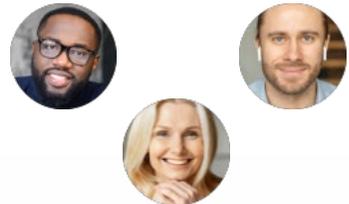


Transparente Production Automation im Marketing

System für den blinden Fleck in der Marketing Produktion



Assign
Order
Plan



Agencies

Departments

Freelancers



DAM

PIM

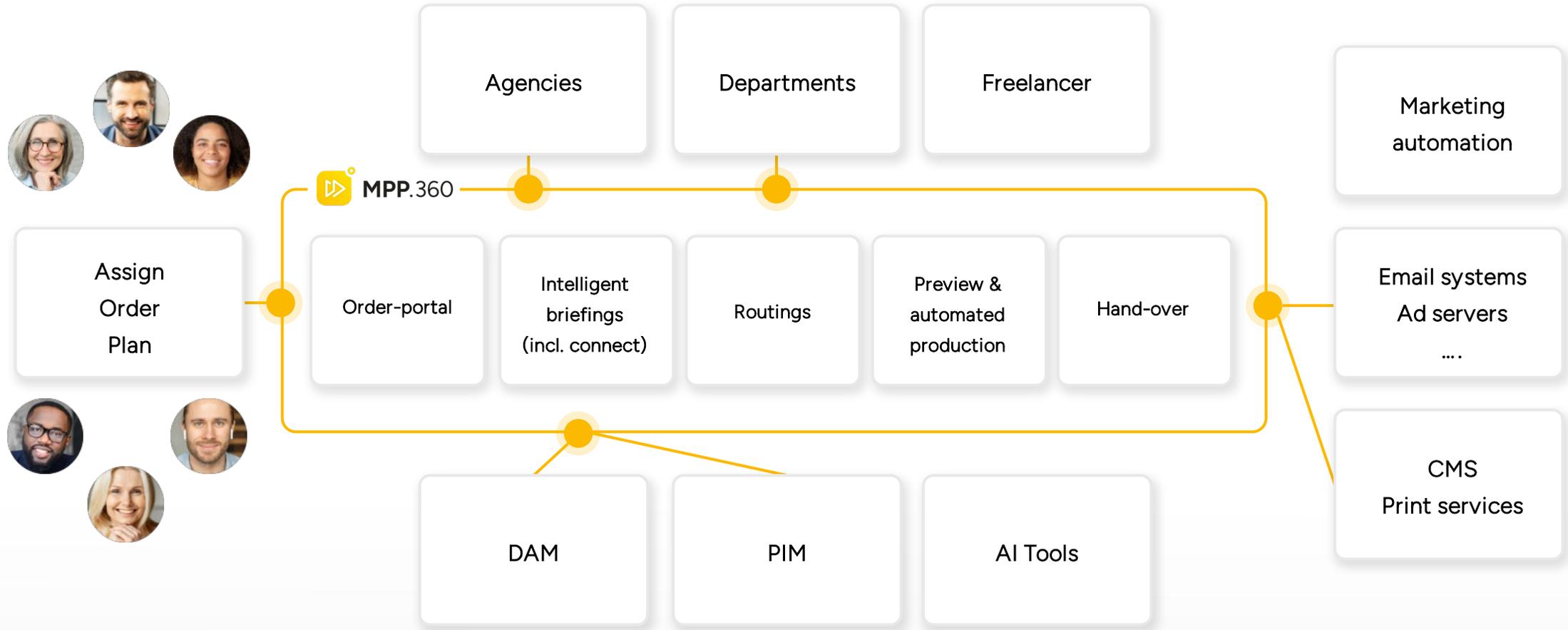
AI Tools

Marketing
automation

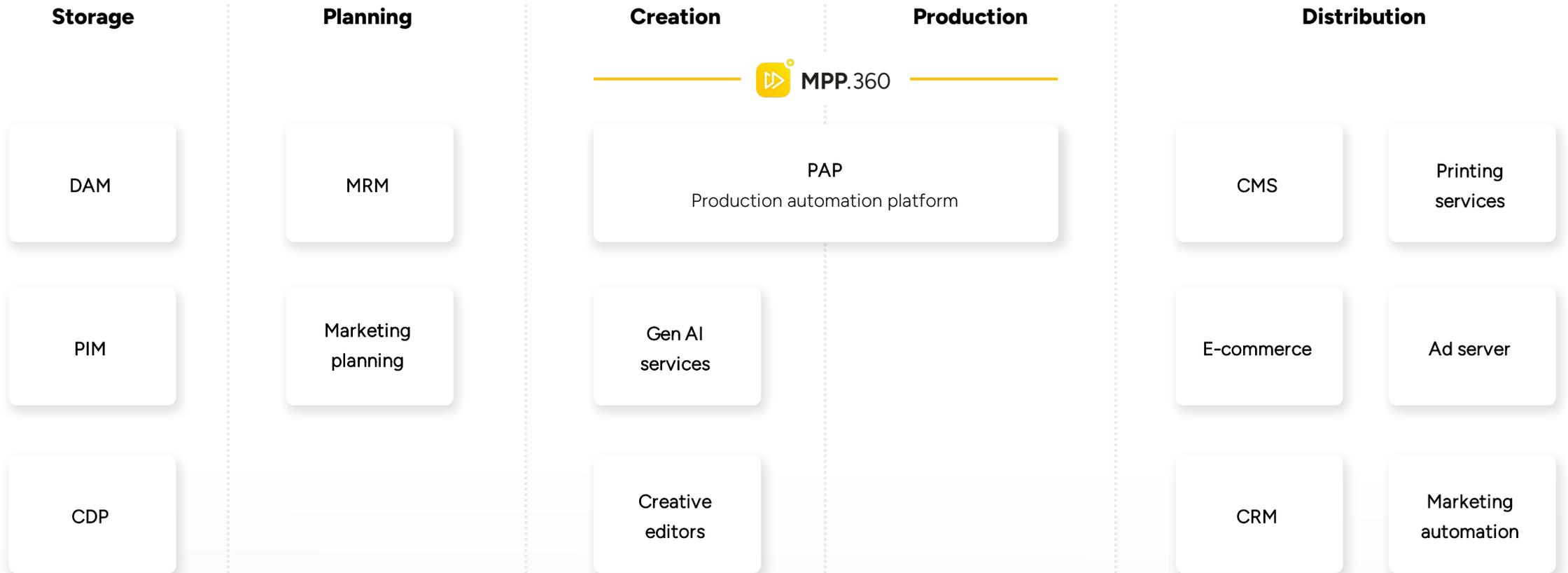
Email systems
Ad servers
...

CMS
Print services

System für den blinden Fleck in der Marketing Produktion



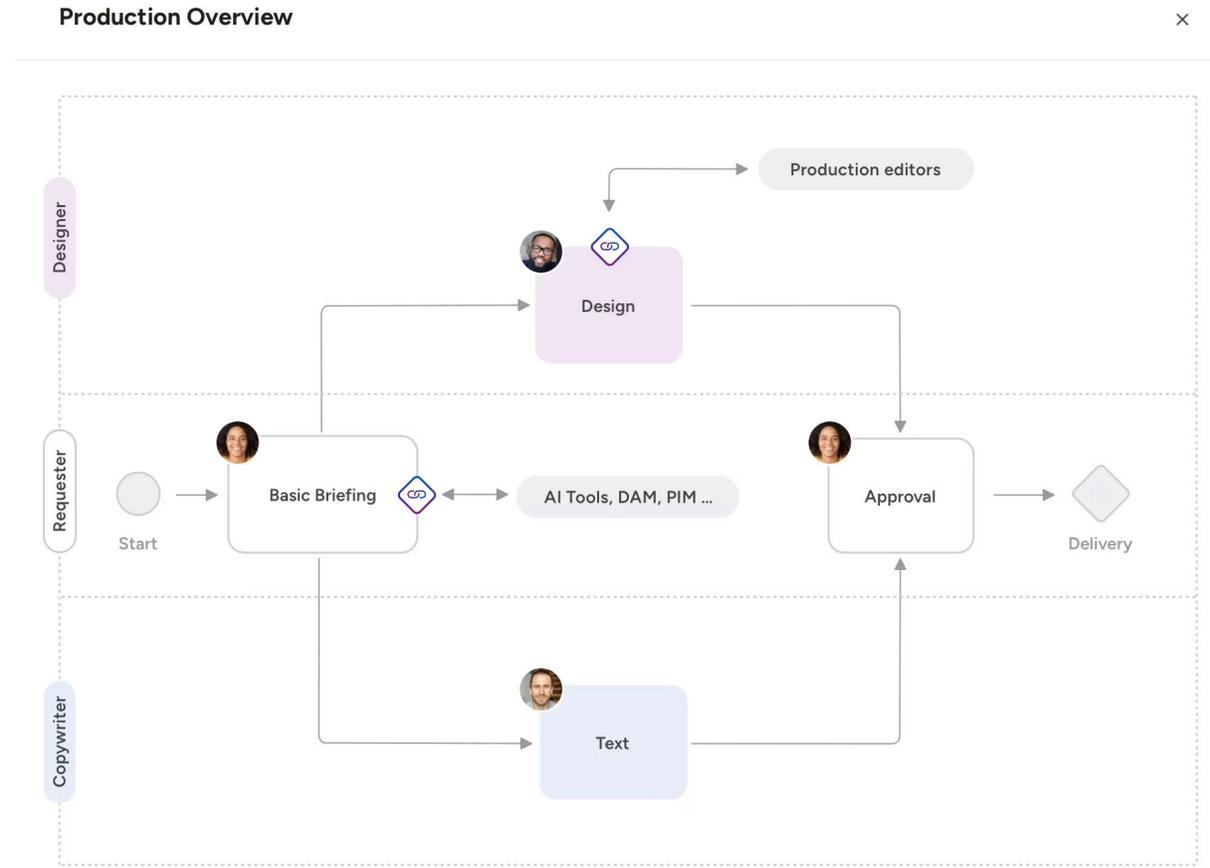
100% Fokus auf Kreation und Produktion im MarTech Stack



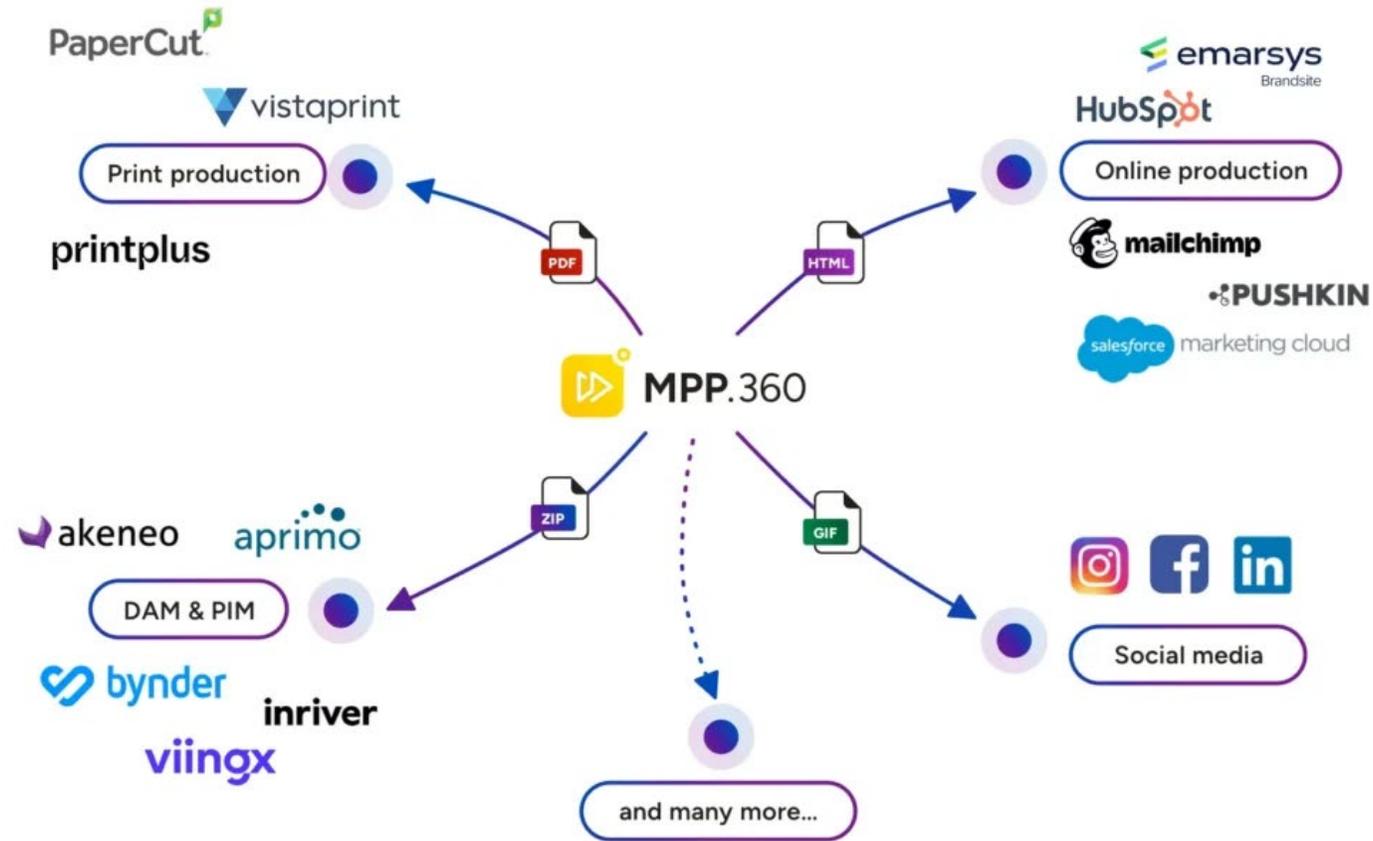


5. †.Σκ ÛÈ≥Š≠.Ê† π Š~Êfl †~.Ê† κ/†~¿ÊUfl π/¿ π
 yÊfl ∅.Í.ΣÛΣπfl ††ŠΣ/Σπ "/.Š¿Σπ.πΣÛπ
 Z †ÛΣ.†: π ∅ΣÛ~.Ê† π.≠Δ~ †UflS fl †≠ΔΣ†π.Σ.Σπ
 Í Š ð∅.fl.ΣÛ† π†≥ π.Σκ ÛÈ≥Šy~.Ê† πÊ† π.†...†/Σ† π
 Š†≥ π Σ≥Û≠y~Σ† π ΣÛΣfl ...Σ† π†Δ††≥ π
 ~Ûšy ŠÛΣÛπ fl ÊÛ¿Ê- †S †Š~Êfl †~...ΣÛ† ππ

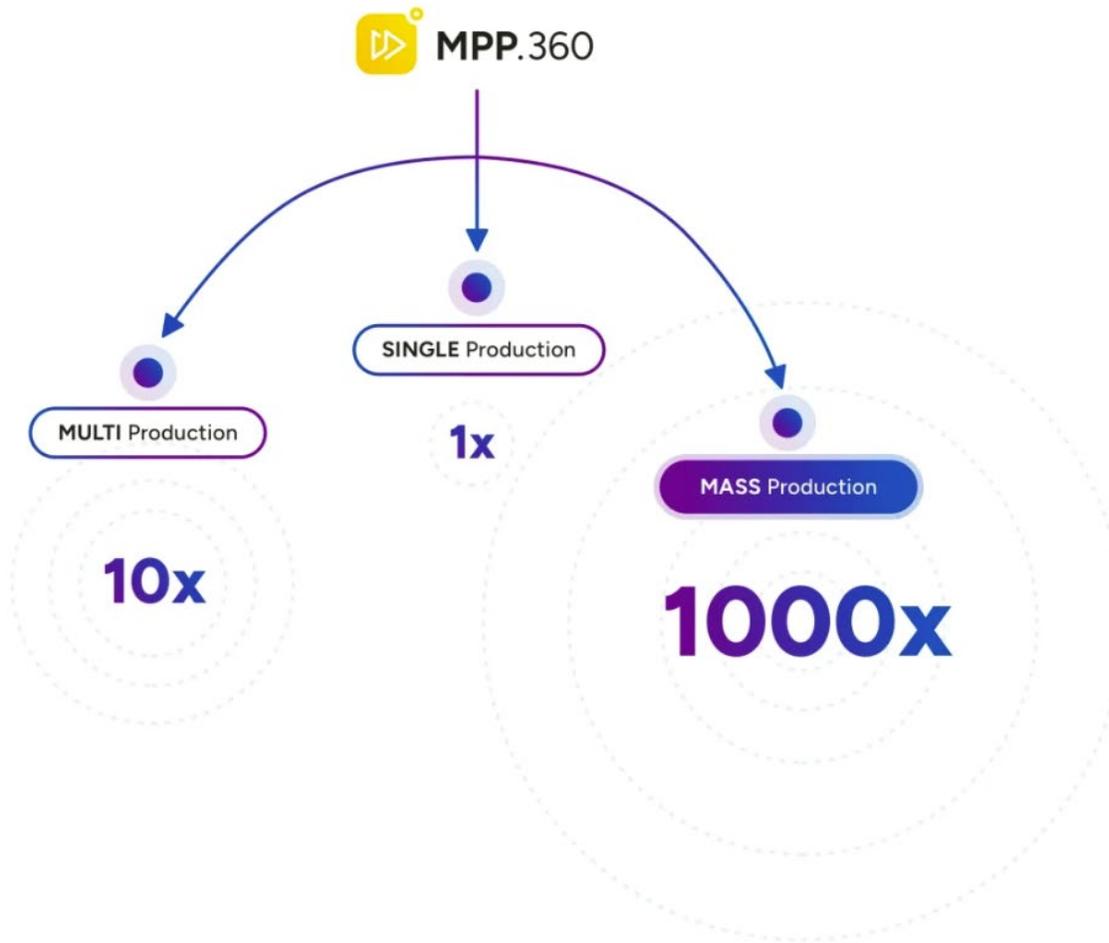
Workflow-basierte Briefings, Produktion, Abstimmung und Übergabe von Marketing-Materialien



Marketing-Materialien strukturiert automatisiert an alle Ausspiel-Systeme übergeben



Prozesse Standardisierung und vorlagen-basierte Automation ermöglichen echte Skalierung des Content-Outputs



Prozess Automation in der Marketing Produktion ist ein massiver Effizienz-Hebel

90%

Reduction in
production time.

70%

Reduction in required
team resources.

60%

Reduction in
production-related
agency spending

x4

Faster go-live of
omnichannel campaigns
& promotions.

MPP.360 Production Automation Plattform

Die Zukunft der Marketing Produktion basiert auf strukturierten Workflows und intelligenten Automationen.

Vielen Dank für eure Aufmerksamkeit.