



Digitale Inhalte monetarisieren

Mit FirstSpirit™ Content-as-a-Service vom CMS zu „Content Everywhere“

Die rasante Zunahme digitaler Touchpoints erfordert einen agileren Ansatz als das konventionelle Content Management, um Kunden erfolgreich anzusprechen. FirstSpirit CaaS (Content-as-a-Service) ist die nächste Evolutionsstufe des Digitalen Content Hubs, deren Ziel weit über das Erstellen und Pushen von Inhalten hinausgeht. Damit können Sie wirklich alles, was über einen Internetanschluss verfügt, mit aktuellem Content versorgen – mobile Apps, Shops, IoT-Devices, Portale oder Webseiten von Drittanbietern.

Ultimative Time-to-Market für digitale Touchpoints

Neue Touchpoints zum Kunden lassen sich mit CaaS schnell und ohne zusätzlichen Integrationsaufwand anbinden, da der Content einfach an der CaaS-Standard-API abgefragt wird. Frontend-Entwickler brauchen dafür kein FirstSpirit-Know-how. Das reduziert einerseits die Kosten für Schulungen und Entwicklung, andererseits steigert es die Flexibilität und Geschwindigkeit in der Projektumsetzung.

Digitale Komplexität endlich beherrschbar machen

Mit der Digitalisierung wächst die Zahl der zu integrierenden Touchpoints und Technologien, explodiert die Menge an Daten und Content und – last but not least, stoßen IT- und Marketing-Teams mit ihren Ressourcen und Nerven an die Grenzen der Belastbarkeit. Mit CaaS wird die digitale Komplexität endlich beherrschbar.

Inhalte teilen mit der „Content-Shareconomy“

CaaS macht Inhalte tatsächlich agil und unbegrenzt wiederverwendbar, denn sie werden nicht mehr nur gezielt in einen definierten Kanal veröffentlicht, sondern stehen auf Abruf zur Verfügung – auch für Drittanbieter. So teilt man wertvolle Inhalte nach Bedarf mit allen Stakeholdern im eigenen Unternehmen oder extern.

Mit neuen Geschäftsmodellen Content monetarisieren

Mit CaaS eröffnen sich für Unternehmen neue Konzepte, um Inhalte einfach für Dritte bereitzustellen und damit direkt oder indirekt zu monetarisieren, beispielsweise über Reseller-Modelle, Online-Marketplaces oder als White-Label-Content. Neue Geschäftsmodelle lassen sich ohne große Investments testen und an den Markt bringen.

Kundenorientiert und variabel im Frontend

Mit CaaS lassen sich Customer Experiences individuell gestalten, da Design- und Präsentationsebenen unabhängig von Inhalten und dem CMS existieren. Gleichzeitig öffnet CaaS den unternehmenseigenen Content für die flexible Nutzung auch durch „unbekannte“ Frontends wie externe Websites, Apps und Devices. Unternehmen können risikolos mit Ausgabemöglichkeiten experimentieren und so die ideale Kundenansprache gestalten.

Alles unter Kontrolle: Content-Qualität steigern

CaaS hebt die Möglichkeiten für eine aussagekräftige Analyse und Optimierung von Content auf eine neue Ebene. Die Auswertung von Content-Request-Daten ermöglicht qualitative und quantitative Rückschlüsse auf die Nutzung und den Erfolg, um Inhalte und Content-Marketing-Maßnahmen besser an Zielgruppen anzupassen. Dabei behalten Unternehmen jederzeit die Hoheit über ihre Inhalte.

Teamwork: Marketing und IT „at its best“

Die radikale Trennung von Content-Pools, Standard-schnittstellen, Design- und Präsentationsebenen ermöglicht es IT- und Marketingabteilungen, viel eigenständiger zu agieren als bisher. Gleichzeitig lassen sich dank CaaS die technischen und fachlichen Bestandteile zu einem perfekten Ganzen vollenden. Der reduzierte Abstimmungs- und Integrationsaufwand spart nicht nur Zeit und Geld, sondern beschleunigt auch die Time-to-Market von Touchpoints, Produkten und Kampagnen.

Was ist FirstSpirit CaaS?

Das CaaS-Modell ist die konsequente Weiterentwicklung der Best-of-Breed-Philosophie hinter FirstSpirit: Durch die ultimative Trennung von Inhalten, Layout und Struktur lassen sich Inhalte nicht mehr nur in integrierte Kanäle veröffentlichen („Push“), sondern formatneutral von beliebigen Frontends einfach über eine universelle CaaS-Schnittstelle abrufen („Pull“). FirstSpirit CaaS ergänzt die Content-Wertschöpfungskette damit um eine radikal flexible Komponente, die alle Türen zur digitalen Transformation und Kundenfokussierung weit aufstößt, neue Geschäftsmodelle ermöglicht und Content tatsächlich monetarisiert.

Einsatzszenarien für FirstSpirit CaaS

Smarte Content-Nutzung für das Internet-of-Things

Die Vielfältigkeit von digitalen Customer Journeys steigt und damit auch die Herausforderung, an wirklich jedem Touchpoint die richtigen Informationen anzubieten. Mit FirstSpirit CaaS machen Sie Ihre Inhalte überall verfügbar – ob am Kühlschrank, auf einer Smart Watch, dem Bordcomputer eines Autos oder für Digital Signage.

Leichtgewichtiger IT-Infrastruktur

Sie betreiben ein Enterprise-Portal für Ihr weltweites Intranet? Die Alternative: Mit CaaS können Sie das in der Regel eher schwergängige Portal durch ein leichtgewichtiges Frontend-Framework ersetzen, das die Inhalte vom CaaS-Server zieht. So können Sie die interne Kommunikation deutlich schlanker gestalten. Kosten für die Lizenzierung, Wartung und Betrieb teurer Enterprise-Software entfallen.

Umsätze generieren mit White-Label-Content

Sie sind ein Medienunternehmen oder Inhalte-Vermarkter und stellen Content gegen Bezahlung zur Verfügung? Die direkteste Form der Content-Monetarisierung wird mit CaaS noch einfacher: Ihre Kunden können jegliche Inhalte ohne Design- oder Template-Beschränkungen flexibel für die gewünschten Kanäle und Devices über die API abrufen und einfach in ihre originären Layouts und Strukturen einfließen lassen. Sie stellen die Schnittstelle zur Verfügung und müssen keine komplexe Infrastruktur mehr aufbauen und betreiben.

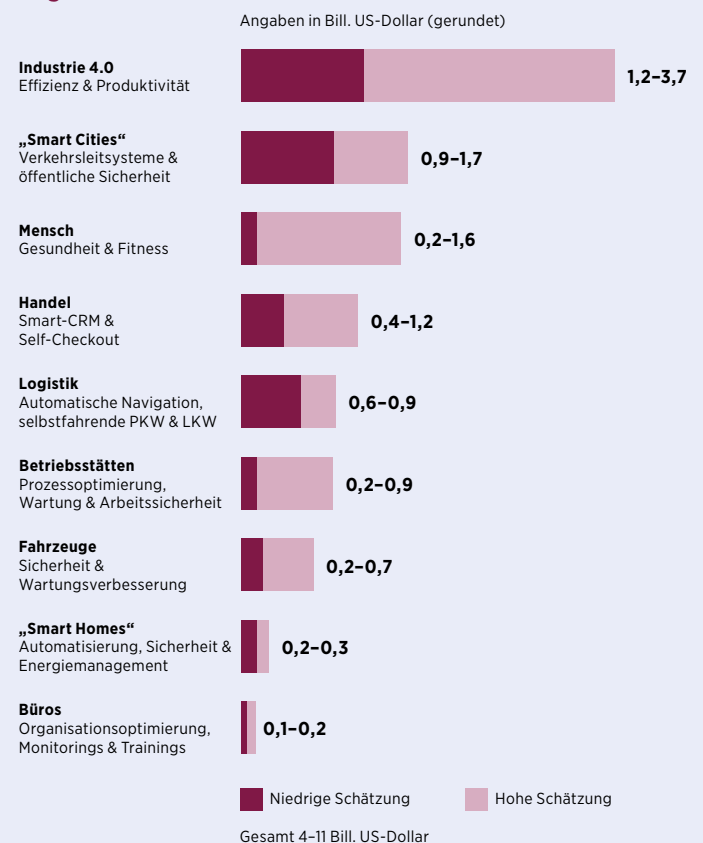
Reseller- und Marketplace-Modelle für die Industrie

Sie produzieren Waren und kennen sich mit Ihren eigenen Produkten besser aus als jeder andere? Dann stellen Sie doch Ihren Händlern und Partnern einfach alle notwendigen Informationen zur Verfügung. Damit vereinfachen Sie die Vermarktung Ihres Angebots, gewährleisten die konsistente Präsentation Ihrer Produkte und erhöhen den Absatz in allen Verkaufskanälen. Womöglich etablieren Sie die externe Content-Bereitstellung sogar als Bezahlmodell und erschließen so neue Einnahmequellen.

Zweitverwertung im Unternehmensverbund

Sie möchten den Tochter- und Ländergesellschaften in Ihrer Unternehmensgruppe zentrale Inhalte zur Verfügung stellen, die konsistent und gleichzeitig marken- oder länderspezifisch genutzt werden sollten? Dann können Sie diese mit CaaS bereitstellen – und den Gesellschaften die Flexibilität geben, die Inhalte je nach Bedarf abzurufen und für ihre Apps, Sites oder Smart Devices zu nutzen.

Das Internet-of-Things kann 2025 weltweit bis zu 11 Billionen Dollar Mehrwert schaffen. Ist Ihre Content-Strategie darauf eingestellt?



Sie wollen Ihre Inhalte von den Beschränkungen des konventionellen Content Managements befreien?
Sprechen Sie uns an!