



# Vorgestellt: MINDSHARE



## MARK BULLING

Als globales Mediennetzwerk mit fast 6000 Benutzern in 82 Ländern bietet Mindshare strategische Medienplanungs-, Verhandlungs- und Ausführungsdienstleistungen sowie Marktanalysen, digitale Lösungen und andere Spezialdienstleistungen an. Auf der europäischen Tableau Kundenkonferenz 2011 erläuterte Geschäftsführer Mark Bulling, wie Mindshare mithilfe von Tableau seine Kunden beeindrucken konnte. „Diejenigen, die das noch nie gesehen hatten, waren völlig begeistert darüber, dass wir ihre Daten so anschaulich präsentieren konnten.“

#### Tableau:

##### **Wie setzen Sie Tableau bei Mindshare ein?**

#### Mark Bulling:

Wir verwenden es auf vielerlei Weise. Am wichtigsten ist das Erstellen von Dashboards für Kunden, mit denen wir ihnen eine Momentaufnahme von ihrem Geschäft und den potenziellen Auswirkungen der Medien vermitteln. Am Anfang stehen die Mediendaten im Mittelpunkt, aber auch potenzielle Absatzchancen auf der Basis des Webdatenverkehrs usw. Wir führen diverse Analysen für Kunden durch, zum Beispiel Segmentierungen. Wir nutzen es auch intern als Analysetool zum Visualisieren von Daten, ähnlich wie Excel oder SAS.

## „Wir können wirklich mühelos zahlreiche unterschiedliche Datenquellen zusammenbringen ...“

„... und das konnten unsere Kunden vorher nicht.“

#### Tableau:

##### **Was für Daten analysieren Sie mit Tableau?**

#### Mark Bulling:

Wenn wir Daten für Kunden analysieren, handelt es sich normalerweise um eine Kombination aus Offline- und Onlinedaten. Die Offlinedaten beziehen sich zum Beispiel darauf, wie hoch die Ausgaben für diverse Medienkanäle sind, z. B. Fernseh-, Radio-, Anzeigen- und Plakatwerbung. Bei den Onlinedaten geht es im Wesentlichen um den Webdatenverkehr und um die Anzahl der Sichtkontakte (Impressions) und Suchvorgänge für bestimmte Stichwörter. Wir analysieren auch immer mehr Daten von sozialen Medienportalen, z. B. Twitter. Gegenstand dieser Analysen sind zum Beispiel Anzahl und Inhalt der Tweets und wie sich dies im Laufe der Zeit verändert. Manchmal müssen wir auch einen Bericht über das Wettbewerbsumfeld für einen Kunden erstellen und analysieren, wie hoch die Ausgaben seiner Konkurrenten waren. Aus den Berichten kann beispielsweise hervorgehen, wie viel der Kunde für die Medien ausgegeben hat und welche Auswirkungen das auf die Konversionsrate hat. Oder hier sehen wir, wie gut sich die KPIs (Key Performance Indicators, wichtigste Leistungskennzahlen) entwickelt haben – zum Beispiel die Kosten pro Akzeptanz oder die Kosten pro Sichtkontakt. Die Rentabilität (ROI) können wir ebenfalls messen.

#### Tableau:

##### **Wie reagieren Ihre Kunden, wenn sie derartige Daten in Tableau-Visualisierungen präsentiert bekommen?**

#### Mark Bulling:

Diejenigen, die das noch nie gesehen hatten, waren völlig begeistert darüber, dass wir ihre Daten so anschaulich präsentieren konnten. Mit dem Tool können wir fantastische Ergebnisse erzielen. Zum Beispiel können wir ihre Umsätze pro Laden auf einer Karte präsentieren. Man sollte meinen, dass die Kunden das bereits intern erledigen können, aber wenn ihnen bewusst wird, dass das auf der Karte ihre Umsätze sind und dass sich regionale Muster erkennen lassen, dann sind sie hellauf begeistert. Wir können wirklich mühelos zahlreiche unterschiedliche Datenquellen zusammenbringen, und das konnten unsere Kunden vorher nicht. Eigentlich verkaufen wir natürlich unsere Beratungsdienstleistungen, aber am Ende verkaufen wir auch Tableau.

# „Wir können wirklich mühelos zahlreiche unterschiedliche Datenquellen zusammenbringen, und das konnten unsere Kunden vorher nicht.“

## Tableau:

***Was für Daten fassen Sie zusammen?***

### Mark Bulling:

Normalerweise geht es um Fragestellungen wie die Verbindung der Umsätze pro Laden mit einer potenziellen Marketingaktivität, die gleichzeitig stattfindet. Wir verbinden die Medienaktivitäten mit der Umsatzaktivität und können das auf einen Blick präsentieren – einfach fantastisch.

## Tableau:

***Können Sie ein „Aha-Erlebnis“ beschreiben, das Sie mit einem Kunden hatten, als Sie etwas Unerwartetes in den Daten entdeckt haben?***

### Mark Bulling:

Ein solches Erlebnis hatten wir, als wir diverse unterschiedliche Datenquellen auf einem Dashboard kombinierten: den Webdatenverkehr des Kunden, seine Medienaktivitäten und die Anrufe beim Callcenter. Im Verlauf eines Monats konnten wir sehen, dass der Webdatenverkehr des Kunden zunahm, wenn Fernsehwerbung für den Kunden lief, und die Zahl der Anrufe beim Callcenter stieg wenige Tage später an. Dadurch konnte man erkennen, wie sich die Marketingaktivitäten des Kunden auswirkten.

Das Dashboard konnten wir in fünf bis zehn Minuten zusammenstellen. Mit herkömmlichen Tools wäre das hingegen sehr zeitaufwändig gewesen, weil wir drei verschiedene Datenquellen miteinander verbinden mussten. In Excel hätten wir diese erst zusammenführen müssen, dann hätten wir drei verschiedene Diagramme zeichnen müssen, und wir hätten darauf achten müssen, dass die Achsen aller Diagramme genau übereinander liegen. Mit Tableau war dies recht einfach, und wir konnten sofort Erkenntnisse über das Geschäft dieses Kunden gewinnen.

## Tableau:

***Hervorragend! Wie groß sind die Datenmengen, mit denen Sie normalerweise arbeiten?***

### Mark Bulling:

Das variiert recht stark. Manchmal sind es nur 50 bis 100 Datenzeilen, die bereits zusammengefasst wurden, zum Beispiel ein Ranking der Suchvorgänge für verschiedene Stichwörter des Kunden. Andere Analysen basieren auf mittelgroßen Datenmengen, also etwa Tausende oder Zehntausende Datenzeilen. In dieser Größenordnung geht es zum Beispiel um Medienaktivitäten nach Kanälen im Verlauf von einem bis drei Jahren. Aber manchmal haben wir es auch mit noch größeren Dimensionen zu tun. Wenn wir zum Beispiel die Umsätze nach Produkten für 800 Läden über die letzten fünf Jahre analysieren, liegen wir schon bei ein bis zwei Millionen Datenzeilen.

Und wenn es an die digitalen Daten geht, gibt es nach oben praktisch keine Grenze. Wir haben Websites, bei denen das Webdatenverkehrsprotokoll vom Server im Laufe eines Monats auf 18 Millionen Zeilen anwächst. Was mir an Tableau besonders gut gefällt, ist die Tatsache, dass es für jede Datenmenge gut geeignet ist. Es spielt keine Rolle, ob man 20, 200 oder 200 Millionen Datenzeilen analysiert – man kann die Daten immer auf konsistente Weise analysieren, und das Programm schwächelt nicht, wenn eine bestimmte Datenmenge überschritten ist. Wir haben versucht, Tableau für die Analyse wirklich riesiger Datenmengen zu verwenden, und das hat ganz hervorragend funktioniert.

**Tableau:**

**Erzählen Sie mir von Ihrer Visualisierung des *Londoner Busnetzes*. Alle lieben diese Visualisierung. Was hat Sie dazu inspiriert?**

**Mark Bulling:**

Das Ganze war zuerst eine interne Idee. Ein Kollege aus einem anderen Team wollte, dass wir die Buslinien in London visualisieren, um einem Kunden den Einsatz von Bussen als Werbevehikel vor Augen zu führen. Dem Team war aufgefallen, dass Busse von den 15- bis 19-Jährigen als Verkehrsmittel in der Stadt genutzt werden. Wir wollten die Busse als Werbepattformen für Plakate an der Außenseite nutzen, eventuell auch für Werbung innen in den Bussen.

**„Es spielt keine Rolle, ob man 20, 200 oder 200 Millionen Datenzeilen analysiert – man kann die Daten immer auf konsistente Weise analysieren ...“**

**„... und das Programm schwächelt nicht, wenn eine bestimmte Datenmenge überschritten ist.“**

Also holten wir zuerst Informationen von der Website der Londoner Verkehrsbetriebe (Transport for London) ein, zum Beispiel über die genaue Position der Bushaltestellen und eine 5 % große Stichprobe aller Oyster-Card-Fahrten in einer Woche im November 2009. Die Daten zu besorgen war harte Arbeit, aber mit Tableau konnten wir sie schließlich schnell und einfach zu einer interaktiven Darstellung verarbeiten. Wir brauchten nur drei oder vier Stunden, um eine Visualisierung zu erstellen, die fantastisch aussah und Antwort auf die Fragen lieferte.

Man kann das bei Ausschreibungsverfahren deutlich machen, indem man die Leute im Raum fragt: „Mit welcher Buslinie fahren Sie?“, und dann die Buslinie auswählt und jede Menge Daten zeigt. So wird sehr schnell deutlich, dass wir uns mit Daten auskennen und dass wir sie hervorragend visualisieren können – das ist aussagekräftiger als jede Folie mit Informationen über unsere Erfahrungen usw. So hat es begonnen, und die endgültige Visualisierung, die ich auf Tableau Public veröffentlicht habe, geht nur noch einen kleinen Schritt weiter, weil darin auch verschiedene Tageszeiten und verschiedene Wochentage visualisiert werden.

Mit keiner anderen Software könnte ich über einen solchen Zeitraum so webbasiert und interaktiv arbeiten. Irgendwann bräuchte ich massenhaft Codes, zum Beispiel JavaScript, und ich habe weder die nötigen Kenntnisse noch die Zeit, um viele Codes zu schreiben. Tableau ist ein fantastisches Tool für die sehr schnelle Visualisierung komplexer Daten.

**Tableau:**

**Die Reaktionen auf die Karte mit dem Busnetz waren enorm. Können Sie etwas darüber erzählen, wie dieses Projekt angekommen ist?**

**Mark Bulling:**

Das Projekt ist hervorragend angekommen, sowohl bei den Kunden, die die Karte gesehen haben, als auch bei den Kollegen. Wir bei Mindshare arbeiten seit letztem September mit Tableau, aber erst am Anfang dieses Jahres haben wir begonnen, es ca. 25 Analysten zur Verfügung zu stellen. Darum ist es großartig, dass wir ein solches Beispiel haben, das wirklich zeigt, was das Tool leistet. Unsere Maßstäbe für die Visualisierung von Daten sind damit gestiegen.

# „Mit keiner anderen Software könnte ich über einen solchen Zeitraum so webbasiert und interaktiv arbeiten.“

## Tableau:

***Rund 25 Personen bei Mindshare arbeiten also mit Tableau Desktop?***

### Mark Bulling:

Ja, und wir haben auch Tableau Server, aber wir warten auf einen Webserver, um es bereitzustellen. Mit dem Umstieg auf Tableau Server können wir noch wesentlich mehr Daten teilen. Wir sind ein Unternehmen mit rund 400 Mitarbeitern in Großbritannien und widmen uns hauptsächlich dem Kauf und der Planung von Medien. Wenn die Mitarbeiter auf alle ihre Medienpläne über das Internet zugreifen können und eine konsistente Datenquelle haben, wird das fantastisch.

Mit Tableau Server können wir unseren Kunden auch Dashboards liefern. Früher haben wir mit Tools wie Xcelsius oder Adobe Flex gearbeitet, um an unsere Kunden zu liefern. Oft wurden die Daten nur wöchentlich aktualisiert und neigten dazu, im Posteingang der Kunden zu versauern. Jetzt haben wir eine echte interaktive Möglichkeit, unsere Kunden zu bedienen, und wir können Analysen sehr schnell teilen. So können wir unseren Kunden die Möglichkeit geben, sich eingehend mit ihren Daten zu befassen. Mit Tableau haben wir den Global Sports Index entwickelt: Das ist ein Tool, mit dem Inhaber von Sportrechten ihre Fans in aller Welt besser kennenlernen können. Dass wir dies über das Internet liefern können, bietet uns ein fantastisches Marketingtool, das wir sehr schnell und einfach mit potenziellen Kunden teilen können.

## Tableau:

***Worin sehen Sie die wichtigsten Vorteile der Benutzung von Tableau?***

### Mark Bulling:

Aus meiner Sicht ist es ein großartiges Tool, weil alle Benutzer damit einheitliche Visualisierungen erstellen können. Früher haben wir nur Excel und eine andere Open-Source-Software für unsere Visualisierungen verwendet. Daraus ergaben sich sehr unterschiedliche Visualisierungen und bei beiden Tools gab es Beschränkungen. Die Daten auf einer Karte zu visualisieren oder kleine Datenmengen sichtbar zu machen, um verschiedene Medienkanäle miteinander zu vergleichen, war nicht einfach und außerdem sehr zeitaufwändig.

Jetzt kann ich selbst mit weniger erfahrenen Teammitgliedern an einem Projekt arbeiten und fragen: „Können wir die Daten auf diese Weise betrachten?“ Ich kann mich eingehend mit den Daten befassen, wenn der Großteil der schweren Arbeit geschafft ist. Es eignet sich absolut fantastisch zum Erstellen von Dashboards bei Ausschreibungsverfahren. Schon zwei Wochen, nachdem wir die Testversion installiert hatten, begannen wir, es in einer Live-Ausschreibungssituation einzusetzen. Damals brachten wir es auf einem iPad zum Funktionieren. Im Vergleich zu heute war es noch etwas hölzern, aber dennoch kamen wir damit schon einen Schritt weiter als mit jedem anderen Tool. Es ist eine hervorragende Möglichkeit, das Interesse unserer Bestandskunden Erkenntnisse und unsere Perspektive auf die Daten in ihrem Markt zeigen können.

## Tableau:

***Wie lohnt sich Tableau für Sie in zeitlicher oder finanzieller Hinsicht?***

### Mark Bulling:

Wir haben das nicht explizit untersucht, aber ich spare definitiv sehr viel Zeit. Aufgaben, für die ich früher zwei Stunden brauchte, kann ich jetzt in 10

Minuten erledigen. Und die Arbeitsschritte, die ich einmal durchgeführt habe, kann ich immer wieder nutzen. Für mich persönlich ist das die beste Software, mit der ich je gearbeitet habe.

Unser Team kann damit wesentlich bessere Ergebnisse erzielen. Statt 15 verschiedene Folien präsentieren zu müssen, können wir jetzt ein Dashboard zeigen, das die wichtigsten Aspekte veranschaulicht. Es ist auch unglaublich hilfreich bei der Überprüfung von Datensätzen auf ihre Richtigkeit, bzw. um zu überprüfen, ob keine offensichtlichen Fehler enthalten sind, zum Beispiel doppelte Zählungen oder fehlende Datenperioden. Vor ein paar Wochen wurde uns zum Beispiel eine Datenquelle gesendet, und in wenigen Minuten konnte ich feststellen, dass in der Mitte neun Wochen fehlten. Derartige Fehler würde man normalerweise erst wesentlich später bemerken. Mit Tableau ersparen wir uns viele aufwändige Überprüfungen an den Daten.

**Tableau:**

***Welchen Rat würden Sie einer anderen Medienagentur für ein erfolgreiches Rollout von Tableau geben?***

**„Jetzt haben wir eine echte interaktive Möglichkeit, unsere Kunden zu bedienen, und wir können Analysen sehr schnell teilen. So können wir unseren Kunden die Möglichkeit geben, sich eingehend mit ihren Daten zu befassen.“**

**Mark Bulling:**

Erstens sollten sie darauf achten, dass sie sich die Zeit nehmen, das Dashboard-Design als Prozess einzuplanen. Das Gute, aber zugleich auch die Krux an Tableau ist, dass man damit sehr schnell etwas erstellen kann, das gut aussieht. Denn man braucht schon etwas Zeit und muss anfangs schon etwas investieren, um die Anforderungen des Kunden genau zu verstehen, welche Daten am wichtigsten für ihn sind und was er sehen möchte. Dabei kann man mit Drahtmodellen arbeiten, bevor man beginnt, das Dashboard an sich zu konstruieren. Das ist eine fantastische Lösung.

Ich denke, Schulungen sind ebenfalls sinnvoll. Nach meiner Erfahrung erlernen Sie das Tool zu etwa 80 % durch praktische Anwendung, aber es sind die übrigen 20 % der Funktionen, die man erst auf Schulungen erlernt, zum Beispiel bei der Tableau-Konferenz oder in Form von eher formalen Schulungssitzungen. Stattdessen kann man sich auch die Videos auf der Tableau-Website ansehen. Diese kleine Investition ist anfangs nötig, um das Tool zu beherrschen.

Und zu guter Letzt sind Datenstruktur und Infrastruktur ebenfalls wichtig. Auch hier gilt wieder, dass das Gute und zugleich die Krux von Tableau darin liegen, dass es sich so ziemlich mit jeder Datenquelle verbinden kann; dadurch können Sie beim Strukturieren der Daten erst einmal lässig vorgehen, was sich aber später doch wieder rächt – zum Beispiel wenn Sie versuchen, Ihre Daten über einen bestimmten Punkt hinaus zu skalieren, oder wenn eine kleine Veränderung eintritt. Auch hier gilt wieder, dass es sich lohnt, anfangs etwas mehr Zeit zu investieren, um

sicher zu sein, dass Sie die Daten auf die richtige Weise speichern und dass Sie mit den richtigen Hardwarekapazitäten ausgestattet sind. Das ist sehr wichtig.

**Tableau:**

***Vielen Dank für diesen guten Rat! Möchten Sie noch eine abschließende Bemerkung über Tableau oder über Datenanalysen in den Medien machen?***

**„Aufgaben, für die ich früher zwei Stunden brauchte, kann ich jetzt in 10 Minuten erledigen. Und die Arbeitsschritte, die ich einmal durchgeführt habe, kann ich immer wieder nutzen. Für mich persönlich ist das die beste Software, mit der ich je gearbeitet habe.“**

**Mark Bulling:**

Was Analysen in den Medien angeht, kommen wir jetzt an einen interessanten Punkt, weil wir jetzt über Tools verfügen, mit denen wir hervorragende Arbeit leisten können. Wir können die Daten zu einem aussagefähigen Format verarbeiten und sie visualisieren und analysieren. Der Schlüssel liegt darin, die richtige Perspektive auf die Daten zu entwickeln. Früher konnten wir beim Betrachten der Daten oder bei Berichten über die Daten eine bestimmte Perspektive einnehmen, die aber nicht unbedingt zu verwertbaren Erkenntnissen führte. Mit Tableau genießen wir die Flexibilität, einen Schritt weiter zu gehen und Resultate zu erzielen, die als Handlungsgrundlage besser geeignet sind und letztendlich auch bessere Erkenntnisse ermöglichen.

Was mich bei Tableau ganz allgemein begeistert, ist die Art und Weise, wie es sich weiterentwickelt. Im Vergleich zum letzten September hat sich das Tool unglaublich weiterentwickelt – das ist großartig. Dinge wie Datenextrahierungen gehen jetzt unglaublich schnell. Das ist wirklich wichtig. Bei Kundenpräsentationen ist es nicht gut, wenn man eine Minute braucht, nur um eine neue Datenansicht zu laden. Die Kunden verlieren dann das Interesse und sehen nicht den Unterschied, den Sie zwischen x und y zeigen möchten.

Dass wir Daten auf Karten visualisieren können, und wie sich diese entwickelt haben, das ist einfach genial. Und jetzt wird Tableau auf dem iPad eingeführt. All diese Dinge begeistern die Kunden und machen uns das Leben als Analysten wesentlich leichter. Aus trockenen Daten mit jeder Menge Balkendiagrammen und Tabellen picken Sie die heraus, die wirklich interessant sind, und so kommen Sie zu Visualisierungen, die bei vielen Personen Interesse wecken, sodass sie mehr Fragen stellen. Je nachdem, von welcher Warte aus Sie es betrachten, ist das entweder eine wirklich gute Sache oder wesentlich mehr Arbeit. Es ist ein gutes Zeichen, dass die Leute sich wirklich zu interessieren beginnen und dass Sie ihnen Visualisierungen zeigen können, die wirklich dazu führen, dass der Groschen fällt – in einer Weise, die Sie mit reinen Zahlentabellen niemals erreicht hätten.

Tableau Software hilft Benutzern dabei, Daten sichtbar und verständlich zu machen. Weitere Informationen finden Sie auf <http://www.tableausoftware.com>