

Schindler-Gruppe

# Optimierung der Kundenansprache

**Schindler****Schindler-Gruppe**

Ebikon, Schweiz

[www.schindler.com](http://www.schindler.com)**Ergebnisse**

- Verbesserungen bei Kundenzufriedenheit, Klickraten und Website-Verweildauer dank optimierter Online-Erlebnisse
- Positivere Resonanz auf die Websites mit einer Weiterempfehlungsquote von mehr als 60 %
- Einfachere und standardisierte Erstellung und Veröffentlichung von Inhalten
- Bessere Suchmaschinen-Rankings durch häufigere Content-Aktualisierung
- Einheitliche, CI-konforme Gestaltung aller Websites
- Effiziente Verwaltung von weltweit mehr als 60 Websites in über 25 Sprachen

Die Schindler-Gruppe wertet ihre Online-Präsenz und Marke auf – mithilfe von Adobe Experience Manager und Adobe Analytics.

Die 1874 in der Schweiz gegründete Schindler-Gruppe rangiert unter den weltweit führenden Anbietern von Aufzügen, Fahrtreppen, Fahrsteigen und zugehörigen Dienstleistungen. Das Unternehmen ist in mehr als 100 Ländern vertreten und befördert mit seinen Produkten über eine Milliarde Menschen pro Tag. Seine innovativen und umweltfreundlichen Zugangs- und Transit-Management-Systeme sind beispielhaft für nachhaltige Mobilität im urbanen Raum. 2012 konnte die Schindler-Gruppe einen Umsatz von mehr als 8,2 Mrd. CHF verzeichnen. Dazu trug auch ein Auftrag der Santa Clara Stadium Authority in Kalifornien über mehrere Millionen US-Dollar für die Installation von Mobilitätssystemen im neu gebauten Levi's Stadium der San Francisco 49ers bei.

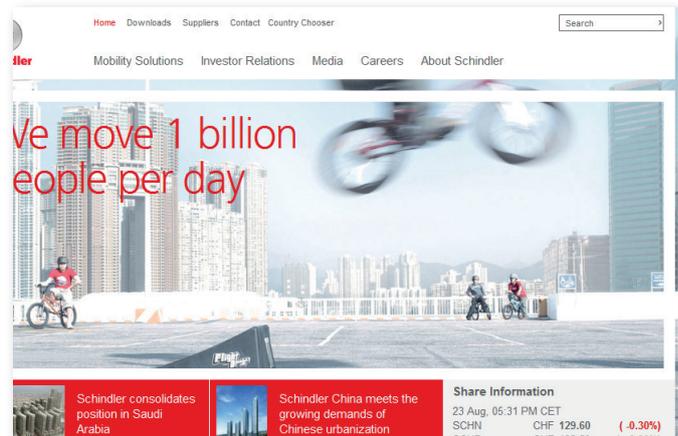
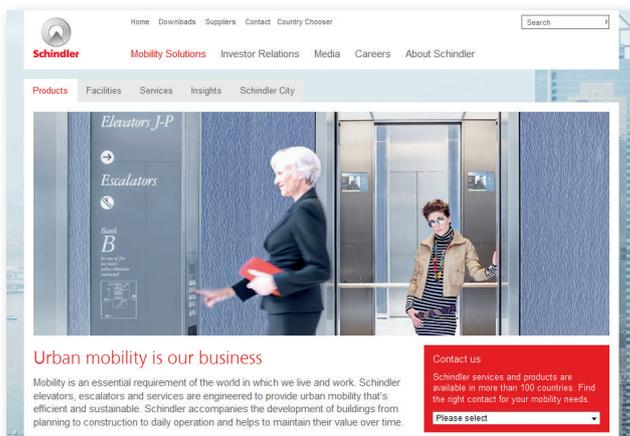
Hinter dem Erfolg des Unternehmens stehen mehr als 46.000 Mitarbeiter in über 100 Ländern. Maßgeblich für Schindlers Erfolg sind auch die mehr als 60 lokalisierten Websites, die bestehenden und potenziellen Kunden Informationen zu relevanten Produkten und Innovationen im Bereich energieeffizienter Mobilitätssysteme bieten.

„Wir sind Vorreiter in unserer Branche, und unsere Websites sollen das widerspiegeln“, erklärt Michael M. Schmidt, Leiter der Abteilung Employee & Customer Communications bei der Schindler-Gruppe. „Vor drei Jahren haben wir eine strategische Initiative gestartet, um unsere Websites komplett zu überarbeiten und die bis dato firmenzentrierten Inhalte durch ein kundenorientiertes Web-Erlebnis zu ersetzen. Innerhalb einiger Marktsegmente waren die Abbruchquoten auffallend hoch. Besucher verbrachten zu wenig Zeit auf den Websites – mit dem Ergebnis, dass unser Messaging und unsere Online-Präsenz nicht die gewünschte Wirkung erzielten.“

**Die Herausforderung: Optimierung des Web Content Management**

Im Bestreben, seine Websites zu optimieren und ein branchenweit einmaliges Kundenerlebnis zu bieten, das die Marke Schindler weltweit unterstützt, testete das Unternehmen mehrere Lösungen für Web Content Management (WCM) und Digital Asset Management (DAM). Dabei war es von zentraler Bedeutung, dass Inhalte für die verschiedensten Geräte inklusive Tablets und Smartphones erstellt und veröffentlicht werden konnten – in allen Sprachen der Regionen, in denen Schindler vertreten ist. Schmidt und sein Team entschieden sich für Adobe Experience Manager (AEM), eine Lösung der Adobe Marketing Cloud. Adobe Experience Manager bietet die gewünschten WCM- und DAM-Funktionen, mit denen sich Inhalte für verschiedenste digitale Kanäle und Geräte erstellen, verwalten und veröffentlichen lassen. „Adobe Experience Manager hat sich für uns als der Goldstandard bei der Bereitstellung und Optimierung von Web-Inhalten erwiesen“, so Schmidt.

Mithilfe von AEM fördert Schindler die Kundeninteraktion auf allen digitalen Kanälen und optimiert Inhalte kontinuierlich, um sie für die jeweilige Zielgruppe relevant zu gestalten. „Adobe Experience Manager bietet alles, was wir brauchen“, erklärt Schmidt. „Wir können den Besuchern unserer Websites den relevantesten Content anbieten und ihn exakt auf ihre Bedürfnisse abstimmen. Damit haben wir den Sprung von der bloßen Veröffentlichung von Informationen hin zur multimedialen Interaktion mit unseren Kunden geschafft. Dass uns das gelungen ist, sehen wir an der steigenden Akzeptanz und Nutzung unserer Websites.“



## Ziele

- Erhöhung der Verweildauer von Kunden und Interessenten auf Websites
- Bereitstellung eines effizienten Toolsets für Content-Redakteure für die regelmäßige Veröffentlichung relevanter Inhalte
- Stärkung der globalen Markenwahrnehmung durch dynamische Rich-Media-Erlebnisse

## Lösung

- Adobe Experience Manager, eine leistungsstarke und flexible Lösung der Adobe Marketing Cloud, für das organisationsweite Content-Management
- Adobe Experience Manager für die Erstellung und Veröffentlichung von Inhalten für die Konzern-Website und 60 lokalisierte regionale Websites
- Adobe Analytics für die Erfassung und Auswertung des Kundenverhaltens online

## Systeme auf einen Blick

Adobe Marketing Cloud einschl. Adobe Experience Manager und Adobe Analytics für:

- Web Content Management
- Digital Asset Management
- Marketing-Berichte und -Analysen

## Das Ziel: überzeugende Web-Erlebnisse

Content-Redakteure bei Schindler nutzen das vielseitige Toolset von AEM, um Inhalte optimal zu strukturieren und im Rahmen interaktiver Erlebnisse einem globalen Publikum bereitzustellen. Mit dieser Lösung stellt Schindler die CI-konforme Präsentation seiner Marke auf allen digitalen Kanälen sicher – ein wichtiges Kriterium für ein Unternehmen, dessen Kunden häufig Bauvorhaben in mehreren Ländern durchführen.

„Mit den WCM-Funktionen von Adobe Experience Manager und nur fünf Templates konnten wir mehr als 60 Websites für unterschiedliche Märkte mit einem einheitlichen, CI-konformen Erscheinungsbild erstellen“, berichtet Schmidt. „Wir bieten Kunden ein konsistent hochwertiges Online-Erlebnis, egal welche Website sie besuchen.“

An manchen Schindler-Standorten ist ein einzelner Web-Redakteur für die Veröffentlichung von Inhalten auf der lokalen Website zuständig. Der Prozess dafür muss daher einfach, schnell und effizient sein.

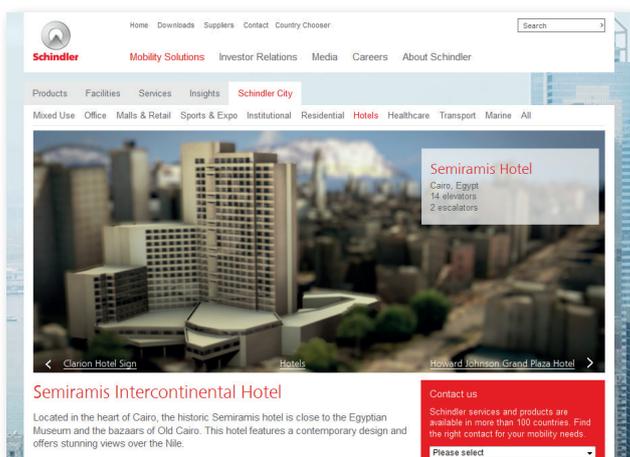
„Adobe Experience Manager lässt sich intuitiv bedienen und erfordert keine lange Einarbeitungszeit“, erklärt Schmidt. „Die Tatsache, dass keine unserer Landesniederlassungen eine eigene Asset-Bibliothek mehr unterhalten muss, ist ein großer Fortschritt für uns. Wir können so hohe Qualitätsstandards für den unternehmensweiten Einsatz von digitalen Assets gewährleisten und unseren regionalen Redakteuren die Veröffentlichung relevanter Inhalte für ihren jeweiligen Markt erleichtern.“

Mithilfe der DAM-Funktionen von Adobe Experience Manager können Redakteure eine gezielte Auswahl unter digitalen Assets wie Bildern, PDF-Dateien und Videos aus einer zentralen Bibliothek treffen und die regionalspezifischen Online-Erlebnisse laufend optimieren. Redakteure haben außerdem die Möglichkeit, bewährte Inhalte von Kollegen für ihre eigenen Märkte zu verwerten. Assets lassen sich einfach per Drag-and-Drop in die Websites integrieren. Neue Inhalte sind schnell erstellt und übersetzt, sodass sie für mehrere Sprachen veröffentlicht werden können.

Dank der einfacheren und standardisierten Prozesse für die Veröffentlichung, das Tagging und die Bearbeitung von Inhalten hat sich auch die Suchmaschinen-Optimierung für Schindler-Websites verbessert. „Weil unsere Manager in aller Welt Inhalte einfacher erstellen und aktualisieren können, hat sich auch unser Google-Ranking erheblich verbessert“, stellt Schmidt fest.

## Das Ergebnis: bessere Kundenansprache mit dynamischen Rich-Media-Inhalten

AEM ermöglicht es Schindler, Multimedia-Inhalte dynamisch bereitzustellen und so die Interaktion mit Site-Besuchern zu verbessern. Ein Beispiel dafür ist Schindler City, eine interaktive, virtuelle Stadt, deren Geografie an Manhattan in New York City angelehnt ist und in der bekannte Gebäude aus aller Welt zu finden sind, die Mobilitätslösungen von Schindler nutzen. Vor der Implementierung von Experience Manager war Schindler City eine Demo, die einzelnen Interessenten auf Anfrage offline zur Verfügung gestellt wurde. Nun jedoch erlaubt die Skalierbarkeit und Flexibilität von AEM die Bereitstellung der Schindler City online – und damit ohne Besucher-Limit. In Schindler City ist eine Auswahl der Referenzobjekte des Unternehmens vertreten – Wohn- und Gewerbegebäude, U-Bahnhöfe, Flughäfen, Kreuzfahrtschiffe, Krankenhäuser und Sportstätten –, anhand derer Kunden einen Überblick über Schindlers Know-how bekommen und sich mit den Produkten des Unternehmens vertraut machen können.



*„Adobe Experience Manager hat sich für uns als der Goldstandard bei der Bereitstellung und Optimierung von Web-Inhalten erwiesen.“*

Michael M. Schmidt,  
Leiter Employee and Customer Communications,  
Schindler-Gruppe

„Es ist uns gelungen, zu vielen unserer Produkte, die früher nur als Sache betrachtet wurden, eine emotionale Bindung herzustellen“, berichtet Schmidt. „Dabei hat sich Adobe Experience Manager als Bereitstellungsplattform für die Schindler City inzwischen eine zentrale Rolle in unserer Interaktionsstrategie gesichert, denn AEM schlägt eine digitale Brücke zwischen uns und unseren Kunden.“

Das Levi's Stadium als neue Heimat der San Francisco 49ers ist zwar noch nicht in Schindler City vertreten, demonstriert aber einmal mehr Schindlers Streben nach Innovation. Das Stadion ist mit energieeffizienten Schindler-Produkten ausgestattet, u. a. getriebelosen, mit Wechselstrom betriebenen Aufzügen, die zur Senkung des Energiebedarfs beitragen und nicht genutzte Energie in die Stromversorgung des Gebäudes zurückführen, z. B. für die Beleuchtung oder Klimaanlage. Eine weitere Brancheninnovation ist der kürzlich von Schindler auf den Markt gebrachte Solaraufzug. Diese fortschrittliche Technologie ist dank AEM auf Schindlers Websites gut dokumentiert, was dem Umsatz des Unternehmens zugutekommt.

Schindler setzt außerdem Adobe Analytics für Marketing-Reports und -Analysen ein, um den Traffic auf seinen Websites zu messen und Entscheidungsgrundlagen für neue Strategien zur kontinuierlichen Optimierung digitaler Kundenerlebnisse zu erarbeiten.

### **Der Vorteil: schnellere Reaktion auf Kundenwünsche und Marktveränderungen**

Seit Implementierung der Adobe-Lösungen ist die Zahl der Besucher, die Schindlers Website weiterempfehlen würden, auf mehr als 60 % gestiegen. 90 % der Besucher finden die neuen Websites optisch ansprechender als die alten.

„Dank Adobe Experience Manager verlaufen die Erstellung, Verwaltung und Veröffentlichung von Inhalten für unsere Websites in aller Welt erheblich effizienter“, bemerkt Schmidt. „Wir können uns viel schneller an neue Marktbedingungen anpassen und darauf reagieren. Entsprechend haben sich die Klickraten und durchschnittlichen Verweildauern auf unseren Websites signifikant erhöht.“

### **Weitere Informationen**

[www.adobe.com/de/solutions/  
digital-marketing.html](http://www.adobe.com/de/solutions/digital-marketing.html)



Adobe Systems GmbH  
Georg-Brauchle-Ring 58  
D-80992 München  
Adobe Systems (Schweiz) GmbH  
World Trade Center  
Leutschenbachstrasse 95  
CH-8050 Zürich  
[www.adobe.de](http://www.adobe.de)  
[www.adobe.at](http://www.adobe.at)  
[www.adobe.ch](http://www.adobe.ch)  
[www.adobe.com](http://www.adobe.com)

© 2015 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. Printed in Germany.

Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.