

Fallstudie:

Degussa AG - Produktkommunikation

„Bei unserem Internet-Auftritt heißt Suchen immer auch Finden! Wir erhalten weltweit sehr positives Feedback zu unserem Internet-Auftritt, sowohl von Kunden, als auch konzernintern.“

Dr. Ulrich Michel, Aerosil & Silanes / e-Business Manager / Controlling & Business Development

Fokus

Content Management
E-Learning
Intranet
▶ **Produktkommunikation**
Prozessoptimierung
Reporting Tools
Unternehmenskommunikation
Wissensmanagement

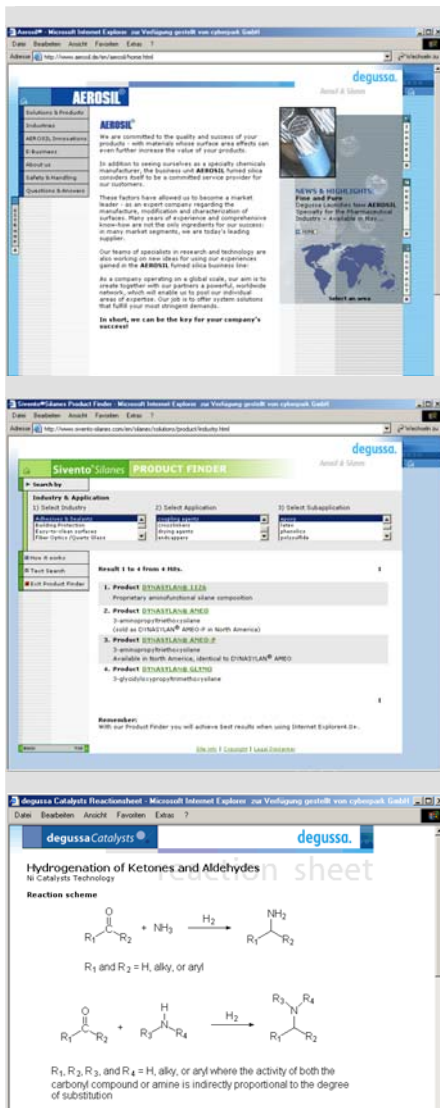
kurz gefasst

Wer erklärungsbedürftige Produkte und Lösungen anbietet, braucht gerade im Internet eine klare Strategie. Ihre potentiellen Kunden kommen auf Ihre Website um nach geeigneten Produkten und Lösungen zu suchen. Damit diese Geschäftsanbahnung zum Erfolg führt, muss der Kunde allerdings auch finden können was er sucht:

Wer sich im Internet schon mal auf die Suche nach bestimmten Inhalten oder Produkten begeben hat, weiß die Einrichtung von Suchmaschinen zu schätzen. Im Prinzip zumindest, denn die elektronischen Helfer haben durchaus ihre Eigenheiten. Eher unpräzise Anfragen etwa beantworten sie mit Hunderten von Treffern – oder auch mit gar keinem. Was wiederum die Suche entweder äußerst zeitraubend oder ineffizient gestaltet.

Ganz anders beim Internet-Auftritt des Degussa-Geschäftsbereichs Aerosil & Silanes: Da findet der Kunde mit dem „Product and Solution Finder“ jederzeit das was er sucht. Schnell, unkompliziert und noch dazu auf verschiedenen (Such-)Wegen.

Fallstudie: Produktkommunikation



www.aerosil.com
www.sivento-silanes.com
www.degussa-catalysts.com

Projektdaten

Kunde: Degussa AG, B-AS
Projektleiter: Dr. Ulrich Michel
Projektleiter cyberpark:
Dr. Günter Flemig
cyberpark GmbH
fon.: +49(0)761 38 99 97 13
flemig@cyberpark.de
www.cyberpark.de

Herausforderung

Aerosil & Silanes bietet seinen Kunden erklärungsbedürftige Spezialprodukte und komplexe Systemlösungen, die höchste Ansprüche erfüllen. Demzufolge gehören bester Beratungsservice und anwendungstechnische Unterstützung zu den Kernkompetenzen des Geschäftsbereiches und sind der Schlüssel zum Erfolg. Die entscheidenden Fragen bei der Festlegung der e-Business-Strategie: Wo lassen sich die größten Effekte erzielen und wie kann man dem Kunden zusätzliche Leistungen und Lösungen anbieten?

Lösung

Zur Erfüllung der Ansprüche wurde der bestehende exzellente Offline-Service online verfügbar gemacht. Neben Attraktivität, Funktionalität und Kommunikationsfähigkeit fokussierte man sich auf eine kundengerechte Präsentation der Produkte und Lösungen. Wichtigster Bestandteil: Die Entwicklung eines innovativen Produktsuchsystems, dem „Product and Solution Finder“:

Bei herkömmlichen Suchmaschinen muss der User die passenden Antworten aus einer zumeist langen Liste von „Ergebnissen“ heraussuchen. Suchfunktionen mit Baumstruktur verhindern dies, führen allerdings oft zu keinem Ergebnis. Beim „Product and Solution Finder“ hingegen wird der User Schritt für Schritt zum Ergebnis geleitet. Schon während des Suchprozesses sieht er Zwischenergebnisse sowie „verwandte“ Produkte und Alternativen. Ferner stellt das System stets alle relevanten Informationen (Produktdatenblätter, Reaktionen, Methoden, Anwendungen) dar und verlinkt auch zu weiterführenden Produkten und Lösungen. Der „Product and Solution Finder“ gewährleistet somit eine nahezu einhundertprozentige Trefferquote!

Erfolg

Die zielgruppengerechte Präsentation der Produkte und Lösungen sowie der hohe Informationsgehalt unterstützen Kundenbindung und Geschäftsanbahnung gleichermaßen:

Der entwickelte Online-Auftritt verbessert die Kommunikation zwischen Kunde und Unternehmen und stellt die zeitnahe Verfügbarkeit kundenrelevanter Informationen sicher. Ferner erleichtert er potentiellen Kunden die Suche nach geeigneten Lösungen.

Schlüsselwörter

Internet Relaunch, Produktkommunikation, Erklärungsbedürftige Produkte, Suchmaschinen, Suchfunktionen, Suchmaschinenpositionierung, Product and Solution Finder, Finden, Suchen

