

OMNITURE®



Ciao erzielt bedeutende Kosteneinsparungen mit Omniture

„Mit Omniture können wir unsere Ideen jetzt testen und erhalten ausführbare Daten, die unsere Hypothesen bestätigen – oder widerlegen.“



FALLSTUDIE



ciao!

EINZELHANDEL



ÜBERSICHT

Die Ciao Group betreibt Europas führendes Portal für Produkt- und Preisvergleiche und verbindet monatlich mehr als 15 Millionen Verbraucher mit Händlern und Inserenten in ganz Europa. Ciao bietet Verbrauchern eine umfassende Einkaufslösung an, mit detaillierten Angaben zu mehr als 1.000.000 Produkten, einem selbst entwickelten Preisvergleichsrechner für die führenden Händler im Internet und mehr als 4 Millionen Produktbesprechungen. Das Unternehmen liefert auch einen effektiven Marketing-Schauplatz, an dem Händler und Inserenten – darunter eBay, Amazon und Hunderte kleinerer Anbieter – potenzielle Kunden werben können, während diese ihre Kaufentscheidung treffen. Ciao betreibt sechs Einkaufsportale in verschiedenen Sprachen, mit individuellen Daten und Inhalten für Deutschland, Großbritannien, Frankreich, die Niederlande, Spanien und Italien.



STANDORT: München
URL: www.ciao-group.com
BRANCHE: Medien
PRODUKTE: Omniture SiteCatalyst®

GESCHÄFTSZIELE	HERAUSFORDERUNG	LÖSUNG	ERGEBNISSE
<ul style="list-style-type: none">• Benutzererlebnis optimieren• Umsatz des Unternehmens steigern• Online-Kampagnen verbessern• Kosten senken	<ul style="list-style-type: none">• Unmöglichkeit einer effizienten Datenverteilung innerhalb der Organisation• Durch mehrere Datenquellen wurde die Abgleichung von Informationen erschwert• Bedeutender Zeitaufwand für manuell erstellte Berichte, die keine absolut zuverlässigen Informationen boten	<ul style="list-style-type: none">• Omniture SiteCatalyst™ wegen seiner fortschrittlichen Technik und der intuitiven Benutzeroberfläche ausgewählt	<ul style="list-style-type: none">• Kosteneinsparungen durch Abstoßen leistungsschwacher Partnerunternehmen• Entwicklung von Produktmarketing-Strategien aufgrund erweiterter Analytik• Messen von Ergebnissen in Echtzeit

GESCHÄFTSZIELE

Zur vollständigen Optimierung seiner Online-Marketing-Initiativen, Erhöhung der Umsätze, Verbesserung des Benutzererlebnisses und Kostensenkung musste Ciao Berichterstellung und Website-Management in einer einzigen Quelle konsolidieren. „Ein wesentliches Ziel beim Einsatz von Omniture war die Bereitstellung einer einzigen Benutzeroberfläche mit einem gemeinsamen Speicher für die gesamte Web-Analytik im Unternehmen“, erläutert Matthias Schmidt, Senior Business Analyst der Ciao Group. „Durch dieses entscheidende Element würden wir in die Lage versetzt, unsere hochgesteckten Ziele zur Optimierung von Kampagnen zu erreichen.“

Das Unternehmen wusste, dass es bessere Möglichkeiten zur Analyse der Website-Interaktionen seiner Besucher benötigte, um zu untersuchen, wie sie über die einzelnen Kanäle und Webseiten zu den gewünschten Produkten fanden. „Wir wollten erfahren, welche Seiten funktionierten und welche noch verbesserungswürdig waren. Außerdem waren wir entschlossen, das Benutzererlebnis in all unseren Web-Portalen zu optimieren, indem wir die Anwendung und Navigation so einfach wie möglich gestalteten“, erklärt Schmidt.

HERAUSFORDERUNG

Vor Omniture sah sich das Unternehmen etlichen Hindernissen bei der Erfassung exakter Webdaten gegenüber. Es hatte keine Analysefunktion eingerichtet, auf die jeder zugreifen konnte und die einfach verständlich und zuverlässig war. „Wir verwendeten verschiedene Lösungen auf unterster Ebene, die wir intern entwickelt hatten“, so Schmidt. „Mit unterschiedlichen Tools wurden Teilmengen von Daten erfasst. Es war sehr zeitaufwendig, die erforderlichen Zahlen zu erhalten und diese Anwendungen zu pflegen. Wir mussten verschiedene Tools aufrufen, um die Daten zu sammeln, die meistens nur einen Bruchteil dessen abdeckten, was wir wirklich brauchten. Es war unmöglich, aus all diesen Daten aus unterschiedlichen Quellen eine stimmige Analyse zu erstellen.“

Die Verantwortung für die Analyseberichte war über das ganze Unternehmen verteilt. „Zwanzig Mitarbeiter überall bei Ciao griffen regelmäßig auf verschiedene Analyseberichte zu. Dabei stellte sich heraus, dass manche Abteilungen nicht einmal wussten, dass es bestimmte Berichte gab“, führt Schmidt weiter aus. „Das System war auf jeden Fall ineffektiv, denn viele von uns riefen Berichte manuell ab und erhielten nach all der aufgewendeten Zeit und Mühe keine brauchbaren Daten.“

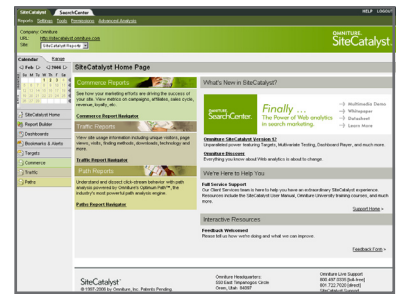
LÖSUNG

Die Ciao Group stellte eine kurze Liste führender Anbieter von Web-Analytik zusammen, darunter WebTrends, WebSideStory und Omniture. Ciao nahm sich die Zeit, drei Monate lang jede Lösung sorgfältig zu untersuchen, bevor die Entscheidung für Omniture fiel. „Für uns war das eine langfristige Entscheidung, daher wollten wir einen führenden Technologiepartner finden, der uns noch auf Jahre hin begleitet und auch künftige Trends und Technologien aufnimmt. Wir wollten den führenden Anbieter von Web-Analytik als Partner“, erklärt Schmidt. „Ein weiterer Faktor war die überragende Benutzeroberfläche mit all den nützlichen Funktionen von Omniture. Wir stellten fest, dass jede Schaltfläche, jeder Seitenaufbau, jeder Vorgang und jede Funktion bei SiteCatalyst uns genau das boten, was wir von einem solchen System erwarteten. Die Präsentation der Daten und die Geschäftsvorgänge in SiteCatalyst sind alle hervorragend durchdacht. Unsere Anwender kamen von Anfang an gut mit dem Tool zurecht.“ Ciaos Online-Geschäftsmodell ist einzigartig, da das Unternehmen sowohl einen E-Commerce-Channel als auch Inhalte anbietet. „Wir stellten fest, dass Omniture äußerst flexibel war. Wir konnten es problemlos an unser einzigartiges Geschäftsmodell anpassen“, bestätigt Schmidt. „Die anderen Anbieter boten weniger flexible Lösungen.“



„Omniture fördert unsere Unternehmensziele, weil wir damit intelligenter und effektiver arbeiten. So können wir ein besseres Produkt anbieten und höhere Gewinnspannen erzielen.“

MATTHIAS SCHMIDT, SENIOR BUSINESS ANALYST, CIAO GMBH



„Wir nutzen Omniture ständig, um unsere neuen Ideen und Vorgänge zu testen und unsere Websites dadurch laufend zu verbessern.“

ERGEBNISSE

„Jetzt können wir die Leistung unserer angegliederten Partner messen und großen Nutzen daraus ziehen“, meint Schmidt. SiteCatalyst hat Ciao neue Einblicke in das Volumen und die Qualität des Datenverkehrs vermittelt, den seine angegliederten Partner generieren. Leistungsschwache Partnerschaften werden entweder modifiziert, um die Online-Leistung zu verbessern, oder der Partner wird abgestoßen. „SiteCatalyst hat uns ein riesiges Fenster zur Leistungsfähigkeit unserer Partner geöffnet, die sich auf unsere Bilanz auswirkt“, schließt Schmidt.

Omniture hilft Ciao auch bei der Verbesserung der Marketingleistung von Suchbegriffen. Dadurch werden die Werbeausgaben gesenkt und der Umsatz gesteigert.

Ciao ist jetzt in der Lage, neue Konzepte und Strategien zu testen und zu beurteilen, bevor sie auf einer Website eingesetzt werden. „Vorher mussten wir uns bei der Gestaltung einer neuen Website-Funktion oder eines neuen Bereichs hauptsächlich auf Vermutungen verlassen“, so Schmidt. „Mit Omniture können wir unsere Ideen jetzt testen und erhalten ausführbare Daten, die unsere Hypothesen bestätigen – oder

widerlegen.“ Inzwischen werden Verbesserungen oder Veränderungen einer Website standardmäßig über SiteCatalyst getestet und gemessen, bevor sie auf der eigentlichen Website zum Einsatz kommen. „Die Möglichkeit zum Testen selbst kleinerer Änderungen, wie z. B. dem Verschieben eines Links vom oberen zum unteren Seitenrand, wirkt sich positiv auf den Umsatz und auf das Benutzererlebnis aus“, meint Schmidt. „Durch A/B-Tests können wir eine Änderung vornehmen und schon am nächsten Tag herausfinden, ob dadurch mehr oder weniger Besucher auf den Link klicken. All diese kleinen Verbesserungen summieren sich mit der Zeit zu echten Vorteilen.“ Omniture liefert einen konstanten Einblick und ständige Analysen für fortlaufende Verbesserungen. „Wir nutzen Omniture ständig, um unsere neuen Ideen und Vorgänge zu testen und unsere Websites dadurch laufend zu verbessern“, so Schmidt.

Das Unternehmen hat jetzt ein einzelnes Tool zur Verwaltung, Analyse und Optimierung seiner sechs Online-Objekte. Ciao-Mitarbeiter in fünf europäischen Ländern nutzen Echtzeit-Analytik zur Überwachung und Verbesserung der Geschäftsleistung. „Alle haben jetzt dieselben Zahlen vor sich. Das stellt

einen entscheidenden Durchbruch dar“, erklärt Schmidt. Die Content-Gruppe, die innerhalb von Ciao für die Entwicklung der Inhalte verantwortlich ist, nutzt Omniture zur Entwicklung ihrer Marktstrategien. „Die Mitarbeiter können sich die Omniture-Daten ansehen und dadurch ermitteln, wo neue Produkte oder Kategorien sinnvoll sind“, so Schmidt. Mithilfe von SiteCatalyst analysiert die Content-Gruppe Ciaso interne Suchmaschinen-Aktivitäten. „Wenn die Leute nach Produkten suchen, die wir nicht führen, fügt die Content-Gruppe diese Artikel hinzu, um die Besucher zufriedenzustellen.“ Sie kann auch analysieren, welche Kategorien den meisten Datenverkehr erzeugen, die Leistung verschiedener Kategorien vergleichen oder feststellen, warum der Datenverkehr in einer bestimmten Kategorie abnimmt.

„Omniture fördert unsere Unternehmensziele, weil wir damit intelligenter und effektiver arbeiten. So können wir ein besseres Produkt anbieten und höhere Gewinnspannen erzielen“, erklärt Schmidt abschließend. □

WEITERE INFORMATIONEN:

EIN FÜHRENDE ANBIETER VON ONLINE-DIENSTEN ZUR GESCHÄFTSOPTIMIERUNG

NORD- UND SÜDAMERIKA 1 877 722 7088
EMEA +44 845 226 1205
APAC +81 03 4360 5385

WEB www.omniture.com
E-MAIL sales@omniture.com

ÜBER OMNITURE Omniture, Inc. ist ein führender Anbieter von Software für die Optimierung von Online-Geschäftsvorgängen und ermöglicht Kunden die Verwaltung und Verbesserung ihrer Online-, Offline- und Multichannel-Geschäftsinitiativen. Die Software von Omniture wird über gehostete Dienste auf Abruf bereitgestellt. So können Kunden die durch ihre Websites und andere Quellen erzeugten Daten erfassen, speichern und analysieren und bedeutende Einblicke in die Leistung und Effektivität ihrer Marketing- und Vertriebsinitiativen und anderen Geschäftsvorgänge erhalten. Omniture ergänzt das Angebot an Online-Diensten mit einer Reihe von Professional Services, darunter Implementierung, Best Practices, Consulting, Support und Anwenderschulungen durch die Omniture University. Zu den Kunden von Omniture zählen eBay, AOL, Wal-Mart, Gannett, Microsoft, Oracle, General Motors und Hewlett Packard. www.omniture.com

OMNITURE[®]
■■■■ ■■■■ ■■■■

ASG Niederlassung:
Omniture EMEA
Quatro House
Lyon Way
Frimley, GU16 7ER
United Kingdom

© JUNI 2006 Omniture, Inc.
Omniture sowie das Omniture- und das SiteCatalyst-
Logo sind Marken von Omniture. Alle anderen
Marken und Logos sind Eigentum ihrer Inhaber.
Alle Rechte vorbehalten.