

08.02.2017 - 12:39 Uhr

Namics kreiert für KUKA ein neues, digitales Markenerlebnis

Zürich (ots) -

Namics kreiert für KUKA ein neues, digitales Markenerlebnis
Website-Relaunch rückt User ins Zentrum und schafft mehr Kundennähe

Namics, die führende Fullservice-Digitalagentur aus der Schweiz, unterstützt KUKA als strategischer und operativer Partner bei der Digitalisierung der Online-Markenkommunikation. Unter dem Motto One KUKA will das Automatisierungsunternehmen seine Marke für Kunden als Ganzes erlebbar machen. In diesem Rahmen erhielt Namics den Auftrag, über den Website-Relaunch einen Online-Auftritt zu entwickeln, der das digitale Geschäft vorantreibt und dabei die Kundenbedürfnisse in den Fokus stellt. Seit November ist die neue Website in Gänze verfügbar. Im Frühjahr 2017 soll der Rollout in allen Sprachen erfolgen.

Mit dem Relaunch unterstützen die Online-Spezialisten von Namics dabei, KUKA als konsistente Premiummarke im Web zu positionieren, die Fachexpertise stärker nach aussen zu tragen und weitere Leads zu generieren. Darüber hinaus dient die Website der Kundenbindung, dem Recruiting und der Brand Experience der neu gelaunchten Marke.

Stephanie Ruf, Principal Consultant bei Namics

"Für KUKA und Namics ist dieser Relaunch ein grosser Meilenstein. Innerhalb weniger Monate ist es in enger Zusammenarbeit gelungen, ein neues, digitales Markenerlebnis zu schaffen, das für den User vormalige Marken- und Abteilungssilos aufbricht. War es zuvor dem Leser nicht unbedingt klar, mit welchem Unternehmensbereich, welcher Firma er in Kontakt steht, erhält er nun über das Design und die Inhalte ein einheitliches Bild sowie pro Themenbereich den richtigen Ansprechpartner. Das ist ein grosser Gewinn für den Endkunden und damit für KUKA."

Projekt - den User im Fokus

Von der Gestaltung über die technologische Umsetzung bis hin zur Content-Beratung und -Erstellung lieferte Namics alle Leistungen aus einer Hand. Dabei arbeiteten die Digitalexperten mit der agilen Projektmethodik Scrum, wodurch der erste Teil der Seite bereits zur Hannover Messe live ging.

Im Zentrum der Website-Entwicklung steht die Customer Experience. Das zeigt sich an drei Aspekten: Zum einen an der Benutzerfreundlichkeit, die durch kürzere Klick-Wege optimiert wurde und so die Zielgruppen schneller zu den für sie relevanten Inhalten führt. Zum anderen durch den Content, der dem Nutzer ein einheitliches Markenerlebnis bietet. Ein dritter Aspekt ist der Service, der sich durch die Angabe von themenspezifischen Ansprechpartnern pro Seite verbessert hat. Alle Optimierungen entlang der gesamten Customer Journey basieren auf einer umfangreichen Analyse der Nutzerbedürfnisse, die Namics in Form von qualitativer User-Research und Datenanalysen ermittelt hat.

Content - One KUKA erlebbar machen

Im Zuge der One KUKA Strategie wurde der Content neu strukturiert und nach einer qualitativen und quantitativen Bestandsaufnahme neu erstellt sowie umfassend überarbeitet. Ziel der Strategie war es, durch die Inhalte die Marke KUKA erlebbar zu machen und die Konversion zu erhöhen. Dafür wurden die Inhalte an das Leseverhalten im Internet und die Tonalität der Zielgruppen angepasst. Dabei spricht KUKA mit einer Stimme, die in der konsistenten Sprache und im wiederkehrenden Aufbau zum Ausdruck kommt. Dank des Zusammenspiels aller Website-Bereiche schafft KUKA einen beständigen Mehrwert für seine Kunden. Neben der umfangreichen Content-Beratung und -Erstellung unterstützte Namics auch beim Aufbau einer internen Redaktion und der damit verbundenen Prozesse.

Technologie - One KUKA zukunftsfähig machen

Um die strategische Ausrichtung des Unternehmens auch auf technologischer Ebene zu unterstützen, hat Namics ein modernes, responsives HTML- und JavaScript-Frontend umgesetzt. Im Backend kommt die Sitecore Experience Platform als Multi-Mandanten-kompatibles und mehrsprachiges Enterprise CMS (Content Management System) zum Einsatz. Für den Endnutzer wurde ein einheitliches Markenerlebnis geschaffen: So sind zum Beispiel alle Stellen-, News-, Standort-, Produkt-, Download- und Kontakt-Bereiche der Divisionen zentralisiert auf der Hauptdomain zu finden. Der Seiteneinstieg über einzelne Unternehmensbereiche entfällt gänzlich.

Zudem unterstützt das CMS die Mitarbeiter, die nun Web-Inhalte über ein einheitliches System schneller sowie intuitiv anpassen und attraktiv in einem Live-Vorschau Modus gestalten können. Darüber hinaus erhalten die Marketing- und Sales-Verantwortlichen eine Analyse der eingerichteten Conversion-Ziele wie Newsletter-Anmeldung, Dokumenten-Downloads sowie der Besucherstatistik sämtlicher Webseiten. Das schafft für KUKA neue Möglichkeiten, die Website-Nutzung aktiv zu analysieren und zu optimieren.

Damit die Marke weiterhin international einheitlich auftritt, wurden die Inhalte in den für die Branche wichtigsten drei Sprachen - Deutsch, Englisch, Chinesisch - aufbereitet. Durch die Anbindung einer Übersetzungsschnittstelle zu einer Übersetzungsagentur, kann KUKA heute die Übersetzung von ganzen Webseiten auf Knopfdruck beantragen. Die übersetzten Inhalte werden nach der Lieferung automatisch ins CMS importiert.

Design - One KUKA sichtbar machen

Das klare, schlichte Erscheinungsbild ist zukunftsorientiert und vereint die drei Unternehmenswerte: gestaltend, integrierend, wirkungsvoll. Durch das von Namics konzipierte und erstellte Design wird das Unternehmen als Ganzes sichtbar. Der User wird mit Hilfe detaillierter Animationen sowie unterschiedlicher Interaktionselemente involviert und erhält so ein konsistentes Nutzererlebnis. Grosse, emotionale Unternehmensbilder vermitteln Modernität. Unterschiedliche Stakeholder wie Kunden, Aktionäre oder Bewerber kommen in wenigen Klicks zu ihren relevanten Themengebieten. Ermöglicht wird das durch die klare Nutzerführung und die gestalterische Reduktion auf das Wesentliche. Zudem ist die Website responsive und damit auf allen Geräten optimal sichtbar. Die Grundlage für den visuellen Auftritt bildete der von Namics weiterentwickelte Styleguide, der das Corporate Design auf alle digitalen Kanäle überträgt und über ein Brand Portal abrufbar ist.

Medienkontakt:

Sebastian Pastuschek

Communication Manager

Tel: +49 (89) 64913 68-40 / +41 (41) 76823-40

E-Mail: sebastian.pastuschek@namics.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100002033/100798804> abgerufen werden.