

Referenzbericht



Digitaler Wegweiser

zum gesuchten Produkt

Mit der Fachhändlersuche von YellowMap finden Kunden von OTTO-CHEMIE schnell Verkaufsstellen mit passendem Sortiment

Wenn es ums Dichten, Kleben und Beschichten geht, genießen die Produkte von OTTO weltweit einen hervorragenden Ruf. Seit mehr als 140 Jahren bietet das Unternehmen mit Sitz im bayerischen Fridolfing Dichtstoffe und Klebstoffe für Industrie, Handel und Handwerk. Dabei steht OTTO für Qualität, Kompetenz und Service. Dank einer digitalen Fachhändlersuche auf der Website des Unternehmens finden Kunden nun einfacher Verkaufsstellen für OTTO Produkte. Dabei kommt eine Lösung der Karlsruher YellowMap AG zum Einsatz. Diese führt Kunden nicht nur mit wenigen Klicks zum nächstgelegenen Händler, sondern erlaubt es auch, die Suchergebnisse nach bestimmten Produkten zu filtern.

Fachhändlersuche schließt Lücke in der Customer-Journey

„Bei uns steht die Kundenorientierung im Vordergrund“, sagt Laura Peters, Teamleiterin für Digitales Marketing bei OTTO. „Neben unserem Produktsortiment spielt dabei vor allem der Bereich Services eine zentrale Rolle. Wir versuchen, unseren Online-Auftritt immer wieder aus der Kundensicht zu betrachten und analysieren, wo wir unsere Kunden und die Anwender unserer Produkte noch gezielter unterstützen können.“



DICHTEN & KLEBEN

Kunde

- OTTO CHEMIE, Fridolfing
- Branche: Industrie
- www.otto-chemie.de
- Führender Hersteller von Dichtstoffen und Klebstoffen
- 1881 gegründet
- Über 490 Mitarbeiter
- Lieferungen in 70 verschiedene Länder

Anforderungen

- Europäische modulare Fachhändlersuche
- In drei Sprachen
- Mit 80 Produktfiltern für eine optimale Produktsuche
- Steuerbare Texte für Marketing-Aktionen
- DSGVO-konforme Lösung
- Schnell verfügbar





So machte ein genauer Blick auf die Customer-Journey Lücken im Bereich des Kaufprozesses sichtbar. „Unsere Website ist mit den vorhandenen Services so aufgebaut, dass Interessenten schnell ein passendes Produkt für ihre Anwendung finden. Aber bislang war nicht auf den ersten Blick ersichtlich, wo sie dieses dann kaufen können.“ Die Kunden waren hier ein Stück weit auf sich allein gestellt, was das OTTO Team auch daran merkte, dass täglich Handwerker in der Unternehmenszentrale anriefen und wissen wollten, wie sie an ihren gewünschten Dicht- oder Klebstoff kommen. „Der Fachhandel ist unser Haupt-vertriebsweg und hier wollten wir den Kunden eine bessere Orientierung geben“, so Peters. „Eine auf der Website integrierte Fachhändlersuche war die logische Konsequenz.“

Händlersuche mit kundenorientierten Filtern

In Abstimmung mit Vertrieb, Geschäftsleitung und IT definierte das Projektteam um Laura Peters die wichtigsten gewünschten Kriterien für eine Fachhändlersuche. Dabei wurde immer wieder die Perspektive der Kunden eingenommen, um zu verstehen, was und wie diese suchen.



DICHTEN & KLEBEN

Nutzen und Vorteile

- Reduzierung der telefonischen Anfragen im Unternehmen
- Mehr Effizienz dank direktem Zugriff über die Webseite zur Fachhändlersuche
- Optimale Customer-Journey
- Kundenzuführung zu den richtigen Fachhändlern vor Ort

» Wir hatten von Anfang an das Gefühl, dass YellowMap unsere Anforderungen erfüllt und wir in guten Händen sind. Nicht zuletzt, weil das Unternehmen seit über 20 Jahren genau in diesem Bereich spezialisiert ist und entsprechende Referenzen mitbrachte. Das Team hat uns vermittelt: Der Zeitplan ist sportlich, aber das kriegen wir hin. Die Zusammenarbeit ist durch und durch professionell, sehr engagiert und es passt auch auf menschlicher Ebene. Wir bekommen schnelle Antworten und klare Aussagen. Es gibt auf beiden Seiten feste Verbindlichkeiten. Kurzum: Teamwork, wie man es sich wünscht! «

Laura Peters, Teamleiterin Digitales Marketing bei OTTO-CHEMIE

„Wir wollten nicht nur eine Standard-Händlersuche, die lediglich die am nächsten gelegenen Fachhändler anzeigt, sondern auch verschiedene Filteroptionen. Vor allem eine gezielte Filterung nach Produkten, um das jeweils vorhandene Sortiment abzubilden.“ Wichtig auch: eine einfache Kontaktmöglichkeit zum Händler, damit der Kunde abklären kann, ob das Produkt, das er kaufen möchte, vorrätig ist. Die Suche sollte mehrsprachig – zunächst französisch und niederländisch – sein, benutzerfreundlich und datenschutzkonform. „Und wir haben Wert darauf gelegt, dass der Anbieter einer Lösung zu uns passt – das gilt für unsere technischen Vorstellungen, aber auch für die Zusammenarbeit und Kommunikation.“



Ausgereifte Lösung statt Eigenbau

Entgegen der ursprünglichen Vorstellung einer eigens programmierten Lösung entschied man sich für ein ausgereiftes und auf dem Markt vorhandenes System: Die Händlersuche der Karlsruher YellowMap AG. Diese bietet auf Grundlage der eigenen DSGVO-konformen Kartenplattform SmartMaps eine Komplettlösung mit Suchfunktionen, nutzerfreundlichem Oberflächen-design und umfangreicher Produktfilterung, die individuell an Kundendesigns angepasst werden kann.

„YellowMap hat sich gegen zwei Mitbewerber durchgesetzt, weil sich das Team sehr detailliert mit unseren Anforderungen und Fragen auseinandergesetzt hat“, berichtet Peters. Da OTTO das fertige Projekt zeitnah intern präsentieren wollte, punktete YellowMap außerdem mit einer rekordverdächtig schnellen Abwicklung: Zwischen Anfrage, erster Präsentation und Anpassungen, Zusage und Kick-Off lagen nur Tage. Innerhalb weniger Wochen entstand pünktlich zum Stichtag eine vollumfängliche Lösung für den Live-Betrieb. Dabei bewährte sich die unkomplizierte Einbindung per Iframe in die vorhandene Website, was den Aufwand bei der Implementierung auf ein Minimum reduzierte.

Jetzt informieren



Telefon: +49 721 9638-125

geosolutions@yellowmap.de

www.yellowmap.com

www.smartmaps.net

 YellowMap AG
CAS-Weg 1 - 5
76131 Karlsruhe

