

„
Mit FirstSpirit haben wir eine Lösung gefunden, mit der wir heute all unsere Anforderungen an einen hochmodernen, international wegweisenden Webauftritt umsetzen und damit unsere Produkt- und Markenkommunikation schneller und gezielter platzieren können.“

Rolf Züger, IT Application Analyst, Geberit AG



Projekt-Highlights

- Ein zentrales CMS für die Corporate Webseite und 41 Länderwebseiten
- Schnelle Time-to-Market für Produkt- und Markenkommunikation
- Flexible Content-Wiederverwendung für Kampagnen und Landingpages
- Zielgruppenspezifische Ansprache nach Region und Interessen der Besucher
- Hervorragende End-2-End User Experience für Webseitenbesucher und Redakteure
- Hohe Zeit- und Kostenersparnis durch effiziente Redaktionsprozesse
- Flexible Integration beliebiger Drittlösungen via FirstSpirit AppCenter
- Schneller Go-live der Corporate Webseite und Länderauftritte

Die Herausforderung: Erfolgreiche Produkt- und Markenkommunikation in 41 Ländern

Die Geberit AG mit Hauptsitz im schweizerischen Rapperswil-Jona ist europäischer Marktführer in Sanitärtechnik und unterhält Vertriebsniederlassungen in insgesamt 41 Ländern. Der international agierende Sanitärspezialist suchte ein Content Management System, das als zentrale Plattform für die maßgebliche Gruppenwebseite und insgesamt 41 Länderwebseiten fungieren kann. Das zukünftige CMS sollte daher ein leistungsstarkes aber einfach zu bedienendes Instrument sein, mit dem die Marketing- und Fachabteilungen eine personalisierte Ansprache unterschiedlichster Zielgruppen und die einfache Einbindung multimedialer Inhalte schnell und effizient umsetzen können. Das bestehende Altsystem war den gestiegenen Anforderungen nicht mehr gewachsen, individuelle Microsites und Inselösungen sollten zu einem global einheitlichen Gesamtauftritt konsolidiert werden.

Die Lösung: FirstSpirit als Content Integration Plattform

Die e-Spirit AG setzte sich mit ihrem Content Management System (CMS) FirstSpirit in einem mehrstufigen Auswahlprozess klar gegen zehn weitere Anbieter durch. Das CMS überzeugte dabei nicht nur die IT-Verantwortlichen bei Geberit: Die Marketing- und Fachabteilungen verfügen mit FirstSpirit über ein höchst benutzerfreundliches und flexibles Instrument, mit dem sie den weltweiten Webauftritt einfach und effizient wie nie gestalten und optimieren können. Das sorgt nicht nur für eine herausragende End-2-End User Experience bei Webseitenbesuchern und Redakteuren, sondern ermöglicht auch eine deutlich schnellere Time-to-Market der Produkt- und Markenkommunikation.

Darstellung von zielgruppenspezifischen Inhalten

Ein herausragendes Merkmal der Kommunikationsstrategie von Geberit ist eine ausgefeilte, zielgruppengerechte Ansprache von Kunden, Interessenten und Partnern. Mit FirstSpirit lässt sich dieser Anspruch im Web einfach und effizient umsetzen. Geberit kann so die Interessen der Besucher bereits von der Startseite aus kanalisieren, die passenden Informationen bereitstellen und sämtliche Kundengewinnungs- und Bindungsmaßnahmen erfolgreich steuern. Alle Inhalte und Medien, sowohl für die drei definierten Zielgruppen (Handwerk, Architekten und Privathaushalte) als auch für Länder- und Kampagnen-Seiten, werden zentral im CMS gespeichert und zielgruppen-, themen- oder länderspezifisch ausgeliefert.

Integrierte Multimedialösungen

Ansprechende Bilder und Videos auf Webseiten wecken Emotionen und animieren so zum Hinschauen und Wiederkommen. Geberit bereichert seine Webseiten mit FirstSpirit einfach und schnell um multimedialen Content. Die dafür erforderlichen Desktop-Anwendungen und Cloud Services wie Videomanagement-Lösungen lassen sich einfach und schnell über das FirstSpirit AppCenter in die CMS-Oberfläche einbinden. So setzt der Sanitärspezialist mit seiner nahtlos integrierten Online-Videothek neue Maßstäbe in puncto Kundeninformation- und -bindung.

Flexible Content-Wiederverwendung

Viele Unternehmen verfügen über hochwertigen Content, der aber häufig nur ein einziges Mal genutzt wird. Für neue Kampagnen oder Landingpages wird häufig gänzlich neuer Content erstellt – ein zeit- und kostenintensiver Faktor. Mit FirstSpirit können die rund

FirstSpirit™

100 Redakteure im Geberit-Headquarter und in den einzelnen Ländergesellschaften neue Inhalte einfach erstellen, aber auch bestehende Inhalte problemlos wiederverwenden, neu zusammenstellen und für unterschiedliche Ausgabekanäle und Kampagnen nutzen, sowie als Webseiten veröffentlichen. Neuer Content muss dadurch deutlich seltener erstellt werden, was zu messbaren Zeit- und Kosteneinsparungen führt. Alle im CMS hinterlegten Inhalte und Medien lassen sich einfach an lokale Bedürfnisse und Begebenheiten in den Ländern anpassen und veröffentlichen.

Die Vorteile: Optimale End-2-End User Experience

Der neue globale Webauftritt der Geberit AG zeigt, dass professionelles Content Management Spaß machen und entscheidend zum Unternehmenserfolg beitragen kann. Dank der herausragenden Usability und Funktionalitäten von FirstSpirit kann das Unternehmen seine innovative

Produkt- und Markenkommunikation nun deutlich schneller, zielgerichteter und damit auch erfolgreicher im Markt platzieren. FirstSpirit bietet den Redakteuren in PR, Marketing und IT dafür eine höchst benutzerfreundliche Arbeitsoberfläche, die dank einheitlicher Layout- und Redaktionsvorlagen die Einhaltung des Corporate Designs auch in mehrsprachigen Webprojekten gewährleistet.

Durch die umfangreichen Out-of-the-box-Funktionalitäten konnte Geberit die Corporate Webseite innerhalb von nur vier Monaten komplett neu aufsetzen und veröffentlichen. Auch die Webauftritte der einzelnen Länder konnten ebenso zeit- und kostensparend realisiert und aktualisiert werden. Das Ergebnis ist eine richtungweisende und zukunftsfähige Webpräsenz mit hochwertigen und multimedialen Informationsangeboten sowie einem beispielhaft umgesetzten Konzept der zielgruppenspezifischen Ansprache.



Zielgruppenspezifische Ansprache nach Region und Interessen der Besucher.



Ein absolutes Highlight ist die einfache Verteilung und Mehrfachverwendung von Inhalten, die uns eine effektive Ansprache der Zielgruppen nach Regionen und Interessen auf der Webseite und im Rahmen von Kampagnen ermöglicht.

Rolf Züger, IT Application Analyst, Geberit AG


Geberit AG

Als europäischer Marktführer ist die Geberit Gruppe ein globaler Anbieter in der Sanitärtechnik mit einem Umsatz von 2,1 Milliarden Schweizer Franken. Sie beschäftigt weltweit 6.000 Mitarbeiter in 41 Ländern und produziert an 15 Standorten in sieben verschiedenen Ländern. Seit der Gründung 1874 zählt das Unternehmen zu den Pionieren der Branche und setzt mit umfassenden, innovativen Systemlösungen immer wieder neue Trends. Das Produktspektrum umfasst die Produktbereiche Sanitärsysteme und Rohrleitungssysteme.



Über e-Spirit Qualität kommt von Begeisterung

e-Spirit ist der Hersteller des Content Management Systems FirstSpirit™ für Unternehmen mit höchsten Ansprüchen an Usability, Leistungsfähigkeit und Investitionssicherheit. Zahlreiche namhafte Kunden aus allen Branchen nutzen das CMS für die weltweite Umsetzung erfolgreicher Webstrategien.

 **e-Spirit**

info@e-Spirit.com
www.e-Spirit.com