

Steigerung der digitalen Performance der Website www.gdfsuez-dolcevita.fr durch Tag Management

Zur Reduzierung der Tagging-Kosten, Steigerung der Datenrelevanz und Stimulierung der Online-Neukundengewinnung setzt der französische Energiekonzern ENGIE beim Re-Launch seiner Consumer-Website voll und ganz auf das Tag-Management made by TagCommander

Aufwandsreduzierung

Mehrere Tage → 1 Stunde

90 – 150 Manntage pro Jahr gespart

Autonome Steuerung

20 neue E-Marketing-

Lösungen implementiert

Schnelleres Deployment

Vorher 3 Wochen

Jetzt → 2 Tage

Vollständigeres Tagging

275 Seiten,

950 messbare Parameter

EIN GLOBAL-PLAYER IN SACHEN ENERGIEVERSORGUNG

ENGIE ist einer der weltweit größten Energieversorger, der die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion bis zum Verkauf der Energie intern erbringt. 152.900 Mitarbeiter in 70 Ländern erwirtschafteten im Jahr 2014 einen Umsatz von 74,7 Milliarden Euro.

SICH DEN NEUEN DIGITALEN NUTZERGEWOHNHEITEN ANPASSEN

Mit seinen 1,4 Millionen monatlichen Besuchern spielt die Website www.gdf-suez-dolcevita.fr eine absolute Schlüsselrolle in der Pflege der Beziehungen mit den Endkunden. Dies gilt sowohl für die Neukundengewinnung als auch für den Self Care-Bereich, da sich 44% aller Besucher mit ihrem persönlichen Passwort einloggen, um ihr Kundenkonto zu verwalten oder ihre Rechnungen online abzurufen.

Im Jahr 2014 beschloss das Unternehmen den Re-Launch dieser Website. Dafür gab es zwei wichtige Gründe:

- Die Verbesserung des Nutzererlebnisses, vor allem beim Umzugsmanagement: In diesen Momenten ist das Risiko von Datenverlusten besonders hoch.
- Die Vereinfachung von Tarifvergleichen sowie die Promotion günstiger Gas- und Elektrizitätsverträge.

DIE DIGITALE PERFORMANCE STEIGERN

Ziel von ENGIE war es, insbesondere umsatzstarke Kunden mit erhöhter Wechselbereitschaft rechtzeitig zu erkennen und dauerhaft zu binden.

Gleichzeitig sollten aber auch potentielle Neukunden, die sich gerade im Umzug befanden, identifiziert werden. Beide Kundengruppen haben unmittelbaren Einfluss auf den Umsatz.

ENGIE wollte neue Wege zur Umsatzsteigerung testen – hier vor allem das Affiliate-Marketing und das Retargeting – hatte aber keine Möglichkeit, den Einfluss der verschiedenen Maßnahmen auf die Unternehmensergebnisse optimal zu messen.

TAG MANAGEMENT ALS ZENTRALER BAUSTEIN DER NEUEN WEBSITE

Die Lösung: Eine Seite, die auf den verschiedensten Endgeräten funktioniert und deren Ergonomie voll und ganz auf den Nutzer ausgerichtet ist. Dieser kann auf einfachste Weise neue Angebote kennen lernen, neue Verträge schließen und sein Konto vollkommen selbständig verwalten.

In Zusammenarbeit mit einer unabhängigen Agentur sowie mit den Beratern von TagCommander erstellte ENGIE daraufhin einen detaillierten Tagging-Plan, mit dem mehr als 950 Parameter über alle 275 Seiten der Website gemessen werden können.

“ TagCommander ist das Bindeglied zwischen der digitalen Welt und dem Rest unseres Informationssystems.

Vincent Cabanis, Projektleiter, ENGIE



DIE DATEN BESSER IM GRIFF HABEN

Hauptziel war es, die Zuverlässigkeit der Daten zu steigern und das Reporting zu verbessern, um die Verhaltensmuster der Kunden und den Einfluss der verschiedenen Marketingmaßnahmen besser zu verstehen.

„Wenn die Daten nicht absolut sauber sind, gibt es Probleme bei deren Analyse“, weiß Vincent Cabanis, Projektleiter im Bereich Endkundenmarketing in Frankreich. „Dank TagCommander konnten wir unsere Messgenauigkeit extrem steigern.“

Dadurch sind die Teams der Website www.gdfsuez-dolcevita.fr heute in der Lage, alle Leads effizient zu deduplizieren und so nur den Partner zu bezahlen, der den Geschäftsabschluss herbeigeführt hat. Gleichzeitig können Multi Touch-Attributionsmodelle angewendet werden, um den Weg des Kunden über die verschiedenen Kontaktpunkte hinweg zu verstehen und zu analysieren.

DIE DIGITALEN MARKETINGTOOLS MITEINANDER VERBINDEN

Auf der alten Seite www.gdfsuez-dolcevita.fr waren die Web Analytics ein vom Rest des digitalen Marketings isoliertes Tool, das ausschließlich für das Reporting der Website genutzt werden konnte. Der Rest des Onlinemarketings und die dadurch generierten Daten wurden bei den Analysen nicht berücksichtigt.

Hier gab die Fähigkeit von TagCommander, Datensilos zu verbinden und Online-Marketinginstrumente zu aktivieren, den Ausschlag für die spätere Zusammenarbeit: „Es ist von entscheidender Wichtigkeit, die wahre Gesamtperformance zu messen. Wenn man wie ENGIE große Summen in das Onlinemarketing investiert, dann möchte man auch wissen, ob der Lead wirklich zu einem Geschäftsabschluss geführt hat. Außerdem geht es darum, die dort gewonnenen Daten mit denen unseres eigenen CRM-Systems zu vergleichen, um den Wert jedes Kunden in seinem Segment, den Customer Lifetime Value und die Wechselbereitschaft sicher einschätzen zu können. Damit mit das gelingt, müssen wir zwischen den einzelnen Systemen Schnittstellen einrichten und unsere Daten voll im Griff haben“, berichtet Vincent Cabanis. „Heute ist das Tag-Management das Bindeglied zwischen der digitalen Welt und dem Rest unseres Informationssystems“.

HOHE ZEITERSPARNIS ERMÖGLICHT WEITERE MARKETING-MASSNAHMEN

Dank des Einsatzes von Tag Management kann ENGIE heute mit 20 neuen Partnern zum Tracking und zur Gewinnung von Neukunden zusammenarbeiten.

„Wir schätzen, dass wir unseren Arbeitsaufwand für das Tagging und das Reporting seit der Integration von TagCommander um das 3- bis 5-fache senken konnten“, stellt Vincent Cabanis fest. „Damit sind wir nicht nur flexibler geworden, sondern haben auch Zeit und Ressourcen gewonnen, um völlig ohne den Einsatz externer Dienstleister neue Tools und neue Marketingmaßnahmen auszuprobieren“.

VON TAGCOMMANDER EINGESETZTE LÖSUNGEN

- ◇ Tag Management
- 🔒 Privacy Management

HERAUSFORDERUNG

- Zur Verkaufsförderung mit immer mehr Lösungspartnern zusammenarbeiten
- Den Gewohnheiten der Online-User gerecht werden (verbesserte Ergonomie, Multidevicefunktion, die Hilfestellung der Kunden untereinander fördern und unterstützen (Self Care))

ERGEBNISSE

- Drastische Reduzierung der Kosten und der Tagging-Zeiten
- Eigenständige Verwaltung von 20 neuen Partnern in Bezug auf die Zielgruppenidentifizierung und die Neukundengewinnung
- Vollständiges und zuverlässiges Tagging: 275 Seiten und 950 Parameter können gemessen werden



WWW.TAGCOMMANDER.COM
PARIS | LONDON | AMSTERDAM | MUNICH | MADRID | MILAN