

Das Elektrizitätswerk der Stadt Zürich treibt die Digitalisierung ihres Serviceangebots im Internet weiter voran

In nur wenigen Monaten konnte das Elektrizitätswerk der Stadt Zürich (ewz) die Zugriffe auf Ihre Website verdoppeln. "Unsere Kunden können schon lange An- oder Ummeldungen online durchführen. Das ist wesentlich einfacher als per Telefon oder Briefpost", sagt Eva-Maria Boretti,



Abbildung 1: Eva-Maria Boretti, Leiterin Digital Experience beim Elektrizitätswerk der Stadt Zürich (ewz)

Leiterin Digital Experience. "Nun sehen wir aber auch, dass dieses Angebot immer intensiver genutzt wird. Statt Entscheidungen wie früher nur aus dem Bauch heraus zu begründen, haben wir jetzt belastbares und mit Zahlen belegtes Wissen", erklärt sie weiter.

Als Institut des öffentlichen Rechts ist das Elektrizitätswerk der Stadt Zürich (ewz) seit der Gründung 1890 für die Stromversorgung verantwortlich. Neben Services rund um das Thema Strom bietet die ewz auch Internet über Glasfaser an.

Um das digitale Angebot stetig zu verbessern, die Kunden besser kennenzulernen und im Störfall schnell eingreifen zu können, beauftragte die ewz das Team von webalyse. Die Spezialisten von webalyse integrierten Module der Adobe Experience Cloud. Im Mittelpunkt steht die Verbesserung der User Experience, um so die Kundenzufriedenheit zu steigern und insgesamt die Nutzung des digitalen Angebots der ewz zu erhöhen. Dabei stoßen die Experten bei der kontinuierlichen Datenerfassung und Analyse immer wieder auf neue Aspekte und erfahren aus dem Tracking des Besucherverhaltens, welche Features bei den Besuchern und Kunden gut ankommen und welche nicht genutzt werden.

Dadurch entstehen wiederum Ideen und Konzeptionen zur Optimierung des digitalen Angebots, das zwar nicht Zeit, aber reale Kosten einspart:

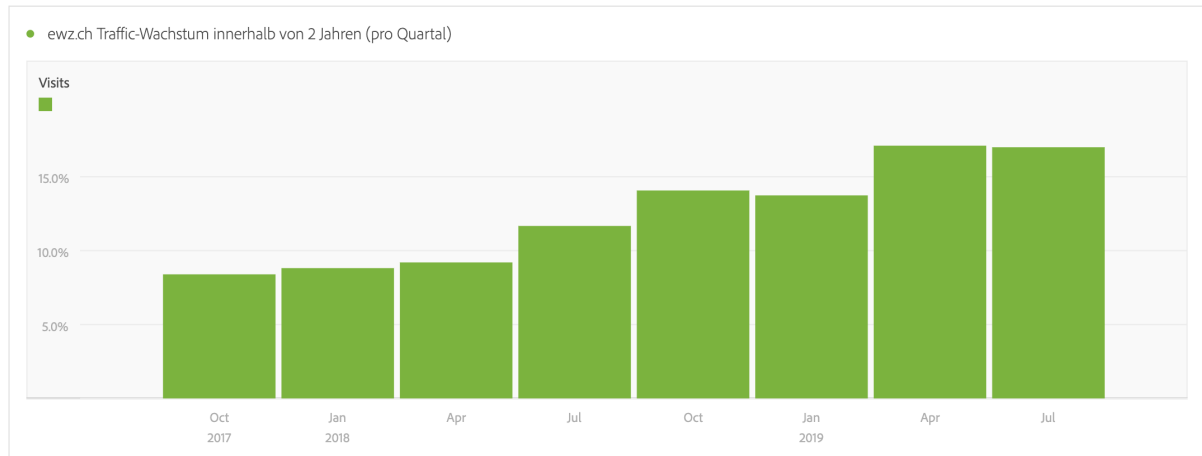
"Designfehler am fertigen Produkt zu korrigieren ist zehnmal so teuer wie am Anfang", sagt Alexander Frantzis, Managing Consultant bei webalyse.

"Wenn wir rechtzeitig im Planungsprozess von Websites, Apps oder digitalen Services hinzugezogen werden, können solche Kosten vermieden werden.

Besonders im digitalen Vertrieb über eMails, SEA oder digitalen Ads macht sich eine strukturierte analytische Vorgehensweise bezahlt. Wir helfen unseren Kunden Marketingbudget effizient einzusetzen!", ergänzt der Experte.

So konnte die ewz mit der Unterstützung von webalyse den Kaufprozess auf zuerinet.ch optimieren. "Wir hatten uns zusammen mit dem Team der ewz die Vorgängerwebsite genauer ansehen und es hat sich gezeigt, dass der Abschlussprozess sehr langwierig und unverständlich war. Anhand von Funnel- und Exitpage-Analysen wurde das schnell klar. Die Analytics-Erkenntnisse flossen direkt in

den Relaunch der neuen Website ein und mit der neuen Website schliessen nun schon 30% mehr Besucher auf zuerinet.ch ein Glasfaserangebot ab!“, stellte Alexander Frantzis fest.



Das freute auch die Abteilungsleiterin Eva-Maria Boretti: “Das war ein prima Ergebnis und ein guter Start. Wir möchten aber noch erheblich besser werden und haben noch viel geplant.”

webalyse marketing & consulting GmbH
Untermüli 11
6300 Zug
Schweiz

Geschäftsführung: Klaus Völk
+41 (0) 44 585 35 44
leitung@webalyse.ch
www.webalyse.ch

webalyse ist eine inhabergeführte Beratungs- und Dienstleistungsfirma mit Niederlassungen in Deutschland, Slowakei und in der Schweiz. webalyse wurde 2010 gegründet, um Unternehmen bei der Planung, Aufbau und Optimierung digitaler Lösungen zu unterstützen und die jeweilige Marketing-, Sales- und Service-Performance durch Analysen und Verbesserungsmaßnahmen messbar zu steigern. Die Schwerpunkte liegen dabei auf den Themen Digital Analytics, Personalization und Marketing Automation.

webalyse verfügt heute über ein breites Business- und Branchen-Verständnis, sowie die methodischen, analytischen und technischen Kompetenzen, um ihre Kunden durch die digitalen Kanäle an die Spitze ihrer Branche zu bringen.