

languagewire

EINE ERFOLGS- GESCHICHTE – SSAB

500% mehr leads durch neue internationale website

Erfahren Sie, wie SSAB das digitale Benutzererlebnis verbessert und die Lead-Generierung um 500 % gesteigert hat. Mit seiner neuen internationalen Website und der Unterstützung durch LanguageWire spricht SSAB die Sprache seiner Kunden und profitiert von einem optimal gesteuerten und koordinierten Übersetzungsprozess.



1978

Gründung in
Schweden



50+

Länder mit
Büros



20

Sprachen



16,000+

Mitarbeiter

ÜBER SSAB

SSAB ist ein internationales Unternehmen, das hochfeste Stähle und Lösungen für die Bauindustrie entwickelt. Das Unternehmen mit Hauptsitz im schwedischen Stockholm beschäftigt über 16.000 Mitarbeiter und ist in 50 Ländern tätig. Mit einer jährlichen Stahlerzeugungskapazität von 8,8 Millionen Tonnen zählt SSAB zu den größten Stahlproduzenten in Europa.

2014 übernahm SSAB das finnische Unternehmen Ruukki und vertreibt seine Produkte unter drei Marken: SSAB, Tibnor und Ruukki Constructions. Dies machte eine Angleichung der Geschäftsprozesse und Produktbereiche erforderlich, ein komplexes Unterfangen. Hinzu kam, dass die Websites von SSAB im Interesse der Kunden in großem Umfang aktualisiert und überarbeitet werden mussten. „Eine der größten Herausforderungen für SSAB bestand darin, das Produktangebot verständlich zu präsentieren und eine einfache Produktsuche zu ermöglichen. Die zweite Herausforderung bestand darin, das digitale Kundenerlebnis für rund 2,5 Millionen Besucher im Jahr aus verschiedenen Ländern zu verbessern“, so Kimmo Kanerva, Head of CRM and Digital bei SSAB.

“ *Ich glaube, wir haben Branchengeschichte geschrieben, als wir eine internationale Website mit einem derartigen Umfang und Impact in so kurzer Zeit erstellt haben.*

Kimmo Kanerva
Head of CRM and Digital,
SSAB



DIE CUSTOMER JOURNEY

STEHT AN ERSTER STELLE

Für SSAB war es wichtig, eine neue Website zu entwickeln, die auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt ist. Um dies zu gewährleisten, basierte die Entwicklung der Website auf Gesprächen mit Kunden, Marktforschungsergebnissen und Benutzertests. Durch Umfragen wurde ermittelt, dass 80 % aller Online-Besucher von SSAB nach Produktinformationen suchen. Das bedeutete, dass die entsprechenden Informationen einfach zu finden sein mussten, unabhängig davon, welche Sprache ein Kunde spricht.

Ziele der Neugestaltung der Website von SSAB:

VERBESSERTES LEADMANAGEMENT

- Bessere Lead-Erfassung und Identifizierung von Kunden im Einkaufs-Lifecycle
- Digital + Daten = Vertriebsproduktivität

DYNAMISCHE CONTENT-ERSTELLUNG UND KANALÜBERGREIFENDES BENUTZERERLEBNIS

- Dynamische Erstellung von Inhalten wie Produktdatenblätter direkt aus Online-Content

HOCHENTWICKELTER LOKALISIERUNGS- UND ÜBERSETZUNGSPROZESS

- Umfangreichere Bereitstellung von lokalisiertem Original-Content
- Sprachspezifische SEO
- Standortbasierte Anzeige des Content
- Integration der Übersetzung in CMS



Im Zuge der Neugestaltung der Website von SSAB sollte die Digitalisierung verschiedener Prozesse stärker vorangebracht werden, um den Umsatz zu steigern und eine höhere Kosteneffizienz zu erreichen.

Kimmo Kanerva



Head of CRM and Digital,
SSAB

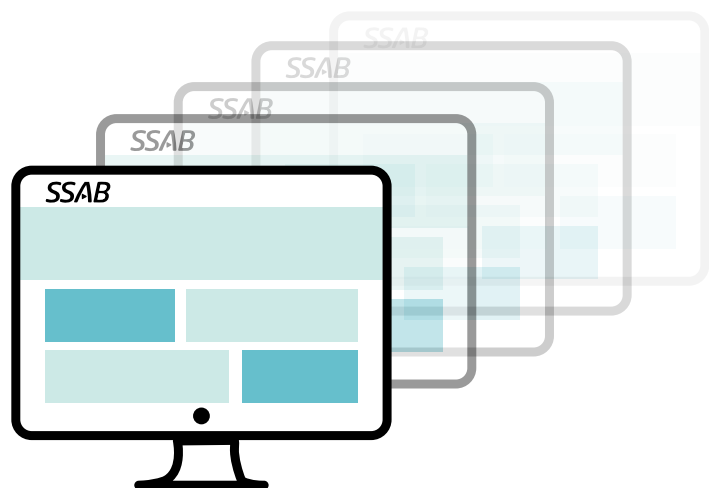
JEDES INTERNATIONALE UNTERNEHMEN IST LOKAL VERWURZELT

SSAB war bewusst, dass potenzielle Kunden in ihrer Landessprache nach Informationen suchen und erwarten, dass diese in ihrer Sprache bereitgestellt werden. So wie der Vertrieb die lokale Sprache sprechen muss, muss die Website die Sprache des Besuchers sprechen. Auch wenn dieser Bedarf unbestritten ist, beschränken sich viele Unternehmen nach wie vor auf eine oder zwei Sprachen. Umfragen von LanguageWire haben jedoch gezeigt, dass größere Unternehmen ihre Website im Durchschnitt in sechs Sprachen bereitstellen. Common Sense Advisory hat darüber hinaus herausgefunden, dass häufig etwa 14 Sprachen benötigt werden, um die Sprachen der meisten Besucher auf einer Website abzudecken. Für SSAB stand somit fest, dass eine mehrsprachige Website entwickelt werden musste. Zudem wurde lokalem Content aufgrund seiner positiven SEO-Wirkung eine große Bedeutung für die jeweiligen Märkte von SSAB beigemessen.

SSAB beschloss, dass es Sinn machen würde, globale Inhalte festzulegen, die zentral entwickelt und anschließend übersetzt und in Sprachen, die von mehreren Ländern gesprochen werden, bereitgestellt werden können. Diese globalen Inhalte werden dann mit lokalem Content kombiniert, der in dem betreffenden Land erstellt und veröffentlicht wird. Um dies zu erreichen, brauchte SSAB eine integrierte Übersetzungslösung für sein CMS. Eine Lösung, die mit der technischen Umgebung von SSAB kompatibel ist und den Übersetzungsprozess weitestgehend automatisiert.

20
lokale Websites
mit zentral und
lokal produziertem
Content

 Globaler Content
 Lokaler Content



“*Der Vertrieb muss die lokale Sprache sprechen – dasselbe gilt für Ihre Website.*”

Kimmo Kanerva
Head of CRM and Digital,
SSAB

BESCHLEUNIGUNG

DES LOKALISIERUNGSPROZESSES

SSAB hat sich für die Automatisierung und Straffung des Übersetzungsprozesses für den LanguageWire Sitecore Connector entschieden. So kann SSAB sein Ziel erreichen, seine Website bis Q1 2017 in 20 verschiedenen Länderversionen bereitzustellen. Der Connector ist das Bindeglied zwischen dem CMS von SSAB und der Projektplattform von LanguageWire. Neue Textelemente werden automatisch exportiert, übersetzt, freigegeben und dann automatisch wieder importiert, bevor sie in der neuen Sprache veröffentlicht werden. SSAB kann den Status seiner Übersetzungen direkt im Sitecore CMS verfolgen. Dadurch wird der mit Übersetzungen verbundene Zeitaufwand erheblich verringert und Fehler werden minimiert.

Hier kommen wir ins Spiel: Wir verfügen über das Know-how und die Technologie, um die mehrsprachige Content- Erstellung ohne großen Aufwand möglich zu machen. Kimmo jedenfalls haben wir überzeugt: „Die Zusammenarbeit mit LanguageWire war hervorragend – das Team hat uns professionell unterstützt, nicht nur bei den Übersetzungen, sondern auch bei der Anpassung der Website, damit diese lokale Unternehmen anspricht. Das integrierte Sprachmodul hat unsere Prozesse gestrafft und die Bereitstellung einer größeren Anzahl an Websites möglich gemacht.“



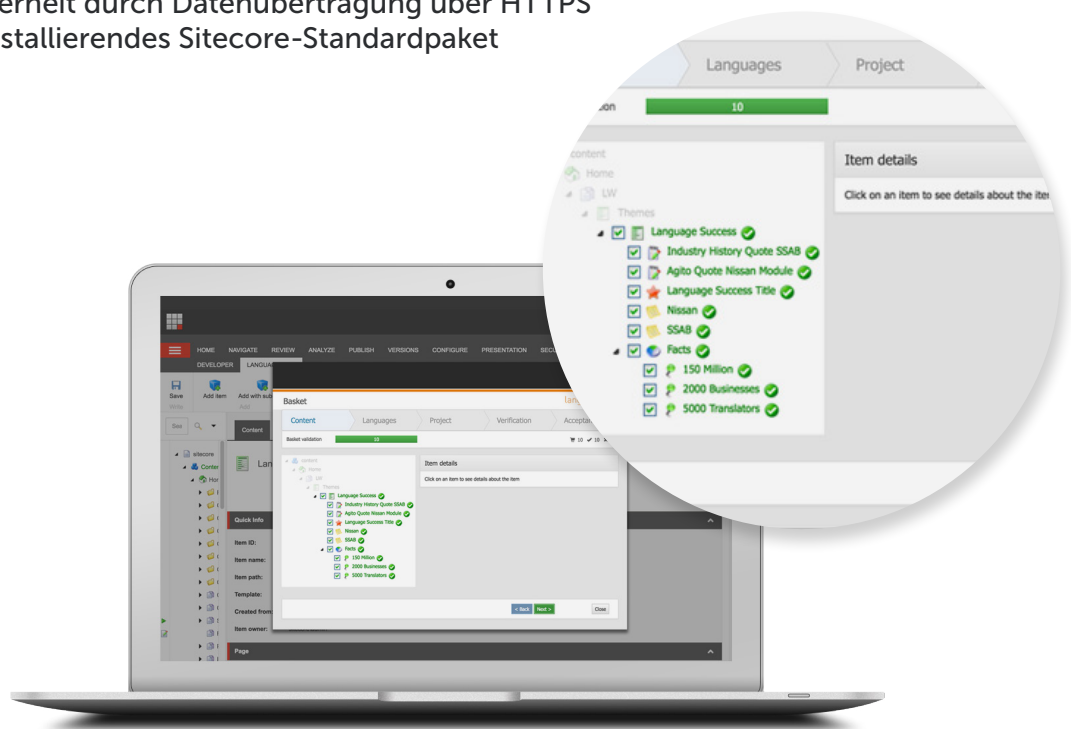
DER LANGUAGEWIRE

SITECORE-CONNECTOR

Als Ihr Sprachpartner ist es eine der wichtigsten Aufgaben von LanguageWire, dafür zu sorgen, dass die Erstellung von mehrsprachigem Content für Sie so unkompliziert wie möglich ist. Deshalb haben wir den LanguageWire Sitecore-Connector entwickelt. Er bietet Ihnen eine direkte und automatische Verbindung zwischen Ihrer Sitecore-Lösung und LanguageWire. Sie können einfach direkt aus Sitecore heraus Texte senden, die übersetzt werden sollen. Die fertigen Übersetzungen werden in Ihr CMS geliefert und können dort von Ihnen freigegeben und veröffentlicht werden. Zusätzliches Exportieren, Importieren und Copy & Paste gehören der Vergangenheit an, wenn Sie Übersetzungen in Sitecore verwalten.

Und dies sind die wichtigsten Vorteile, die Übersetzungsintegration und Automatisierung mit einem LanguageWire Sitecore-Connector Ihnen bieten:

- Verkürzung der Time-to-Market
- Vermeiden von Fehlern aufgrund von Copy & Paste
- Vereinfachte Workflows bei der Erstellung von mehrsprachigem Content
- Freisetzung von Ressourcen und Reduzierung der Kosten
- Zentralisierung von Übersetzungsprozessen und ein besserer Überblick
- Zusätzliche Sicherheit durch Datenübertragung über HTTPS
- Ein einfach zu installierendes Sitecore-Standardpaket



Das hört sich interessant an?

Setzen Sie sich noch heute mit uns in Verbindung und erfahren Sie, wie wir Ihre Workflows für mehrsprachige Content-Erstellung und Ihren Return on Investment verbessern können. Sie werden in allen gewünschten Sprachen und auf allen Märkten schneller und günstiger kommunizieren, publizieren und präsent sein. Setzen Sie sich mit uns in Verbindung, wenn Sie den Sitecore-Connector in Aktion erleben möchten: www.languagewire.com/de/kontakt.



language**wire**