

Pressemitteilung

Stadtwerke München relaunchen Website auf Basis von etracker Web Analytics

SWM Website präsentiert sich nach Relaunch mit etracker deutlich schlanker

Hamburg, 30. November 2010 +++ Die Stadtwerke München, eines der größten Infrastruktur-Unternehmen Deutschlands, setzen zur Analyse und Optimierung ihres Service- und Vertriebsportals (www.swm.de) etracker Web Analytics ein (www.etracker.com). Auf Basis der durch die Web-Analyse gewonnenen Erkenntnisse hat der Energieversorger Anfang November einen umfassenden Website-Relaunch durchgeführt. Nach der Optimierung des Portals sind Informationen über Produkte und Online-Services jetzt ideal auf den Webseiten platziert und Online-Formulare noch benutzerfreundlicher gestaltet. Auch die Anzahl der einzelnen Seiten wurde deutlich reduziert, die Navigation verschlankte der Energieversorger von neun auf drei Ebenen. „Die Lösung von etracker hat unsere Erwartungen voll erfüllt“, sagt Johannes Haas, Portal- und Online-Manager der Stadtwerke München. „Insbesondere die schnelle Integration innerhalb weniger Stunden und die intuitive Bedienbarkeit der Lösung haben uns begeistert. Ebenfalls überzeugend: das ausgezeichnete Preis-Leistungs-Verhältnis und die 100prozentige Datenschutzkonformität, die etracker garantiert. Der verantwortungsvolle Umgang mit den vertraulichen Daten unserer Privat- und Geschäftskunden hat für uns oberste Priorität.“

Seit April 2010 nutzen die Stadtwerke München etracker Web Analytics und erhalten dadurch unter anderem umfassende Echtzeit-Informationen zu Besucheranzahl, Klickpfaden, Verweildauer, technischer Umgebung und Herkunft der Besucher. Die kontinuierliche Messung des Traffics jeder Einzelseite diente dazu, ein detailliertes Webseiten-Ranking zu erstellen. Basierend auf dem Ranking haben die Stadtwerke München die Informationen auf jeder Webseite so in Szene gesetzt, dass sie von möglichst vielen Besuchern wahrgenommen werden. Auch sämtliche Online-Formulare wurden grafisch überarbeitet: Durch die Entfernung seitlicher Teaserflächen passen die Formulare nun nicht nur optimal ins Layout, sie haben auch die volle Aufmerksamkeit der Besucher, die nicht länger abgelenkt werden. Außerdem können die Nutzer jetzt nach nur drei statt acht Klicks auf die Online-Formulare zugreifen – die Abbruchrate ist dadurch deutlich gesunken. Daneben hat der Energieversorger durch die exakte Messung von Visits und Verweildauern ermittelt, welche Inhalte die Besucher als wirklich relevant empfinden, und die Anzahl der einzelnen Webseiten entsprechend

reduziert. „Wir sind sehr zuversichtlich, dass wir mit der neuen Website eines unserer wesentlichen Ziele noch besser erreichen können – die Gewinnung von Neukunden“, erklärt Johannes Haas. „Die Web-Analyse mit etracker Web Analytics liefert uns wertvolle Aufschlüsse für die kontinuierliche Optimierung – auch nach dem umfassenden Relaunch.“

Über die etracker GmbH

Die etracker GmbH aus Hamburg ist mit mehr als 100.000 Kunden ein in Europa führender Anbieter von Produkten und Dienstleistungen zur Optimierung von Websites und Online-Marketing-Kampagnen. etracker bietet fünf hoch integrierte Produktlinien: Während das professionelle Web-Controlling System etracker Web Analytics eine quantitative Echtzeit-Analyse des Besucherverhaltens ermöglicht, ermittelt die Online-Marktforschungslösung etracker Visitor Voice durch standardisierte Befragungen die Zufriedenheit und die Wünsche der Besucher und liefert konkrete Handlungsempfehlungen zur nutzerzentrischen Website-Verbesserung. Für punktgenaue Optimierungen erhalten Website-Betreiber mit etracker Page Feedback über Buttons ein differenziertes Meinungsbild der Besucher zu jeder einzelnen Seite ihrer Web-Präsenz. Die Mouse Tracking-Lösung etracker Visitor Motion erfasst alle Nutzerinteraktionen mit Webseiten, deckt Schwächen in Bedienbarkeit und Nutzerführung mit filmischer Genauigkeit auf und ermöglicht so eine zielgerichtete Usability-Optimierung. Komplettiert wird das Portfolio durch etracker Campaign Control, das tiefergehende Analysen von Online-Marketing-Kampagnen gestattet und dabei Wechselwirkungen zwischen Werbemaßnahmen untersucht. Die etracker Lösungen wurden mehrfach mit Innovationspreisen ausgezeichnet. Daneben zeichnen sie sich auch durch ihr herausragendes Preis-Leistungs-Verhältnis aus – und sie sind zu 100 Prozent datenschutzkonform. Zu den Referenzkunden von etracker zählen unter anderen: Air Berlin, ARAG, B.Braun, Burger King, CreditPlus Bank, Dänisches Bettenlager, Fielmann, Fraport, Galeria-Kaufhof, HSBC Trinkaus & Burkhardt, Infraserb Höchst, Jack Wolfskin, Lufthansa Worldshop, Sedo, Spiegel Verlag, T-Online, Tipp24, Travelchannel, UNICEF und United Domains.

Kontakt:

etracker GmbH
Christian Bennefeld
Alsterdorfer Str. 2a
22299 Hamburg
Tel. +49 (0)40 / 55 56 59-50
Fax +49 (0)40 / 55 56 59-59
presse@etracker.com
www.etracker.com

Möller Horcher Public Relations GmbH
Dr. Venera Souleimanova
Ludwigstr. 74
63067 Offenbach
Tel. +49 (0)69 / 80 90 96-48
Fax + 49 (0)69 / 80 90 96-59
venera.souleimanova@moeller-horcher.de
www.moeller-horcher.de