

Dun & Bradstreet

Optimieren des Nutzerflusses und gezielter Traffic mit Decibel und Adobe Target

dun & bradstreet

168 %

Anstieg

Dun & Bradstreet unterstützt Unternehmen beim Ausbau ihrer wertvollsten Beziehungen durch die Bereitstellung von Daten und Analyselösungen für das Management finanzieller Risiken, die Stärkung von Marketing und Vertrieb und den Schutz von Lieferketten.

„Decibel trägt zu einem Verständnis der Performance von a/b-Tests bei, das über Sieg und Niederlage hinausgeht. Wir sind in der Lage, einen tiefgründigen Einblick in die Nutzerinteraktionen mit Prüfvariationen zu erhalten, die oftmals das „Warum“ hinter den Prüfergebnissen erklären, und nicht nur auf das „Was“ eingehen, das die traditionellen Testmessmethoden liefern. Und mithilfe der flexiblen, stets aktiven Integration in unsere Test-Technologie müssen wir uns keine Sorgen um die Einrichtung machen – die Daten sind einfach da, wenn wir sie benötigen.“

„Decibel gibt uns die Möglichkeit, die Kundenerfahrung zu verstehen, wie dies kein anderes Tool in unserem Technologie-Stack kann. Es stellt ein empfindliches Gleichgewicht zwischen quantitativen und qualitativen Daten her und liefert uns sowohl das „Was“ als auch das „Warum“ hinter der Website-Performance. Aber das Beste daran: Es ist in einer einfachen, aber leistungsstarken Nutzeroberfläche verpackt, sodass jeder Marketingspezialist seine umfangreichen Funktionen nutzen kann, wann immer er sie benötigt, ohne eine umfangreiche Schulung absolvieren zu müssen.“

Merritt Aho - Marketing Director of Testing & Optimization - Dun & Bradstreet

Einführung

Mithilfe von Decibel hat das Marketingteam von Dun & Bradstreet wichtige Erkenntnisse über seine Nutzer gewonnen, die zu erheblichen Verbesserungen an der Nutzererfahrung auf der Website des Unternehmens beigetragen haben.

Den Traffic zu den Stellenangeboten lenken

Einstellungen sind ein strategisches Schlüsselziel für Dun & Bradstreet - und der Bereich Stellenangebote ihrer Website ist das Schaufenster, in dem potenzielle Mitarbeiter ihre Möglichkeiten erkunden können.

Mithilfe des Tools für die Session-Wiedergabe von Decibel haben Analysten bei Dun & Bradstreet ein Segment von Besuchern ermittelt, die Schwierigkeiten hatten, den Bereich „Stellenangebote“ zu finden. Zu diesem Zeitpunkt konnte der Link zu diesen Inhalten nur gefunden werden, nachdem man sich zum Abschnitt „Über uns“ auf dnb.com durchgeklickt hatte.

Auf Basis der mithilfe von Decibel erhaltenen Erkenntnisse über die Nutzer hat Dun & Bradstreet eindeutige „Stellenangebote“-Links zur ihrer globalen Navigation und ihrem Fußzeilenmenü hinzugefügt.

Das Ergebnis war ein Anstieg um 168 % – nach der Änderung stieg die Anzahl der Besucher im Stellenangebote-Bereich von ursprünglich 3.000 im Monat auf 8.000 an.

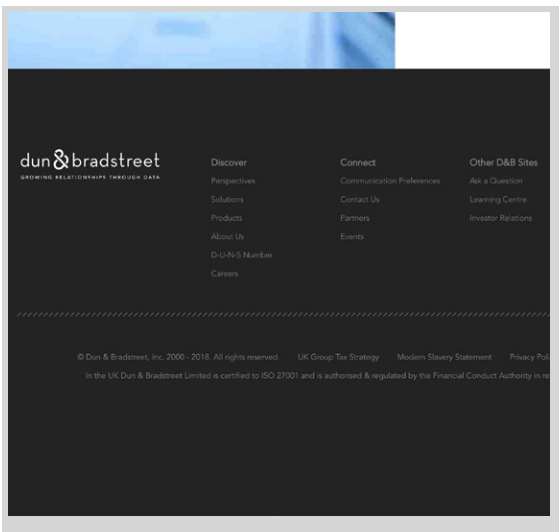


Abb. 1 - Aktualisierter Footer

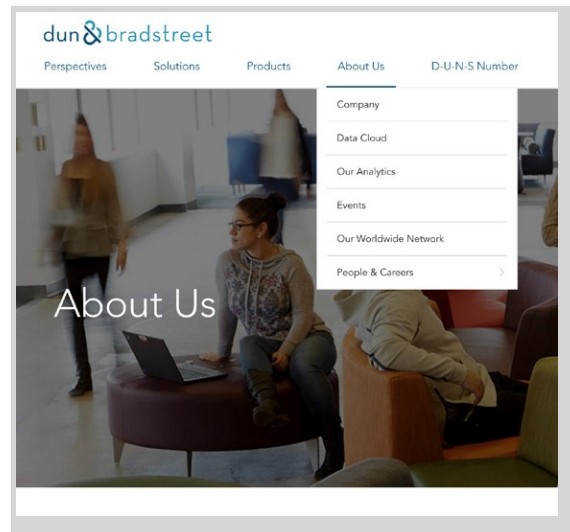


Abb. 2 - Aktualisierter Header

Verbesserung der Suchfunktion

Im Mittelpunkt der digitalen Strategie von Dun & Bradstreet steht die Möglichkeit für ihre Nutzer, nach Unternehmensinformationen und Bonitätsberichten auf dnb.com zu suchen. Bei der aktuellen Neugestaltung ihrer Website wurde das Suchfeld aktualisiert und enthält nun eine Schaltfläche, mit deren Hilfe der aktuelle Suchbegriff gelöscht werden kann – mit einem „x“ rechts neben der Texteingabe. In Nutzertest schien diese neue Funktion die Testpersonen zu verwirren.

Analysten bei Dun & Bradstreet nutzten Decibel, um:

- 1 ein Ziel für Website-Besucher zu erstellen, die mit der neuen Schaltfläche „Suche löschen“ interagiert haben
- 2 ein Segment von Besuchern erstellen, die dieses Ziel erreicht haben
- 3 Session-Wiedergaben für Besucher innerhalb des Segments anzusehen

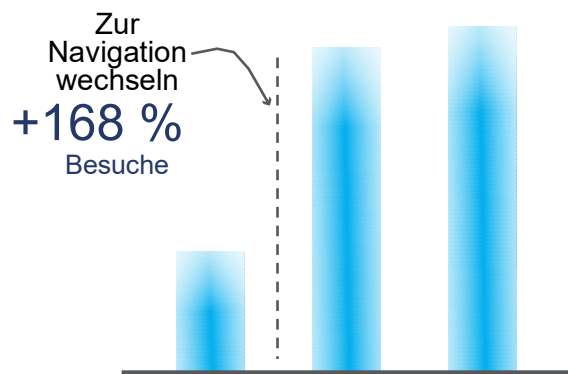
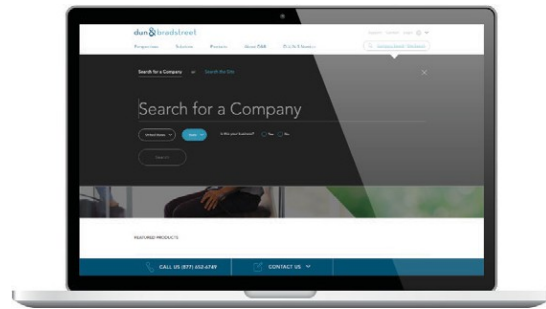


Abb. 3 - Traffic zum Bereich Stellenangebote

Die Erkenntnisse von Decibel bestätigten die Ergebnisse des Small-Scale-Nutzertests – die Besucher klickten tatsächlich die neue Schaltfläche „x“ mit der Absicht an, die Suche zu beenden, statt die aktuelle Sucheingabe zu löschen. Daraufhin nahm Dun & Bradstreet einfache Änderungen vor, um die Erfahrung ihrer Nutzer mit diesem On-Page-Element zu verbessern - die Funktion der Schaltfläche „x“ wurde auf Beendigung der Suche aktualisiert und zu einer logischeren Position auf der Seite auf Basis ihrer Funktion verschoben.



Integration mit Adobe Target

Dun & Bradstreet hat als Nutzer von Adobe Marketing Cloud die Zwei-Wege-Integration von Decibel mit Adobe Target eingesetzt. Demzufolge ist ihr Analyse- und Optimierungsteam in der Lage, Zielgruppensegmente in Decibel auf Basis der Testvarianten zu erstellen, die den Besuchern über Adobe Target bereitgestellt wurden – und aussagekräftige Berichte über die daraus resultierenden Nutzererfahrungen zu erstellen.

„Dies gibt uns die Möglichkeit, die Kundenerfahrung zu verstehen, wie dies kein anderes Tool in unserem Technologie-Stack kann.“

+168 %
Anstieg

Über Decibel

Decibel bietet Echtzeit-Informationen, die es Unternehmen ermöglichen, die Online-Erfahrungen von Kunden zu messen und zu verbessern - und zwar nach einer festen Skala.

Als Pionier der weltweit ersten Technologie, die speziell für die Quantifizierung von Erfahrungen entwickelt wurde, erfasst die Digital-Experience-Intelligence-Plattform von Decibel einzigartige Erfahrungsdaten, die durch maschinelles Lernen angereichert werden, um die digitale Körpersprache zu offenbaren, den Gemütszustand des Nutzers zu verstehen und Problembereiche auf Ihrer Website, in Web-Anwendungen und nativen Apps zu lokalisieren.

Preisgekrönte Unternehmen wie LEGO, General Motors, British Airways und AllState Insurance nutzen Decibel, um digitale Erfahrungen zu grundlegend zu verändern, Kundentreue zu fördern und ihr Geschäft auszubauen. Weitere Informationen finden Sie unter www.decibelinsight.com.