

Newsletter

Unternehmenswebsite im neuen Look

Nr. 010

15.09.2018



Seit Anfang September ist die neue GROB-Homepage online. Wir haben mit der GROB-Marketingleiterin, Frau Marion Immerz, über die Hintergründe des neuen Internet-Auftritts und die Bedeutung der elektronischen Medien für GROB gesprochen.

Frau Immerz, als GROB im Jahre 2012 mit einer komplett neuen Homepage online ging, war es eine der modernsten Webseiten in der Branche „Werkzeug- und Maschinenbau“. Was ist Ihr aktueller Anspruch an den neuen Internetauftritt?

Marion Immerz: Natürlich haben wir uns mit unserem Relaunch hohe Ziele gesetzt. Uns war es sehr wichtig, wieder eine moderne und grafisch anspruchsvolle Homepage zu gestalten. Wir wollen in erster Linie die Besucherzahl auf unserer Website durch eine attraktivere Präsentation der Themen und eine einfache Benutzerführung steigern. Zudem sollen unsere Produkte und die aktuellen Themen bei GROB noch stärker in den Vordergrund rücken, sodass der Websitebesucher über verschiedenste Wege zu seinen gewünschten Informationen gelangt.

Was waren die Ziele für den Website-Relaunch?

Neben der Modernisierung des Designs durch die Stärkung von Grafik- und Bildelementen, standen in erster Linie technische Verbesserungen im Vordergrund. Dazu gehörten das responsive Anpassen aller Inhalte und die fehlerfreie Darstellung auf allen Browsern und Geräten. Auch wollten wir den Website-Besuchern unterschiedliche Wege anbieten, sich über das GROB-Produktportfolio zu informieren. Des Weiteren wurden die Ladezeit, die Sicherheit und die Barrierefreiheit der Homepage optimiert. Mit all diesen Maßnahmen erhoffen wir uns eine Verbesserung der Usability und Verweildauer, eine Steigerung der Besucherzahlen und eine



starke Präsentation im Wettbewerbsvergleich. Darüber hinaus ging es uns aus Unternehmenssicht auch um eine verbesserte Darstellung der zukünftigen Unternehmensausrichtung.

Was ist neu am GROB-Internetauftritt 2018?

Zuerst fallen natürlich das moderne Design und eine großzügige Text-Bild-Sprache auf. Neben diesen gestalterischen Elementen war uns besonders wichtig, die neuen Entwicklungen und Veränderungen innerhalb unseres Unternehmens und seiner Produkte aufzuzeigen. Als wir zum Beispiel 2012 online gingen, waren in unserem Unternehmen Themen wie Industrie 4.0, Digitalisierung oder Elektromobilität eher Randthemen. Das hat sich bei GROB bereits vor einigen Jahren sehr geändert. Heute stehen sie neben dem traditionellen System- und Universalmaschinen-geschäft im zentralen Fokus und konnten schließlich mit dem Relaunch der Homepage entsprechend gewürdigt werden.

Welche Zielgruppe wollen Sie in erster Linie mit der GROB-Homepage ansprechen?

Unsere Zielgruppe ist weit gestreut. Im Fokus stehen natürlich unsere Kunden, sowohl Bestands- wie auch Neukunden aus den verschiedensten Branchen. Ferner möchten wir mit unserer Homepage Bewerber, Banken und auch die eigenen Mitarbeiter erreichen und über neueste Entwicklungen in unserem Unternehmen berichten.

Sie haben auch Bewerber angesprochen. Wie läuft die Online-Bewerbung bei GROB ab?

Über den Bereich Karriere gelangt man direkt zu unseren aktuellen Stellenangeboten, sortiert nach den weltweiten GROB-Standorten. Je nach Standort werden den Interessenten, aufgegliedert nach Unternehmensbereich offene Stellen angezeigt. Über die Verlinkung der Stelle zum Bewerberportal können Interessenten ihre Bewerbung direkt an unsere Personalabteilung übermitteln, was eine schnelle Bearbeitung der Bewerbungsunterlagen garantiert.

Was sind weitere Highlights der neuen GROB-Homepage?

Weitere Highlights der neuen GROB-Homepage sind unsere Landingpages zu jedem Produkt mit ihren detaillierten, technischen Informationen, Anwendungsbeispielen, Animationen und Filmen. Interessant ist auch die Übersicht über alle Serviceleistungen, vom 24/7 Support, der Materialversorgung, der Maschinenüberprüfung bis hin zur Kundens Schulung. In der Rubrik



„Aktuelles“ berichten wir über neueste Entwicklungen bei GROB. Ferner gibt es jetzt eine intuitive Standortsuche mit ausführlichen Kontaktinformationen und Anfahrtsbeschreibungen.

Welche sozialen Medien bedient GROB und welche Bedeutung haben sie für das Unternehmen?

GROB konzentriert sich auf die für die Branche wichtigsten sozialen Medien wie YouTube, WeChat und die Branchenplattform IndustryArena. Hier finden Interessenten neueste Bearbeitungsvideos, Maschineninformationen und Newsmeldungen zum Unternehmen. Zudem bieten die Plattformen die Möglichkeit, Informationen mit unserer Website zu verlinken und somit eine höhere Reichweite zu erzielen.

Mit welchen weiteren elektronischen Medien arbeitet GROB?

Im Herbst letzten Jahres wurde auf der EMO der neue Webshop GROB⁴Care online geschaltet, mit dem GROB-Maschinenkunden neben Stücklisten und Zeichnungen kundenindividuelle Informationen, wie aktuelle Verfügbarkeiten von Ersatzteilen an den GROB-Standorten bereitgestellt werden. Dieser Webshop ist auch mit unserer neuen GROB-Website verknüpft, sodass der Kunde alle Medien über unsere Homepage zentral erreichen kann.

(654 Wörter – 5.014 Zeichen)