

SKO-Erfolgsgeschichte: Ein ganzheitlicher Blick über mehrere Kanäle mit nexoya

HERAUSFORDERUNGEN

- zeitraubender Prozess der Datenaggregation und Berichterstellung
- zeitaufwändige regelmäßige Überwachung aller relevanten Marketing-Kennzahlen
- fehlender Überblick über verschiedene Kanäle und Sprachen

DIE LÖSUNG VON NEXOYA

Mit der nexoya-Plattform kann die SKO nun ihre Daten aggregieren, ihren Reporting-Prozess automatisieren sowie ihre KPIs einfacher überwachen.

Zusätzlich ermöglichen Funktionen wie das Erzeugen kundenspezifischer KPIs es dem Team, das Tool an die Marketingstruktur anzupassen und eigene Indizes zur Erfolgsmessung zu schaffen.

Zudem kann die SKO die Leistung ihrer Kampagnen über Kanäle hinweg in beiden Regionen einfach verfolgen. Von nun an hat die SKO einfachen Zugriff auf all ihre Metriken, kann mit wenigen Klicks mit deren Analyse beginnen und sogar unternehmensweite prädiktive Analysefunktionen auf Knopfdruck nutzen.

WICHTIGSTE VORTEILE

- Reporting-Methoden mit KPI- und Funnel-Berichten, die Zeit und Energie sparen und Raum dafür lassen, sich auf die Umsetzung von Strategien zu konzentrieren
- Kontinuierliche Überwachung von KPIs und prädiktive Analysen für wichtige Kampagnen
- Eine ganzheitliche Sicht der Marketing-Aktivitäten über mehrere Kanäle hinweg mit einer Plattform, die alle Daten, Aktivitäten und möglichen Erkenntnisse an einem Ort zusammenfasst



Unternehmen im Überblick

- Unternehmen: SKO
- Branche: Independent network
- Hauptsitz: Zürich & Lausanne
- Grösse: 10000+
- Typ: Nonprofit management organization
- Optimierte Marketing Kanäle: Facebook, LinkedIn, Google Analytics, YouTube, Twitter, Google Ads



“Die manuelle Erstellung von Berichten hat uns Stunden gekostet – mit nexoya sehen wir die Berichte mit einem Klick.“



Jeannette Häslar Daffré
Leiterin Kommunikation bei der SKO