

Die Erfolgsgeschichte von Kardex: 40% Zeitersparnis für Reporting und Datenanalyse

HERAUSFORDERUNGEN

- Enorme, in Excel aggregierte Datenmengen
- Datenanalyse und Reporting zeitaufwendig und fehleranfällig
- Sehr schwer zu aggregierende Daten
- Trennung zwischen verschiedenen Marketing-Channels

DIE LÖSUNG VON NEXOYA

Dank des Marketing-Funnel-Features von Nexoya konnte Kardex in kürzester Zeit sein umfassendes operatives Framework implementieren und begann die Nachverfolgung der Lead Journey mit einem vordefinierten siebenstufigen Funnel.

Anstelle von Stunden dauerte es mit Nexoya nun nur noch Sekunden, um einen individuellen Report zu erstellen. Es wurde für das Team viel einfacher, die Performance der Kampagnen zu analysieren und mögliche Probleme und Engpässe im Marketing-Funnel zu identifizieren.

WICHTIGSTE VORTEILE

- Alle Daten leicht zugänglich an einem Ort
- Vereinfachtes Reporting
- Ganzheitliche Sicht über mehrere Channels hinweg
- Implementierung eines umfassenden operativen Frameworks zum Tracken der Lead Journey
- Senkung der operativen Marketingkosten um 40%



Unternehmen im Überblick

- Unternehmen: Kardex
- Branche: Logistics
- Hauptsitz: Zürich
- Grösse: 1,900
- Typ: Corporation
- Optimierte Marketing Kanäle: Facebook, LinkedIn, Salesforce, Hubspot, Semrush, Google Analytics, Youtube, Twitter, Google Ads, GotoWebinar



"Insgesamt konnten wir mit nexoya den Gesamtaufwand für Marketing-Maßnahmen um 40 % reduzieren..“



Hanspeter Schielly

Director of Digital & Online Marketing bei Kardex