



Success Story

Maßgeschneiderter MVP für PERI:
Mit Onlineplattform und 3D-
Konfigurator neue Märkte erschließen

KUNDE PERI GmbH

BRANCHE Schalungs- und Gerüsttechnik

LEISTUNGSBEREICH Strategie, CMS, UXD, Digitalmarketing

PROJEKTZEITRAUM August 2019 – April 2020

TECHNOLOGIE Webflow (CMS), Sketchfab (3D-Konfigurator),
Google Analytics, Google Data Studio

Über PERI

Die PERI GmbH wurde 1969 in Weißenhorn zwischen Ulm und Augsburg gegründet. Seit über 50 Jahren steht das Familienunternehmen für Innovationen in der Baubranche.

PERI hat sich auf Schalungs- und Gerüsttechnik spezialisiert und viele Techniken entwickelt, die bei großen Bauprojekten rund um den Globus zum Einsatz kommen. Dadurch wird die Errichtung von Architekturen ermöglicht, die vor wenigen Jahren noch undenkbar gewesen wären.

Weltweit hat das Unternehmen zahlreiche Niederlassungen, etwa 70 Tochtergesellschaften, 160 Lagerstandorte und fast 10.000 Mitarbeiter. Im Jahr 2018 betrug der Umsatz 1,56 Milliarden Euro.

PERI zählt zu den international größten Herstellern und Dienstleistern seiner Branche und folgt unbeirrt seiner Mission, die Arbeit am Bau wirtschaftlicher, schneller und sicherer zu machen.

Mit digitalen Lösungen neue Märkte erobern

Im Frühjahr 2019 wandte sich PERI mit einer Herausforderung an dotSource: Das Unternehmen agiert seit Jahrzehnten vor allem im Großkunden- und Großprojektgeschäft. Nun wollte man auch eine Lösung für Bauunternehmen mit bis zu 20 Mitarbeitern schaffen, da auch hier der Markt weltweit groß ist.

Ziel war es daher, eine kompakte digitale Lösung zu erarbeiten, mit der auch kleinere Kunden die moderne und sichere Gerüst- und Schalungstechnik von PERI für ihr Baugeschäft beziehungsweise Bauvorhaben nutzen können.

Ganz bewusst sollte diese digitale Lösung dann nicht sofort global live gehen, sondern als sogenanntes Minimum Viable Product (MVP) realisiert werden.

Somit sollte in relativ kurzer Zeit und mit geringem Aufwand eine funktionierende Lösung entwickelt und die damit getroffenen Annahmen über die neue Zielgruppe und deren Nachfrage getestet werden. Um den Aufwand zu minimieren und gleichzeitig Insights zu generieren, wie die potentielle Lösung von kleinen Unternehmen angenommen wird, wurde das MVP mit zwei PERI-Ländergesellschaften entwickelt: Ungarn und Dänemark.



Dank agilem Projektmanagement zum maßgeschneiderten Produkt

»Die Zusammenarbeit auf Augenhöhe und die stete Bereitschaft, sich in ganz neue Systeme einzuarbeiten, beeindruckten uns an dotSource. Mit dem interdisziplinären Team aus Strategie, Digitalmarketing, Softwareentwicklung und User-Experience-Design konnten wir von Beratung und Umsetzung aus einer Hand profitieren.«

Adrian Thomas, Head of E-Business, PERI GmbH

Da PERI in einen neuen Markt vordringen wollte, herrschte zu Beginn eine hohe Unsicherheit über den Erfolg des Projektes. Schnell wurde klar, dass nur ein agiles Vorgehen dabei helfen konnte, diese Unsicherheit Schritt für Schritt abzubauen und schnell auf die unterschiedlichen Gegebenheiten der Länder reagieren zu können. Es wurde also zunächst ein agiler Projektplan aufgestellt und damit begonnen, exemplarische Proto-Personas zu erarbeiten, um die Zielgruppe zu definieren.

In einem nächsten Schritt wurden zielgruppenspezifische Interviews geführt, um die Herausforderungen der kleinen Unternehmen zu identifizieren. Gleichzeitig sollten aber auch die vorab getroffenen Annahmen über die Zielgruppe überprüft und letztlich Ansatzpunkte (zum Beispiel aktuelle Probleme der Bauunternehmer) für potenzielle Lösungen identifiziert werden. Diese Interviews wurden in den jeweiligen Ländergesellschaften durchgeführt und gemeinsam ausgewertet.

Im Anschluss konnte für die PERI-Ländergesellschaft in Ungarn bereits im November 2019 ein Ideation Workshop stattfinden. In diesem wurde die Zielgruppe und deren Customer Journey auf Basis der gesammelten Informationen weiter spezifiziert. Parallel wurde mittels Live-Prototyping eine potenzielle digitale Lösung erarbeitet. Somit entstand bereits in einer sehr frühen Projektphase ein erster Website-Entwurf und es war möglich, den Gegenstand des MVPs (Produkt, Kauf vs. Miete, Inhalte, etc.) zu konkretisieren.

In diesem Zusammenhang zeigte sich, dass man sich zunächst auf das Produkt »Gerüst« fokussieren wollte und dass es eines 3D-Konfigurators bedürfen würde, um einen tatsächlichen Mehrwert zu bieten und möglichst viele Kunden für die Gerüstlösung zu begeistern. Entsprechend wurde bis Jahresende an der Systemauswahl sowohl für einen geeigneten 3D-Konfigurator als auch für das CMS der Website gefeilt. Hierbei entschied man sich nach ausgiebiger Analyse für Webflow als CMS und Sketchfab als Grundlage des Konfigurators.

Erstellung des ungarischen MVP

Im Januar 2020 wurde auf Basis des Prototypen, der im Ideation Workshop entwickelt wurde, mit der konkreten Umsetzung des ungarischen MVPs begonnen und eine kompakte Website mit integriertem Konfigurator erarbeitet. Die Daten für das 3D-Modell wurden dabei von PERI geliefert und von einer externen Agentur für den Konfigurator aufbereitet.

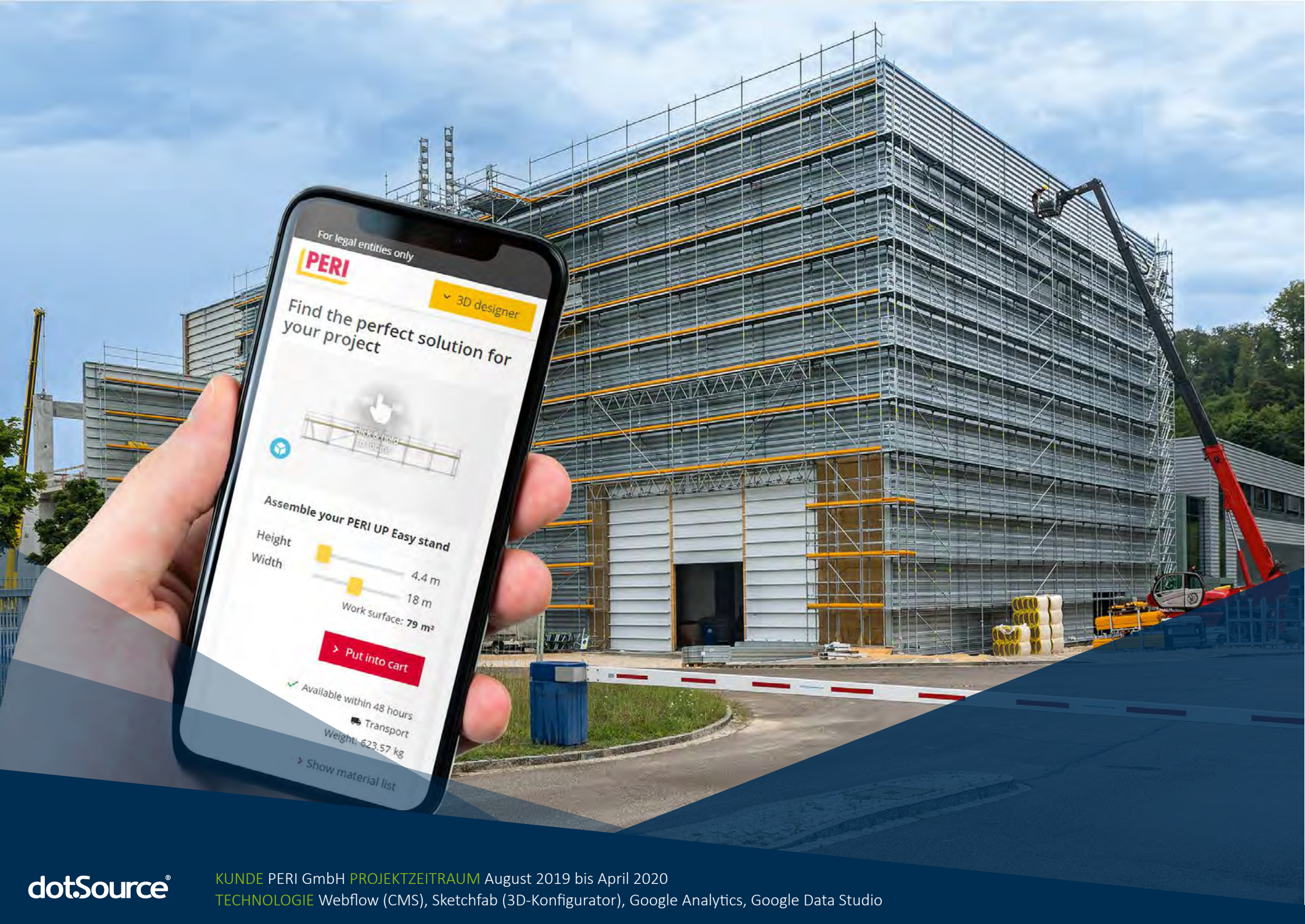
Die Website verschafft den ungarischen Kunden fortan ideale Möglichkeiten, sich unkompliziert ein PERI UP Easy Gerüst selbst zusammenzustellen und diese Konfiguration über ein entsprechendes Formular an PERI zu senden. Zur Kaufabwicklung nimmt PERI dann direkt Kontakt mit dem Kunden auf.

Neben dem Konfigurator wurden zudem vertrauensbildende Inhalte im Sinne zeitgemäßen Content Commerce in die Website integriert: Testimonials und Referenzen sind ebenso prominent platziert wie Kontaktmöglichkeiten zur persönlichen Beratung.

Da die Website allein nicht den Erfolg des Projektes sichert, wurden im Rahmen eines Workshops, der parallel zur Konzeption und Programmierung der Website stattfand, Digitalmarketing-Maßnahmen entwickelt.

Ziel dieses Workshops war es, auf die Gewohnheiten und Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnittene Maßnahmen zu entwickeln, die für mehr Sichtbarkeit der Website sorgen. Um eine länderspezifische Umsetzung zu gewährleisten, wurde der Maßnahmenplan Ende Januar 2020 an eine lokale Agentur übergeben, die das operative Geschäft auf ungarisch managt.

Im Frühjahr 2020 ging der MVP für Ungarn live. Auf Basis vorher definierter Kennzahlen sowie einem auf die Bedürfnisse von PERI zugeschnittenen Tracking wird nun der Erfolg der Lösung getestet. Parallel dazu erfolgte die Umsetzung des MVP für den dänischen Markt: Hier sollen die Gerüste nicht zum Kauf, sondern zur Miete angeboten werden. Prinzip und Design der Website aber ähneln der ungarischen Variante sehr stark.



Digitale Testballons mit hoher Aussagekraft

Mit dem MVP hat dotSource für PERI in nur acht statt der ursprünglich geplanten zwölf Monate eine digitale Lösung für eine neue Zielgruppe entwickelt. Dank des MVP-Ansatzes geht der Gerüsthersteller ein überschaubares unternehmerisches Risiko ein und sammelt zudem wertvolle Daten, die zeigen, ob sich der innovative Ansatz lohnt, PERI-Produkte auch an kleinere Bauunternehmen zu verkaufen und zu vermieten.

Mit der 3D-Konfiguration seiner Gerüste schafft das süddeutsche Unternehmen für kleine und mittelgroße Bauunternehmen in bestimmten Regionen – und perspektivisch weltweit – einen besonderen Mehrwert.

Die Online-Konfiguration der Gerüste kann und soll die anspruchsvolle Planung eines Ingenieurs nicht ersetzen, aber wiederkehrende Abfolgen lassen sich so mit

geringerem Aufwand planen – und das ist wie gemacht für kleinere und mittelständische Baudienstleister.

Die Website hat ein ansprechendes Design, ist mobil optimiert und punktet mit zielgruppenorientierter Nutzerführung sowie einem für die PERI-Mitarbeiter leicht zu bedienendem CMS im Hintergrund. Der neuartige 3D-Konfigurator für die Planung schließt eine Lücke in einer Branche, in der bislang relativ wenig digital vorausplanbar war. Dadurch, dass Aufträge online zwar konzipiert, aber nur nach persönlicher Rücksprache abgeschlossen werden können, steht die Website auch nicht in Konkurrenz zum Kernvertrieb, sondern hilft den Vertriebsmitarbeitern vielmehr, noch kundenzentrierter agieren zu können.



Fazit

Als weltweit auf Großbaustellen agierendes Unternehmen, wollte PERI mithilfe einer digitalen Lösung in zwei europäischen Ländern den Markt für den Verkauf und die Miete von modernsten Gerüst- und Schalungssystemen auch an kleinere Bauunternehmen testen. Neben der Konzeption, Systemauswahl (CMS, 3D-Konfigurator) und dem Design der Website, die bewusst als MVP zu verstehen ist, übernahm dotSource auch die Beratung in Sachen Strategie und Digitalmarketing. Zunächst wurde dies als käufliche Lösung für Ungarn, dann als mietbare Lösung für Dänemark umgesetzt, um nun wertvolle Insights zu generieren.

Durch die Zusammenarbeit mit dotSource entstanden PERI zusammengefasst folgende Mehrwerte:

- Kundenzentrierung durch Interviews
- agiles Projektvorgehen: jederzeit Anpassung an Gegebenheiten möglich
- schneller MVP in Time, Scope and Budget
- über die Website mit einem neuartigen Konfigurator wird wertvolles Nutzerfeedback generiert
- Sichtbarkeit durch Digitalmarketing garantiert
- Entscheidungen über den weiteren Verlauf des Projekts nun datengetrieben möglich

Über uns

dotSource, das sind über 300 Digital Natives mit einer Mission: Kundenbeziehungen digital zu gestalten. Unsere Arbeit entspringt der Verbindung von Mensch, Raum und Technologie.

Seit 2006 unterstützen wir Unternehmen bei der digitalen Transformation. Ob E-Commerce- und Content-Plattformen, Kundenbeziehungs- und Produktdatenmanagement oder Digitalmarketing und künstliche Intelligenz: Unsere Lösungen sind nutzerorientiert und emotional, gezielt und intelligent.

Wir verstehen uns als Partner unserer Kunden, deren spezielle Anforderungen und Bedürfnisse ab der ersten Idee einfließen. Von der Strategieberatung und Systemauswahl über Branding, Konzeption, UX-Design und Conversion-Optimierung bis zum Betrieb in der Cloud – gemeinsam entwickeln und realisieren wir skalierbare Digitalprodukte. Dabei setzen wir auf New Work und agile Methoden wie Scrum oder Design-Thinking.

Unserer Kompetenz vertrauen Unternehmen wie Esprit, EMP, BayWa, Axel Springer, hagebau, C.H.Beck, Würth und STABILO.

Mit unserem Weblog Handelskraft.de, dem jährlich erscheinenden Trendbuch und der Handelskraft Konferenz vernetzen wir Branchen-Know-how und informieren über die aktuellen Chancen und Entwicklungen digitaler Markenführung. Um Fach- und Führungskräfte umfassend auf die unternehmerischen Herausforderungen der digitalen Welt vorzubereiten, haben wir gemeinsam mit der Steinbeis Technology Group 2015 die Digital Business School ins Leben gerufen.

Mit unseren innovativen Lösungen konnten wir uns als eine der führenden Digitalagenturen im deutschen Sprachraum etablieren und gehören inzwischen zu den Top 10 der erfolgreichsten Unternehmen der Branche.

K5ILIGA



DIGITAL SUCCESS RIGHT FROM THE START.

Kontakt

Head Office Jena
Goethestraße 1
07743 Jena

Office Berlin
Hardenbergstr. 9
10623 Berlin

Office Leipzig
Hainstr. 1–3
04109 Leipzig

Fon +49 (0) 3641 797 9000
Fax +49 (0) 3641 797 9099
Mail info@dotSource.de