

METRO Cash & Carry Deutschland launcht optimierte Webseite mit Sitecore

Klar strukturiert, responsiv und suchmaschinenoptimiert: Der Handelsriese METRO launcht rundum überarbeitete, in Teilen personalisierte Webseite im Kernmarkt Deutschland auf Basis der Sitecore Experience Platform.

Bremen, 02.12.2015 – METRO Cash & Carry Deutschland, eine Vertriebslinie der METRO GROUP, hat ihre Website www.metro.de überarbeitet und mit der Sitecore Experience Platform auf eine neue technische Basis gestellt. Nutzer profitieren von zahlreichen Neuerungen:

Responsive Design und automatische Device-Erkennung für ein perfektes Erlebnis auf allen Geräten

Rund ein Drittel der Zugriffe auf die METRO-Webseiten erfolgt heute bereits mobil mit Smartphone oder Tablet. Durch die Umsetzung von metro.de im Responsive Design sowie die automatische Geräteerkennung von Sitecore passen sich die Webseiten und deren Inhalte flexibel an die jeweilige Bildschirmgröße des genutzten Geräts an.

Reduzierte Struktur und frischer Content machen metro.de für Nutzer und Suchmaschinen attraktiver

Das Team Online-Marketing hat die METRO-Webseite kräftig aufgeräumt, alte Inhalte rausgenommen, überarbeitet und neu zusammengeführt. Durch die neue Struktur der Navigation sind die Seiten zudem klarer und besser verständlich – und das sowohl für Suchmaschinen, was sich bereits positiv auf die Ergebnisse bei Google und die Klickraten auswirkt, als auch für die Besucher der Seiten.

Angebote für Zielgruppen und Personalisierung steigern Relevanz der dargestellten Inhalte

Die neue metro.de bietet relevantere Inhalte für jeden Nutzer. „Ob deutsche und italienische Restaurants, Metzger, Kiosk-Besitzer, Vereine oder Genießer – jede Kundengruppe benötigt auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnittene Inhalte und Angebote. Insbesondere, da sich immer mehr Nutzer mit dem kleinen Display ihres Mobilgeräts auf metro.de informieren“, erklärt Kathrin Niehaus, Leiterin Online-Marketing METRO Cash & Carry Deutschland. Unter der neuen Rubrik „Meine Branche“ sind auf Kundengruppen zugeschnittene Angebote zusammengefasst. Italienische Restaurants finden dort spezielle Sortimente wie italienische Spirituosen, Pasta-Großpackungen oder individuell-kreierbare Pastasorten, während Vereine Angebote erhalten, die speziell auf das Vereinsleben und Veranstaltungen zugeschnitten sind. Zudem sind weiterführende Serviceangebote wie elektronische Trainings zu bestimmten Fachgebieten direkt abrufbar. Durch GEO-Targeting werden Kunden zudem anhand ihrer

Standortdaten mit für sie relevanten regionalen Angeboten versorgt. So sehen Kunden, welche die METRO-Webseite von München aus aufrufen, teilweise andere Angebote, Inhalte und Ansprechpartner als ein Nutzer in Hamburg oder Berlin. „Auf diese Weise sparen Besucher viel Zeit und Aufwand bei der Suche nach den für sie passenden Informationen“, so Kathrin Niehaus. „Wir planen metro.de zukünftig mit weiteren Funktionen noch kontextbasierter zu gestalten und die Webseite stärker mit unseren anderen Kanälen wie E-Mail zu vernetzen. Die Plattform bringt uns eine deutliche Zeitersparnis bei der Erstellung neuer Webseiten und der Pflege und Überarbeitung bestehender Inhalte. Obwohl sie funktionell sehr mächtig ist, können unsere Teams sehr gut und intuitiv damit arbeiten“, sagt die Leiterin Online-Marketing. Formulare können von den Redakteuren mit wenigen Klicks eigenständig erstellt werden. Templates sind zentral vorgegeben und werden für sämtliche globalen Webseiten von METRO einheitlich genutzt. Und selbst die Personalisierung von Webseiten erfordert keinerlei Programmierkenntnisse.

Marc O. Schneider, Vice President Sales von Sitecore (DACH Region), dem globalen Marktführer für Content- und Customer-Experience-Management-Software, erklärt: „Rund 120.000 Mitarbeiter an über 750 Standorten in 26 Ländern – und vier Millionen registrierte Kunden alleine in Deutschland. METRO Cash & Carry hat sich zum international führenden B2B-Handelsunternehmen entwickelt. Wir sind stolz darauf, dass solch ein Schwergewicht im Handel für sein globales Experience Management auf Sitecore setzt. Es ist heute erfolgsentscheidend, Nutzer auf allen Geräten und an allen Touchpoints zu überzeugen – und genau das ist mit Sitecore einfach möglich.“



The screenshot shows the homepage of the METRO Berlin-Berolina website. At the top, there is a navigation bar with 'YOU & METRO' and a search bar. Below this is a main banner for 'FANGFRISCHE VIELFALT AUS ALLER WELT.' featuring fresh fish and the text 'DIE FRISCHFISCH EXPERTEN' with 'SEIT 20 JAHREN'. The page is divided into several sections: 'Angebote' (Offers) with product images and prices, 'Produktwelten' (Product Worlds) listing categories like Fleisch, Gemüse, and Wein, and 'Services' including HACCP and Lieferservice. There are also promotional tiles for 'Rechnungen online ansehen', 'Aktuelle METRO-Prospekte', and 'Bis zu 100 Euro sichern'. A footer section contains 'Noch kein METRO-Kunde?', 'METRO-Märkte', 'Newsletter', and 'Nützliche Links'.

Über Sitecore

Sitecore ist der globale Marktführer für Content- und Customer-Experience-Management-Software. Sitecore hilft Unternehmen dabei, relevante, überzeugende Interaktionen auf Webseiten, per E-Mail, mobil, in sozialen Medien und offline zu führen. Zielgruppen werden dadurch dauerhaft gebunden und aktiviert. Unternehmen können ihre Vertriebs- und Marketingziele leichter erfüllen. Mehr als 4.400 internationale Institutionen und Unternehmen nutzen Sitecore als Motor ihrer Kommunikation und ihres Marketings. Weitere Informationen: www.sitecore.de

Über METRO

METRO Cash & Carry ist ein international führendes Unternehmen im Selbstbedienungsgroßhandel mit rund 120.000 Mitarbeitern über 750 Standorten in 26 Ländern - kundenorientiert, international und innovativ. Das Konzept ist darauf ausgerichtet, die Kunden dabei zu unterstützen, ihr Geschäft erfolgreich zu betreiben. METRO Cash & Carry ist Teil der METRO GROUP, einem der international bedeutendsten Handelsunternehmen. Sie erzielte einen Umsatz von rund 59 Mrd. € im Geschäftsjahr 2014/15 . Das Unternehmen ist in 30 Ländern an mehr als 2.000 Standorten tätig und beschäftigt rund 230.000 Mitarbeiter. Weitere Informationen: www.metrogroup.de

Pressekontakt:

Marcus Bond, BOND PR-Agenten für
Sitecore Deutschland GmbH
Otto-Lilienthal-Strasse 25
28199 Bremen
Tel.: +49 - (0)30 - 209 85 073
E-Mail: marcus.bond@bond-pr.de
www.bond-pr.de