

read & hot

Digital? Klar!

Chrigel Hunzikers Herz schlug von der ersten Stunde an für die Digitalisierung. Als innovativer Unternehmer der Baubranche setzte er schon immer auf den technischen Fortschritt.

Seite
3

Seite **6**

Alle Marketingaktivitäten über eine Plattform –
Aletsch Arena

Seite **8**

Mit überzeugender Usability – die wichtigsten
UX-Trends

Seite **10**

Neue Kunden gewinnen – so gelingt es wirklich



Editorial

Gemeinsam stark

Liebe Unternehmerin, lieber Unternehmer

Sie haben es mitbekommen: Seit fast einem Jahr ist Chili Digital AG mit vereinten Kräften als leistungsfähiges Digitalisierungs-Unternehmen unterwegs. Mit unseren Kernkompetenzen Software-Entwicklung, Digital Marketing und Publishing können wir heute aus einer Hand alles für die digitale Transformation bieten.

Unser Softwareentwicklungs-Team weiss komplexe Softwaresysteme miteinander zu verbinden, um grosse Datenmengen zu managen und auch auf dem Gebiet der Marketing Automation haben wir geballtes Wissen an Bord.

Und weil man bekanntlich nicht nur Gutes tun, sondern auch darüber reden soll, halten Sie heute dieses neue Kundenmagazin in den Händen. Damit möchten wir Sie über interessante Projekte und Wissenswertes informieren. Ich wünsche Ihnen gute Lektüre.

Freundliche Grüsse

Roger Meili
CEO



Text: Stephanie Weiss
Fotos: Hunziker Partner AG

Das Winterthurer Unternehmen Hunziker Partner AG fällt mit seiner zukunftsorientierten Geschäftsführung auf. Schon vor mehr als 20 Jahren brachten die Handwerker der Gebäudetechnik-Firma ein Tablet mit auf die Baustelle, um ihre Leistungen und das benötigte Material zu erfassen.

Bereits seit den 80er-Jahren verfolgte die Hunziker Partner AG innovative Ansätze. So führte die Firma 1985 die digitale Projektbuchhaltung ein und bildete 1989 als erstes Schweizer Unternehmen Sanitärzeichner-Lehrlinge mit CAD (Computer-Aided Design) aus.



Digitalisierung stand immer weit oben auf der Agenda

Impressum

Herausgeberin: Chili Digital AG, Kreuzstrasse 5, 8400 Winterthur, +41 44 315 90 00, info@chili.ch, www.chili.ch

Konzept und Redaktion: Stephanie Weiss **Gestaltung:** Michèle Bareiss **Druck:** Koprprint AG, Alpnach Dorf
Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermassen für alle Geschlechter.



Die 1932 gegründete Hunziker Partner AG beschäftigt heute über 100 Mitarbeitende und zählt zu den Toplehrbetrieben der Schweiz.

Nicht nur in der Digitalisierung hatte die Winterthurer Firma die Nase vorn, auch in Sachen Nachhaltigkeit leistete sie Pionierarbeit. So führte sie 1992 das Hunziker Quality Management (HQM) ein, in dem bereits Richtlinien für nachhaltiges Arbeiten definiert wurden. Seit 2002 arbeitet die Firma CO₂-neutral.

Bereits vor der Jahrhundertwende kamen externe mobile Rechner zum Einsatz, mit denen der Sanitärinstallateur seine Arbeiten auf der Baustelle erfasst und ins Büro schickte. Dabei griff die Firma gerne auf massgeschneiderte Lösungen zurück, da Standardprodukte den Ansprüchen oft nicht gerecht wurden. Bei vielen dieser Projekte kam Chili Digital AG als langjährige Digitalisierungs-Partnerin ins Spiel. Für seine innovativen Ansätze gewann das Unternehmen etliche nationale und internationale Preise und Auszeichnungen.



Lust auf mehr Digitalisierung?

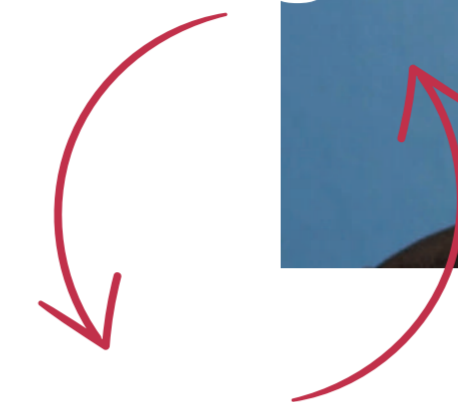
So gelingen die ersten Schritte in die digitale Zukunft auch wirklich:

- **Fachkundige Unterstützung:**
Holen Sie sich kompetente Begleitung ins Haus, um den digitalen Change aufzugleisen.
- **Vernetzung neu denken:**
Definieren Sie die Zusammenarbeit neu und schaffen Sie flache Hierarchien, um einen kreativen Prozess einzuleiten.
- **Kompetenzzentren schaffen:**
Bündeln Sie das Know-how und setzen Sie so Ihre Digitalisierungsstrategie konsequent um.
- **Schöpferischen Geist entwickeln:**
Verabschieden Sie sich von alten Denkmustern, entwickeln Sie Neugierde und Freude für die neuen Entwicklungen.

Erfahren sie mehr zu Individualprogrammierung in unserem eBook
Agile Softwareentwicklung



Nachgefragt!



Herr Hunziker, weshalb war es Ihnen immer wichtig, die Digitalisierung in Ihrem Unternehmen voranzutreiben?

Ich habe bereits in den Achtzigerjahren gesehen, dass sich mit den aufkommenden Computern grosses Potential bietet. Wir haben uns schon damals gesagt: Alles, was man mehr als einmal braucht, ist computereffizient. Unsere Motivation war nebst der Zeitersparnis die Lust auf Neues. Wir hatten auch beim CAD die Nase vorn. Es hat uns unglaublich Spass gemacht, zu sehen, dass wir mit der Digitalisierung effizienter arbeiten konnten. Natürlich ging zwischendurch auch mal etwas in die Hose, aber du lernst vorzu. Nebst der Effizienz war später die Durchlässigkeit ein wichtiger Aspekt. Heute ist von der Stundenerfassung bis in die Buchhaltung und Lohnabrechnung alles miteinander verbunden – da muss kein Mensch mehr etwas machen.

Welches waren für Sie die grössten Highlights auf diesem Entwicklungsweg?

Es war eigentlich nie so, dass etwas passierte, was wir vorher nicht erwartet hätten. Wir waren IT-mässig ständig am Ball und die kleinen Schritte brachten uns weiter. Als dann die ersten computergezeichneten Pläne herauskamen und man technische Berechnungen machen konnte, waren das schon gigantische Erlebnisse. Wir haben uns in diesen

Entwicklungsprozess eingebracht, indem wir unseren Software-Lieferanten Anstösse für weitere Entwicklungen gaben. Wir sind selber keine IT-Spezialisten und haben das gekauft, was auf den Markt kam. Irgendwann wollten wir massgeschneiderte Lösungen.

Worauf legten Sie bei der Wahl des Digitalisierungs-Partners Wert?

Wir kennen die Gründer der Chili Digital AG seit fast 30 Jahren und fühlten uns von Anfang an von ihnen verstanden. Bereits Ende der Neunzigerjahre haben sie das erste Intranet bei Hunziker Partner AG installiert. Gemeinsam haben wir immer gute Lösungen hinbekommen, mit denen wir unglaublich zufrieden waren, denn es hat immer funktioniert. Wenn der IT-Partner nicht versteht, was du machst, dann funktioniert es nicht oder nur schlecht. Chili Digital AG war immer ein guter Partner und entsprechend hoch ist unser Vertrauen.

Chrigel Hunziker ist Verwaltungsratspräsident bei Hunziker Partner AG, Hobbykoch, Buchautor und Winterthurer Urgestein. Sein Motto lautet: «Ich habe keine Arbeitszeit und keine Freizeit, ich habe nur Lebenszeit und darin mache ich alles.»



Den Überblick behalten

Text: Stephanie Weiss
Foto: Frédéric Huber

Verschiedene Business-Software-Systeme über eine einheitliche Plattform zu vernetzen – das wünschte sich die Aletsch Arena AG und fand mit ChiliDataHub® als zentrales System für personenbezogene Daten die ideale Lösung.

Das Gebiet rund um Riederalp, Bettmeralp und Fiesch-Eggishorn ist ein beliebtes Urlaubsziel, das eine Vielzahl von Outdoor-Erlebnissen anbietet. Das Herzstück bildet der imposante Aletschgletscher, der mit seiner Fläche von rund 78.5 km² ein beeindruckendes Landschaftsbild abgibt. Nicht umsonst gehört diese Region zum UNESCO-Weltnaturerbe.

Wagen Sie die digitale Transformation!

Der **ChiliDataHub®** bietet Unternehmen die Möglichkeit, die digitale Transformation professionell anzugehen und unterschiedliche Business-Software-Systeme über eine standardisierte Plattform zu vernetzen.



Einfaches, transparentes Servicemodell

Datenhosting in der Schweiz

Praktisch keine Einschränkungen der Datenformate



Alles zum **ChiliDataHub®**



Ben Müller
Projektleiter E-Business, Aletsch Arena

Das CRM-System erlaubt uns eine langfristige Verbesserung der Datenqualität, Steigerung der Servicequalität sowie die Durchführung von zielgerichteteren Marketingmassnahmen.

Die Aletsch Arena AG, welche dieses Tourismusgebiet vermarktet, wünschte sich eine umfassende Digitalisierungslösung, mit der unterschiedliche Business-Software-Systeme über eine standardisierte Plattform vernetzt werden können.

Einmalig wie die Aletsch Arena

Die Lösung dafür fand sich im ChiliDataHub®, einem einfachen und transparenten Servicemodell, mit

dem sich die Kundeninteraktionen vom Erstkontakt über den Verkaufsprozess bis hin zum Servicefall einfach managen lassen. Dabei gibt es fast keine Einschränkungen der Datenformate, die Anbindung von weit über 3'000 Applikationen ist problemlos möglich. Ein weiterer Vorteil ist das sichere Datenhosting in der Schweiz. Diese Lösung bietet zudem die Möglichkeit für eine HubSpot-Integration mit beliebigen Drittsystemen und der Anreicherung von HubSpot-Daten mit

Vertriebs- und ERP-Daten.

Die Vorteile dieses Systems überzeugen den Kunden. Nicht nur besteht eine automatisierte Synchronisation der Schnittstelle zwischen Drittanbietersystem und HubSpot, auch die Konfigurationen sind flexibel durchführbar.

Was nützt eine Website, wenn sie nicht nutzerfreundlich ist? Die User Experience (UX) trägt massgeblich zum Erfolg einer Website bei. Das UX-Design hat sich in den vergangenen Jahren zu einem zentralen Faktor bei der Entwicklung von Applikationen und Websites gemausert. Wir wagen einen Blick in die Zukunft und listen die UX-Trends für das Jahr 2022 auf.

Die User Experience beeinflusst die Art und Weise, wie Ihre Kundschaft Sie und Ihre Marke wahrnimmt. Ein schlechtes oder veraltetes Design wirkt sich negativ auf die Performance Ihrer Website aus – und damit auch auf Ihren Umsatz. Um mithalten zu können, sollten Sie stets ein Auge auf diese aktuellen UX-Trends haben:

Mobile first

Heute findet jeder zweite Internet-Seitenaufwurf über ein Mobilgerät statt. Mit einer nicht mobiltauglichen Website entgehen Unternehmen bis zu 50 % der möglichen Leads. Zudem straft Google mobilunfreundliche Websites beim Ranking ab. Im Jahr 2022 ist responsive Design ein Must!

Personalisierung ist Trumpf

Der Trend zur Personalisierung ist im UX-Design angekommen. Streamingportale wie Netflix und Spotify machen es vor: Die auf bestimmte Nutzerinteressen abgestimmten Inhalte sorgen für eine kontextbezogene User Experience und führen somit zu einer erhöhten Nutzung – und langfristig zu mehr Umsatz.

”

People tend to judge a book by its cover. This applies to many things in our world, including digital experiences. Visual design plays a key role in creating products with excellent aesthetics.

Nick Babich

Text: Fabian Graf

Mit diesem eBook wird Ihre Website zum einmaligen Erlebnis.
24 Tipps für ein userfreundliches UX-Design



Conversational Design

Rein visuelle Benutzeroberflächen sind out. Das sogenannte Conversational Design ermöglicht eine Konversation zwischen Nutzer und einem System. Typische Beispiele dafür sind Voicebots wie Siri oder Alexa. Aber auch schlichere Chatbots können die User Experience verbessern.

Mikrointeraktionen

Mit Mikrointeraktionen schafft die Website kleine Momente für die Interaktion mit den Usern. Die lebhaft erscheinenden animierten Objekte schaffen ein fesselndes Erlebnis, bei dem der Mensch im Mittelpunkt steht. Durch diese Nähe ist der User eher gewillt, länger auf der Website zu verweilen.

Mehr als nur gut aussehen

Die Kunst der Akquise

Neukundengewinnung ist ein aufwendiger Prozess, der jedes Unternehmen gleichsam fordert. Das veränderte Informationsverhalten der Konsumenten und gesetzliche Einschränkungen machen den Einsatz von klassischen Marketinginstrumenten immer schwieriger. Was es braucht, ist ein Umdenken, weg von Outbound-Aktivitäten hin zu Inbound Marketing.

Um sich zu informieren, verwenden Konsumenten von heute Google und nehmen erst dann mit einem potenziellen Lieferanten Kontakt auf, wenn der Kaufentscheid bereits gefällt ist. Diese beiden Erkenntnisse sind entscheidend für den Erfolg bei der Neukundengewinnung. Es muss erstens gelingen, bei den relevanten Suchanfragen in die vordersten Positionen zu gelangen, und zweitens muss Ihr Unternehmen früh im Kaufprozess sichtbar sein und einen relevanten Beitrag zur Entscheidungsfindung bieten. Genau hier steckt der Schlüssel zum Erfolg.

In sechs Schritten zu mehr Kunden. Damit der Erfolg bei der Akquise greifbar wird, sollten Sie systematisch diese Schritte verfolgen:

1. Persona definieren

Es reicht nicht, die Zielgruppe mit demografischen Merkmalen zu definieren. Sie sollten sich konkret mit dem «idealen Kunden» beschäftigen. Welche Herausforderungen hat dieser zu meistern, welche Fragen stellt er im Kaufprozess, welche Hilfsmittel können Sie ihm bieten?

2. SMART-Ziele setzen

Setzen Sie messbare und erreichbare Ziele. Diese sollten herausfordernd und dennoch motivierend und erreichbar sein. SMART steht für:

- S** = Spezifisch
- M** = Messbar
- A** = Ausführbar
- R** = Realistisch
- T** = Terminiert

3. Mehrwert für Persona definieren

Überlegen Sie sich, welchen Mehrwert Sie den potenziellen Kunden bieten wollen. Was ist die Unique Selling Proposition (USP), weshalb soll man bei Ihnen kaufen, wie lautet Ihre Kernbotschaft?

4. Dialogprozess gestalten

Ganz nach dem Prinzip «zuerst geben und dann nehmen» gestalten Sie zwei bis drei Offers, die Sie dem Interessenten kostenlos zur Verfügung stellen. Das könnte ein Whitepaper, eBook, Webinar oder ein «30-Tage-Test» sein. Nach dem Download erscheint eine Thank-you-Page mit Teaser für weitere Offers.

5. Köder auslegen

Damit der Dialogprozess in Schwung kommt, braucht es nun dynamischen Content, den Sie über Social Media und Newsletters verbreiten. Definieren Sie die Bedürfnisse der Personas und publizieren Sie regelmäßig Blogposts mit Call-to-Action-Buttons.

6. Messen und optimieren

Messen Sie den Erfolg Ihrer Aktivitäten. Als Benchmark können Sie sich folgende Werte merken:

- Website Visits: Leads = ein bis drei Prozent
- Landing Page Views: Downloads = 20 bis 40 Prozent

Sie werden sehen: Innerhalb dreier Monate erzielen Sie die ersten sichtbaren Erfolge.

Text: Roger Meili



Jetzt mehr Erfolg mit Inbound-Marketing.
Mit diesen 30 Tipps, Tricks & Ideen erreichen Sie mehr Leads



Motiviert – dynamisch – abenteuerlustig

Die Chili Küche

Gemeinsam in die digitale Zukunft –
nach diesem Motto ziehen die
drei Chili Digital Teams in Zürich,
Winterthur und Ljubljana an
einem Strick.

