

read & hot

Digitalisierung zu Ende denken

Die Profis von Sky-Frame schaffen nicht nur den Durchblick mit dem Einbau von rahmenlosen Fenstern, sondern sorgen für den digitalen Überblick über sämtliche Projekte – für sich und ihre Partner.

Seite
3

Seite **6**

veb.ch – alle Systeme und Prozesse über eine Plattform managen

Seite **8**

Das Beste miteinander verknüpfen – **der Best-of-Breed-Ansatz**

Seite **10**

Redesign der Website – wann ist der richtige Zeitpunkt?



Editorial

Haben Sie den Durchblick?

Liebe Unternehmerin, lieber Unternehmer

Alle reden von Digitalisierung. Die digitale Transformation ist jedoch unvollständig, wenn keine geeigneten Systemintegrationsstrategien vorhanden sind.

Um den grösstmöglichen Nutzen aus den technologischen Fortschritten zu ziehen, gilt es, die Digitalisierung zu Ende zu denken. Dafür braucht es nicht nur Know-how, sondern auch die richtigen Tools.

Unser Softwareentwicklungs-Team weiss komplexe Softwaresysteme miteinander zu verbinden, um grosse Datenmengen zu managen und gewinnbringend zu nutzen. Vor kurzem erlangte Chili Digital AG die Akkreditierung «HubSpot Custom Integration».

In dieser Ausgabe des Chili Digital Kundenmagazins erfahren Sie alles rund um die digitale Integration und erhalten anhand konkreter Kundenbeispiele einen Einblick in die praktische Umsetzung.

Ich wünsche Ihnen gute Lektüre.

Freundliche Grüsse

Roger Meili
CEO Chili Digital AG



Text: Stephanie Weiss
Fotos: Sky-Frame AG



Mit HubSpot CRM-Suite den Weltmarkt erobern

Die Profis für rahmenlose Schiebefenster begehen konsequent den Weg der Digitalisierung. Das Ziel: die erfolgreiche Positionierung eines Nischenprodukts im anspruchsvollen Weltmarkt. Der nächste Schritt in diese Richtung befindet sich in der Umsetzungsphase.

Sky-Frame arbeitet mit einem weltweiten Partner-Netzwerk zusammen. Damit die Vertriebspartner den Markt effizienter bearbeiten können und die Firma die Übersicht über die regionalen Märkte und Aktivitäten erhält, wird aktuell das CRM mit einer HubSpot Plattform ausgebaut.





Sky-Frame ist international führend auf dem Gebiet von rahmenlosen Schiebefenster-Systemen. Das Frauenfelder Unternehmen beschäftigt 120 Mitarbeitende.

Die Entscheidung fiel auf HubSpot, weil sich damit Möglichkeiten für Systemintegration und Marketing Automation bieten und das CMS überzeugt. Letzteres ist ein wichtiges Argument, geht es doch darum, gemeinsam mit zirka 100 lokalen Vertriebspartnern den Markt optimal zu bearbeiten. Ein überzeugendes Frontend sei wichtig, um die Motivation aller Involvierten zu erhöhen, sagt der Leiter digitale Transformation und ICT, Joel Ruh. Sky-Frame möchte mit diesem Schritt besser verstehen, was auf dem Markt passiert. «Woher kommen die Leads? Welche Architekten sind involviert und aus welchen Gründen gewinnen oder verlieren wir Projekte in den jeweiligen Regionen?» HubSpot erlaube es, diese wertvollen Informationen für die externen Partner auf einem gemeinsamen System zusammenzuführen.



Lust, die Digitalisierung zu Ende zu denken?

So entwickeln Sie eine gewinnbringende Integrationsstrategie:

- 1. Identifizieren** Sie die Geschäftsziele und definieren Sie die Ziele für die Integrationsstrategie.
- 2. Bewerten** Sie Ihre aktuellen Systeme und Prozesse, um Lücken oder verbesserungswürdige Bereiche zu identifizieren.
- 3. Skizzieren** Sie klar die Integrationsziele, die mit Ihren Geschäftszielen übereinstimmen.
- 4. Recherchieren** Sie Integrationslösungen, die zu Ihren Bedürfnissen passen.
- 5. Setzen Sie Prioritäten** bei den Integrationsbemühungen. Bestimmen Sie die Reihenfolge, in der Sie die verschiedenen Softwarelösungen integrieren werden.

Erfahren sie mehr zu Individualprogrammierung in unserem eBook **Systemintegration**



Nachgefragt!



Welchen Stellenwert spielt die Digitalisierung bei Sky-Frame?

Wenn wir nicht all unsere Prozesse radikal digitalisieren würden, hätten wir null Chancen auf dem Weltmarkt – davon sind wir überzeugt. Als Schweizer Firma mit einem Nischenprodukt international erfolgreich sein zu können, erfordert ein hohes Mass an Effizienz. Daher ist die Mehrheit unserer Strategieprojekte stark digital orientiert. Das ist eine Herausforderung, bei der wir uns fragen müssen: Wie viel können wir stemmen? Einerseits vom Change her, den dies nach sich zieht, aber auch physisch, denn die Projekte sind alle hochkomplex.

Welches waren für Sie die grössten Highlights auf diesem Entwicklungsweg?

Wir haben drei grosse Standbeine, wovon das erste ein hoch entwickeltes ERP-System ist, mit dem wir unsere Automationsprozesse in der Produktion optimieren. Da machen wir viel und sind gut integriert. Das zweite ist unser webbasierter Produkt-Konfigurator, mit dem unsere Vertriebspartner die Produkte fixfertig konfigurieren und Zeichnungen, Stücklisten etc. automatisiert generieren können. Da dabei möglichst alle Fehler eliminiert werden, handelt es sich eigentlich um ein riesiges Prüfsystem. Ein Baustein, der immer gefehlt hat und den wir jetzt angehen, ist die Optimierung des Vertriebs mithilfe einer HubSpot Plattform.

Wo sind Sie als Firma ganz besonders gefordert?

Die Herausforderung für Sky-Frame ist, in einem hochkomplexen indirekten Markt über ein weltweites Netz von Partnern erfolgreich zu sein und mit unseren Nischenprodukten wahrgenommen zu werden. Dazu braucht es auf der einen Seite progressives, modernes Marketing und der Wille, viel nach aussen zu investieren. Wir sind eine Metallbaufirma aus Frauenfeld – das Image muss Wirkung haben, damit wir erkannt und ernst genommen werden. Auf der anderen Seite braucht es einen hocheffizienten und feinfühligem Vertrieb und eine durchdachte Digital- und Integrationsstrategie sowie verlässliche Systeme. Alles andere wie Plattformen, Cloud, moderne Infrastrukturen und Prozesse gehören selbstverständlich dazu.

Joel Ruh ist Leiter digitale Transformation und ICT bei Sky-Frame AG. An seinem Arbeitgeber schätzt er den Willen und den Mut, neue Dinge zu wagen und die Digitalisierung unerschrocken anzugehen.

Kundenprozesse verknüpfen

Text: Stephanie Weiss

Der schweizerische Verband für Rechnungslegung, Controlling und Rechnungswesen (veb.ch) hat sich zum Ziel gesetzt, sämtliche Prozesse konsequent zu digitalisieren und miteinander zu verknüpfen.

Mit über 9'000 Mitgliedern ist veb.ch der grösste Verband für Rechnungslegung, Controlling und Rechnungswesen. Er engagiert sich für seine Mitglieder, organisiert Seminare, Lehrgänge sowie Netzwerkanlässe.

Für das Management der vielen unterschiedlichen Angebote, die Pflege der Mitglieder sowie die Verwaltung des Verbands waren unterschiedliche Systeme im Einsatz, die sich nicht miteinander verknüpfen liessen. Dies sollte sich ändern. Als die Kurs- und Seminarverwaltungs-Software in die Jahre kam und die Website auch etwas frischer und moderner daherkommen sollte, sah der Verband die Stunde der Digitalisierung gekommen.

Weit vorne auf der Wunschliste stand ein Marketing-Tool, mit dem sich sämtliche Kommunikationsaktivitäten modernisieren und bündeln liessen.

Die Entscheidung fiel auf eine neue Webseite auf Basis von HubSpot sowie den ChiliDataHub®. Mit diesem Schritt wurden das LMS MaxBrain, sowie die Kursverwaltungs-Datenbank welante, HubSpot und weitere Systeme auf einer Plattform zusammengeführt. Seither erlauben es die Serverless Functions, die Daten direkt von welante dynamisch zu übernehmen und aktuell anzuzeigen. Im Blog werden News sowie die laufenden Aktivitäten aus den Regionalgruppen

ausgespielt. Die Inhalte können einfach in die relevanten Social-Media-Kanäle distribuiert werden.

Die Kursbuchungen und sonstigen Verkäufe werden als Deals zurück in Hubspot CRM synchronisiert, sodass jederzeit eine 360° Sicht auf die Mitglieder vorhanden ist.



Marija Atanasova
Co-Leiterin Geschäftsstelle Finanzen
und Digitalisierung, veb.ch

Mit Chili Digital haben wir einen Partner an unserer Seite, der unsere Bedürfnisse versteht und uns kompetent berät. Bei diesem nicht einfachen Projekt wurde stets nach der besten Lösung für unser Unternehmen gesucht, ohne den Fokus aus den Augen zu verlieren.

Jetzt
Tickets für
VR-City Spektakel
gewinnen!



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.



Text: Roger Meili

Nur die besten Pferde im Stall

Viele Unternehmer beziehen ihre Software am liebsten vom gleichen Anbieter. Bei solchen All-in-One-Lösungen muss man oft Kompromisse eingehen. Eine clevere Integrationsstrategie ist, wenn Sie nur die jeweils beste Lösung herauspicken und diese mit den anderen Winnern verbinden. Die Rede ist vom Best-of-Breed-Ansatz. Richtig aufgeleitet verhilft diese Methode zu mehr Effizienz.



Der Best-of-Breed-Ansatz ist eine Geschäftsstrategie, bei der ein Unternehmen bedürfnisgerecht Softwarelösungen verschiedener Anbieter auswählt und miteinander kombiniert, um beste Ergebnisse für die Gesamtlösung zu erreichen. So werden die besten verfügbaren Werkzeuge im Bereich von ERP- oder CRM-Systemen mit anderen Softwarelösungen in einer Art Ökosystem miteinander verbunden. Damit lassen sich bessere Ergebnisse und eine höhere Effizienz erreichen. Diese Methode bedingt eine sorgfältige

Integrations-Planung. Eine wesentliche Herausforderung beim Best-of-Breed-Ansatz besteht darin, sicherzustellen, dass die ausgewählten Komponenten nahtlos integriert werden können. Zentral dabei sind die Entwicklung von Schnittstellen und die Nutzung der richtigen Integrationstechnologien.

Diese Vorteile bietet der Best-of-Breed-Ansatz:



Nur die Besten: Sie wählen flexibel und kompromisslos nur die am besten passenden Software-Komponenten oder Lösungen für all Ihre Geschäftsbereiche und den jeweiligen Anforderungen aus.

Flexibilität und Anpassungsfähigkeit: Weil Best-of-Breed Ihrem Unternehmen die jeweils besten Lösungen für verschiedene Aspekte Ihres Geschäfts bietet, können Sie besser auf ändernde Anforderungen oder Technologieentwicklungen reagieren.

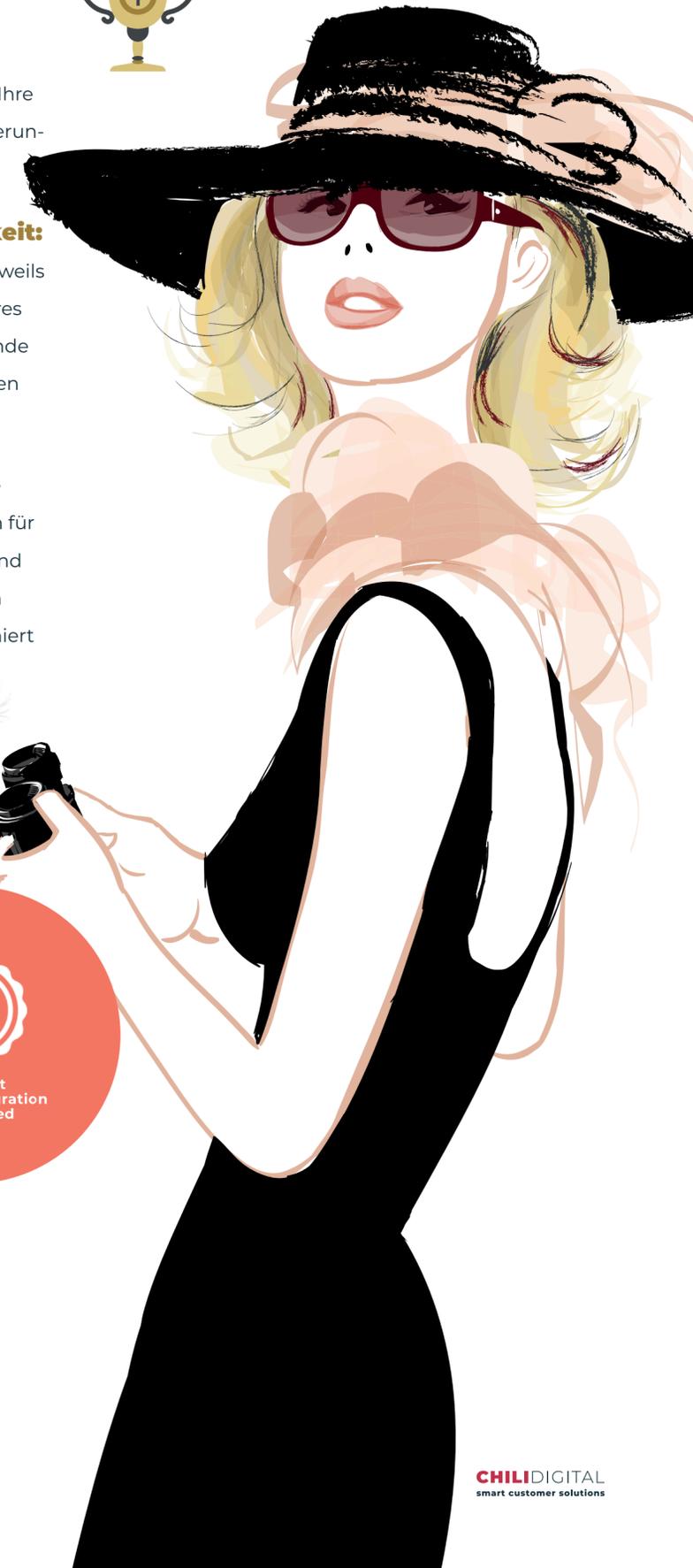
Optimierung der Leistung: Durch die gezielte Auswahl der optimalen Komponenten für jeden spezifischen Zweck kann die Leistung und Effizienz in verschiedenen Geschäftsbereichen und somit für das Gesamtunternehmen optimiert werden.



Wir sind akkreditiert!



Chili Digital hat als erste Firma der Schweiz die **HubSpot Custom Integration Accreditation** erhalten.



Sammelt sich auf der Website langsam Staub an, ist es Zeit für eine Verjüngungskur. Spätestens wenn der Webauftritt etwas altbacken daherkommt, sollte gehandelt werden, um weiterhin positiv wahrgenommen zu werden. Wir zeigen Ihnen, wie Sie erkennen, ob Ihr Webauftritt eine Frischzellenkur nötig hat.

Wann braucht es einen Relaunch?

Text: Patrick Walgis

Das Rad der Zeit läuft immer schneller. Was heute noch aktuell ist, gehört morgen schon zum alten Eisen. Ebenso verhält es sich mit Ihrer Website.

Wenn das Design nicht mehr up to date ist und die Inhalte nicht mobiltauglich sind, ist es höchste Zeit, eine Renovation in Angriff zu nehmen. Der Webauftritt ist schliesslich die Visitenkarte für Ihr Unternehmen.

Sie fragen sich wahrscheinlich, wann es so weit ist. Ist es nötig, jeden neuesten Technologie-Schrei mitzumachen? Nein, ist es nicht! In der Regel hält sich eine Webapplikation über fünf bis sechs Jahre noch frisch, erst dann zeigen sich die ersten Alterszeichen.

Bereit für eine Frischzellenkur Ihres Webauftritts?
Auf diese sechs Kriterien sollten Sie achten, um zu erkennen, ob Ihre Website noch zeitgemäss ist.



Design: Das grafische Konzept sollte über die gesamte Site und ihre Unterseiten erkennbar sein und ein stimmiges Gesamtbild vermitteln. Infografiken, Icons und Videos sowie Dropdownboxes oder sanft einfliegende Parallax-Bilder sind in, wild blinkende Animationen hingegen out.



Bilder: Heute sind grosse Bilder in hoher Qualität angesagt. Achten Sie darauf, dass die Portraitbilder professionell daherkommen. Bilder von Menschen vermitteln zudem einen persönlichen Touch.



Grösse: Eine Faustregel besagt: Die Site sollte einen mittelgrossen Bildschirm ausfüllen. Heute tendiert man zu grossen Schriften, ideal ist Schriftgrösse 16.



Inhalt: Überprüfen Sie, ob dieser noch aktuell ist und ob er zielgruppengerecht, prägnant und trotzdem informativ daherkommt. Erfährt Ihre Zielgruppe auf einen Blick, was Sie anbieten? Sind die Texte für Suchmaschinen optimiert (SEO) und die Textblöcke gut gegliedert?



Interaktion: Gibt es Möglichkeiten, auf Ihrer Site den Newsletter zu bestellen, eine Offerte anzufordern, Kontakt aufzunehmen und sich mit Ihren Social-Media-Kanälen zu verbinden? Treten Sie ins Gespräch mit Ihren potenziellen Kunden.



Technologie: Man kann es nicht oft genug sagen: Ihre Website muss auch auf kleinen, mobilen Geräten surfbar sein. Responsive Design lautet das magische Wort. Mit einem cleveren Content Management System (CMS) erleichtern Sie sich zudem die Arbeit, indem Sie die Inhalte selber aktualisieren können. Mit Analysetools oder Conversion Tracking finden Sie heraus, wer sich für Ihre Inhalte interessiert und wie Ihre Website genutzt wird.



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



Chili bildet aus



Ignaz Walgis
CTO

Die Ausbildung wird bei Chili Digital AG ganz gross geschrieben. Es kommt oft vor, dass wir so zu wertvollen Teammitgliedern in der Programmierung kommen.



Dürfen wir vorstellen? Wir haben zwei neue Praktikanten:

Benjamin Peterhans und **Oltian Kadriu**.

Benjamin hat seine Ausbildung in Informatik an der Berufsfachschule BBB abgeschlossen und absolviert nun sein einjähriges Praktikum bei Chili Digital AG.

«Ich habe schon viel gelernt und fühle mich wohl im Team.»

Auch Oltian hat seine Ausbildung zum Applikationsentwickler bei der BBB gemacht und lernt nun die praktische Umsetzung des Gelernten kennen.

«Am Anfang brauchte ich noch viel Unterstützung, mittlerweile kann ich selbstständig an Projekten arbeiten.»

Impressum

Herausgeberin: Chili Digital AG, Klausstrasse 43, 8008 Zürich, +41 44 315 90 00, info@chili.ch, www.chili.ch

Konzept und Redaktion: Stephanie Weiss **Gestaltung:** Michèle Bareiss **Druck:** Koprind 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.