



Questo case study è stato sviluppato con un cliente di SDL, ora parte del gruppo RWS Holdings plc

OMRON

OMRON Automation Americas

www.automation.omron.com

Settore: automazione

Sede centrale: Kyoto, Giappone

Dimensioni dell'azienda:

36.000 dipendenti in oltre 110 paesi

Fatturato: \$ 8 miliardi (2019)

Fondazione: 1933

Elementi della soluzione:

Tridion Sites®

Tridion® DXD

Acceleratore per Digital
Asset Management

OMRON Automation Americas genera più opportunità commerciali e migliora vari KPI online

Grazie a Tridion Sites, OMRON Automation Americas è ora in grado di offrire soluzioni personalizzate e di autoassistenza per clienti, investitori, partner, media e visitatori.

OMRON è un partner per l'automazione industriale che crea, vende e fornisce assistenza per soluzioni di automazione totalmente integrate che includono rilevamento, controllo, sicurezza, visione, movimento, robotica e altro ancora.

Fondata nel 1933, vanta un fatturato globale di oltre 8 miliardi di dollari, 200.000 prodotti e 36.000 dipendenti in più di 110 paesi che aiutano le aziende a risolvere i problemi in maniera creativa.

OMRON Automation Americas, parte di OMRON Corporation, è una nota azienda leader a livello mondiale nel settore dell'automazione industriale avanzata, che risolve complessi problemi di automazione per i clienti dei settori automobilistico, manifatturiero, elettronico, dell'imballaggio e delle scienze biologiche.

Quali erano le sfide da affrontare?

Data la vasta gamma di soluzioni offerte e il gran numero di mercati in cui è presente, OMRON desiderava offrire a chiunque la possibilità di cercare prodotti e informazioni sul proprio sito Web in modo semplice e veloce, aprire e gestire direttamente un account o interagire con la sua rete globale di partner e distributori.

Tuttavia, l'architettura delle informazioni disallineata del sito impediva agli utenti di trovare le informazioni di cui avevano bisogno.

"L'obiettivo del nostro sito Web è quello di mostrare all'utente finale chi è Omron, presentandoci non come un semplice fornitore di prodotti e ricambi, ma come un partner di soluzioni."

Karina Orozco

Digital Marketing Manager,
OMRON Automation
Americas

Inoltre, le informazioni sui prodotti fuori produzione erano disponibili solo per gli utenti che effettuavano l'accesso e alcune pagine dei prodotti non avevano contenuti sufficienti per migliorare le classifiche di ricerca e i punteggi di qualità, con il risultato che il loro posizionamento nei motori di ricerca era meno elevato di quanto avrebbe dovuto essere. Se a ciò si aggiungono i bassi tassi di conversione sul sito, OMRON stava perdendo una grande fetta di potenziali entrate: l'ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO) era quindi una priorità.

OMRON era consapevole del fatto che il proprio sito Web non era al passo con gli ultimi sviluppi e che richiedeva degli investimenti, ma non voleva ritrovarsi intrappolata con tecnologie obsolete nel giro di pochi anni. Desiderava avere la flessibilità di lanciare altri canali in futuro, come un'app per dispositivi mobili o un portale di vendita, nel caso lo avesse voluto.

La soluzione

Per trovare una soluzione adeguata alle esigenze dell'azienda, era indispensabile sviluppare un'architettura moderna per il sito Web.

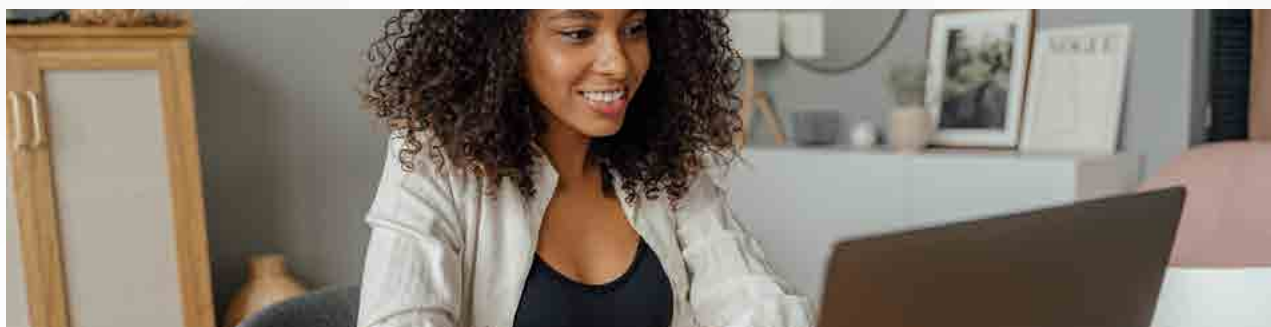
OMRON ha deciso di adottare Tridion Sites 9 per creare e gestire contenuti basati su componenti che consentissero di personalizzare le esperienze tramite pagine Web esclusive per ogni visitatore su qualsiasi canale.

Tridion Sites 9 offre a OMRON la flessibilità e la scalabilità necessarie per gestire qualsiasi numero di siti, canali, lingue e marchi anche in futuro. Distribuisce contenuti headless utilizzando microservizi e la tecnologia all'avanguardia GraphQL. L'utilizzo di React come un moderno framework JavaScript di front-end ha permesso a OMRON di creare un sito estremamente dinamico che soddisfa le aspettative dei visitatori.

Per poter gestire facilmente risorse multimediali complesse per il sito Web, OMRON ha deciso di utilizzare la soluzione di gestione delle risorse digitali (DAM, Digital Asset Management) di Bynder. L'eccellente integrazione tra il sistema DAM di Bynder e Tridion Sites assicura un flusso di lavoro efficiente che elimina il problema della duplicazione manuale dei contenuti.

HubSpot offre le funzionalità di automazione del marketing necessarie per fornire moduli di generazione di lead, attraverso l'integrazione con il sistema CRM, e gestire i profili dei clienti per la successiva personalizzazione in Tridion Sites 9.

OMRON ha lavorato in stretta collaborazione con Dept, partner di SDL, che ha progettato, costruito e lanciato i nuovi siti Web.



"Il nostro obiettivo era rendere il marchio OMRON più visibile online e più accessibile per i clienti, introducendo al contempo nuovi servizi personalizzati. La solida architettura tecnica di SDL Tridion Sites, unita ai miglioramenti apportati al design e all'esperienza utente, trasformerà la capacità di OMRON di interagire con i clienti nella loro lingua e sul loro dispositivo preferito."

Harvey Turner

Managing Director Design & Technology US, Dept

"Siamo certi che il nuovo sito offrirà ai visitatori un'esperienza più proficua, dal momento che abbiamo puntato a migliorare la personalizzazione e le funzionalità self-service."

Robb Black

Presidente e CEO di OMRON Automation Americas

I risultati

OMRON Automation Americas ha lanciato il nuovo sito Web in quattro mercati e altrettante lingue per supportare la sua strategia di crescita digitale. Il nuovo sito Web offre ai clienti di Stati Uniti, Canada, Brasile e Messico un'esperienza altamente personalizzata nella propria lingua, oltre a funzionalità self-service ed esperienze basate su contenuti multimediali elaborati.

Inoltre, il nuovo sito offre agli utenti registrati le informazioni di cui hanno bisogno in maniera più agevole e rapida e contenuti di maggiore valore a coloro che visitano il sito per scoprire i prodotti.

Portale self-service personalizzato

Il portale self-service è una sezione chiave del nuovo sito OMRON. La struttura personalizzata del portale, il processo di registrazione e i dati raccolti consentono di segmentare gli utenti. Una volta completata questa verifica, il contenuto del portale si adegua per offrire un'esperienza più personalizzata e pertinente: i visitatori si auto-identificano come distributori, integratori di sistemi, dipendenti, utenti finali o membri della stampa e ricevono contenuti pertinenti in base alla loro tipologia di utenti.

Grazie al nuovo portale, OMRON è ora in grado di personalizzare la navigazione e i contenuti a livello di pagina e di componente in funzione dei diversi gruppi di utenti. Le informazioni raccolte durante il processo di registrazione vengono utilizzate per supportare e ottimizzare le attività e i processi di automazione del marketing.

Un nuovo framework di misurazione digitale, sviluppato da Dept, fornisce a OMRON un'analisi di estrema importanza che va oltre le visualizzazioni a livello di pagina e contribuisce a orientare lo sviluppo di dashboard personalizzati.

Ricerca avanzata

Gli utenti hanno ora la possibilità di restringere la ricerca per categoria, fascia di prezzo, opzioni del prodotto e campi personalizzati. Ciò permette agli utenti di accedere alle informazioni di cui hanno bisogno con un minor numero di clic e di soffermarsi di meno sulla home page.

Migliori informazioni sui prodotti

Su ogni pagina di prodotto è ora possibile mostrare immagini e video, fornire accesso a schede tecniche e visualizzare un invito all'azione efficace per indurre gli utenti a richiedere un preventivo. Si è deciso di continuare a visualizzare i prodotti fuori produzione: ora compaiono nella pagina dei risultati di ricerca senza che l'utente debba effettuare l'accesso. Nella pagina del prodotto fuori produzione, si informa l'utente che non è più disponibile e si suggeriscono prodotti alternativi adeguati.

Vantaggi principali di Tridion Sites 9

- Distribuzione omnicanale grazie a funzionalità headless ottimizzate
- Soluzione altamente interoperabile che si connette facilmente con archivi di dati e contenuti esterni
- Incremento della produttività per gli editor Web
- Sicurezza e conformità agli standard globali e di settore
- Distribuzione flessibile e aggiornamenti più agevoli grazie ai container Docker e agli aggiornamenti progressivi

Risultati quantificati

A due mesi dal lancio, OMRON Automotive Americas ha già aumentato il traffico online, il numero di registrazioni dei clienti e il proprio posizionamento nei principali motori di ricerca.

- Il piazzamento medio nelle ricerche è migliorato di 10 posizioni
- Il traffico della ricerca organica nel nuovo sito è aumentato di oltre il 15%
- Il traffico generato da Google è aumentato di quasi il 20%
- Più di 800 lead ricevuti
- 600 nuovi account registrati
- Il numero medio di visualizzazioni delle pagine è quasi raddoppiato
- La durata media delle sessioni è migliorata di oltre 20 secondi
- La frequenza di rimbalzo è migliorata di più del 20%
- Il numero di visitatori da dispositivi mobili è aumentato dal 14% al 23%
- Tempo di caricamento del nuovo sito più veloce di quattro secondi

La solida architettura tecnica, unita ai miglioramenti apportati al design e all'esperienza utente, ha permesso di creare un sito di alta qualità, pronto per affrontare le future tappe della roadmap digitale di OMRON.

Leggete altre testimonianze dei clienti:

[rws.com/it/customers](https://www.rws.com/it/customers)

Informazioni su RWS

RWS Holdings plc è il provider leader a livello mondiale di servizi linguistici, per la gestione dei contenuti e per la proprietà intellettuale basati sulle tecnologie. Aiutiamo i nostri clienti a entrare in contatto con le persone a livello globale e a veicolare nuove idee comunicando contenuti business-critical su larga scala e assicurando la protezione e la realizzazione delle loro innovazioni.

La nostra vision consiste nell'aiutare le organizzazioni a interagire in modo efficace con le persone di tutto il mondo, risolvendo le loro sfide connesse ai contenuti, alle lingue e all'accesso al mercato grazie alla nostra intelligence collettiva globale, a una profonda esperienza e a tecnologie smart.

Tra i nostri clienti figurano 90 dei 100 marchi più importanti al mondo, le 10 principali aziende farmaceutiche e circa la metà delle 20 società con il maggior numero di domande di brevetto presentate a livello internazionale. La nostra base clienti si estende in Europa, Asia-Pacifico, Nord e Sud America e abbraccia svariati settori: tecnologico, farmaceutico, medico, legale, chimico, automobilistico, governativo e delle telecomunicazioni. Siamo presenti con i nostri uffici in cinque continenti.

Fondata nel 1958, RWS è quotata sull'AIM, il mercato regolamentato dal London Stock Exchange (RWS.L). La sede centrale dell'azienda si trova nel Regno Unito.

Per ulteriori informazioni, visitate il sito: www.rws.com/it

© Tutti i diritti riservati. Le informazioni contenute nel presente documento sono considerate confidenziali e informazioni proprietarie di RWS Group*.

*Con RWS Group si intende RWS Holdings PLC a nome e per conto delle sue affiliate e consociate.