



## Suche-zentriertes Online-Portal schafft höhere Kundenzufriedenheit



S U C C E S S S T O R Y

### Die Herausforderung

O<sub>2</sub> verfügt über ein schnell wachsendes Angebot an Tarifmodellen, Mobiltelefonen und Zubehör sowie Zusatzangebote wie Klingeltöne und Musik. Klassische Portaltechnologien mit Volltext/Freitext-Suche und ihre Art der Ergebnispräsentation wurden mit zunehmendem Angebotsumfang als nicht mehr kundenfreundlich und attraktiv genug empfunden. So präsentierte man Suchergebnisse in Popup-Fenstern außerhalb des Portal-Layouts, die Ergebnisse waren nicht ausreichend gut priorisiert und viele Dokumente oder Pages wurden mehrfach aufgelistet.



### Die Lösung

Gemeinsam mit dem Software-Spezialisten Marc Oliver Scheele und der Ixtra AG hat O<sub>2</sub> ein Suche-zentriertes Portal – die nahtlose Verzahnung von Angeboten, Portal-Design und Präsentation der Suchergebnisse – geschaffen. Die Suche ist komplett in das Portal integriert und alle Ergebnisse werden im jeweiligen Layout des Portalbereiches präsentiert. Einzelne Angebote können besonders attraktiv herausgestellt werden.

### Der Projekterfolg

Die strukturierte, transparente Darstellung der Suchergebnisse steigert den Komfort und bietet den Portalbesuchern ein positives, emotionales Erlebnis. Für O<sub>2</sub> bedeutet dies reales Geschäft. Des weiteren ist das Suche-zentrierte Portal eine Vorbedingung für den weiteren Ausbau des Portfolios. O<sub>2</sub> verspricht sich eine deutlich steigende Kundenzufriedenheit und weiter wachsenden Zuspruch zu seinen Angeboten.

## Besser als Google

Neue Telefone und Tarife, Klingeltöne, Musik – O<sub>2</sub> baut sein Produktportfolio rund um das Telefon kontinuierlich aus. Im Rahmen klassischer Portaltechnologien hat diese Medaille eine Kehrseite: Mit steigender Trefferzahl lassen sich Suchergebnisse im Online-Portal nicht mehr ausreichend transparent und attraktiv darstellen. Die Folge: unnötig lange Suchzeiten für den Kunden. Und was der Kunde nicht findet, kann er auch nicht kaufen.

Gemeinsam mit dem Team der Ixtra AG und in Kooperation mit dem freien Software-Spezialisten Oliver Scheele entwickelte O<sub>2</sub> deshalb ein neues, innovatives Konzept: das Suche-zentrierte Portal.

Als Basis nutzt man bei O<sub>2</sub> die Suchmaschine von neofonie, um Grundfunktionen ohne Entwicklungsaufwand abzudecken und Investitionssicherheit zu bieten. Ein weiterer Vorteil: Der Suchmaschinenpezialist bietet – anders und besser als Google – die Möglichkeit, Suchergebnisse nach Kategorien zu sortieren.

## Inhaltssensitive Darstellung von Suchergebnissen

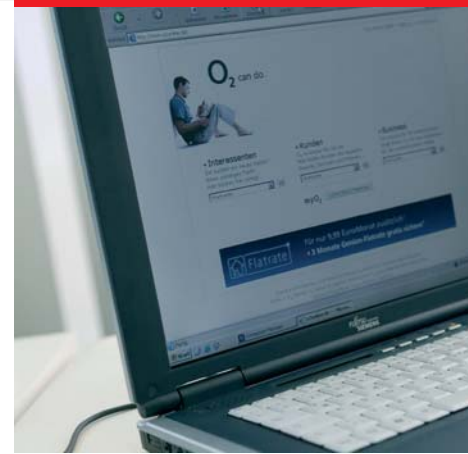
„Die trockene Volltextdarstellung von Suchmaschinen ist bei uns jetzt die Ausnahme. Stattdessen werden etwa die Treffer im Handy-Angebot durch Fotos repräsentiert, in anderen Bereichen erzeugt die Suche Übersichtstabellen als Ergebnis“, so Klaus Simon von O<sub>2</sub>. Ergebnisanzeige und die aktuell verfügbaren Zusatzfunktionen der Suche sind komplett in das Layout der Site integriert.

Die Suche leistet über die Kategorisierung ein automatisches Clustering. Der Vorteil für den Kunden: Er kann über die Suche sehr schnell erkennen, welche Site-Bereiche für sein Anliegen besonders relevant sind, und entsprechend navigieren. Dabei wird stets über alle Site-Bereiche gesucht, ohne zusätzlichen Programmieraufwand passt die Suche ihr Clustering dynamisch der jeweils aktuellen Site-Struktur an.

## Highlighting

Eine weitere Neuerung ist das Highlighting. Damit wird ein Angebot, das den Suchkriterien des Kunden entspricht, in den Suchergebnissen grafisch herausgehoben. Ergänzend lassen sich hier Zusatzfunktionen, beispielsweise Warenkorb, direkt aus dem Suchergebnis aufrufen.

Die attraktive und komfortable Suche bedeutet für O<sub>2</sub> reales Geschäft. Dazu Mario Grobholz, Manager mein O<sub>2</sub> und online care: „Das Projekt ist von der Ixtra AG vorbildlich und mit viel Sensibilität für unsere Anforderungen konzipiert und gesteuert worden. Die transparente Darstellung unserer Produkte und Leistungen ist Vorbedingung für den weiteren Ausbau unseres Portfolios, das Suche-zentrierte Portal ist dabei eine wichtige Komponente. Wir versprechen uns davon eine deutlich erhöhte Kundenzufriedenheit und weiter wachsenden Zuspruch zu unseren Angeboten.“



## O<sub>2</sub> (Germany) GmbH & Co. OHG

O<sub>2</sub> (Germany) GmbH & Co. OHG, ein Tochterunternehmen von Telefonica S.A., bietet mit dem eigenen Mobilfunknetz sowie über ein Roaming-Abkommen mit T-Mobile ihren Post- und Prepaid-Kunden nahezu flächendeckende GSM-Versorgung in Deutschland. Darüber hinaus stellt das Unternehmen auf Basis der GPRS- und UMTS-Technologie innovative, mobile Datendienste bereit.

## Ixtra AG

Das Münchener Software-Haus entwickelt individuelle IT-Lösungen für erfolgskritische Geschäftsprozesse – durch Übernahme kompletter Projekte oder durch Bereitstellung hochqualifizierter IT-Spezialisten für Projektteams der Kunden. Die Ixtra AG beschäftigt heute 70 Software-Spezialisten und Projektmanager an den Standorten München, Berlin und Bad Homburg. Zu den Kunden gehören Großunternehmen aus den Branchen IT/Telekommunikation, Finanzdienstleistungen und Automotive, darunter BMW, O<sub>2</sub>, T-Online, Lucent Technologies, Dresdner Bank AG, Intel und BASF.

- Strukturierte, transparente Darstellung der Suchergebnisse für mehr Kunden-Komfort
- Nahtlose Verzahnung von Angeboten, Portal-Design und Präsentation der Suchergebnisse
- Projektstart Januar 2006
- Echtbetrieb seit Sommer 2006
- Ergebnis: erhöhte Kundenzufriedenheit und weiter wachsender Zuspruch zu Angeboten



Ixtra Aktiengesellschaft  
Haidgraben 9 a · D-85521 Ottobrunn  
Telefon +49 (89) 45 60 34-0  
Telefax +49 (89) 45 60 34-92  
www.ixtra.com · info@ixtra.com