



DQS setzt mit Ibexa weltweit neue Maßstäbe



DQS erbringt branchenübergreifend Prüfungs- und Zertifizierungsdienstleistungen für mehr als 65.000 Hersteller. DQS ist ein globales Unternehmen mit Hauptsitz in Deutschland und mehr als 80 Büros in über 60 Ländern weltweit - von Vietnam bis Finnland und von Ägypten bis El Salvador. Die Gründung des Unternehmens fiel mit der Veröffentlichung der ersten Entwürfe der Zertifizierungsreihe ISO 9000 zusammen, die bis heute die wichtigsten globalen Qualitätsmanagementnormen sind. Die Zahl der ISO-Normen hat sich seither rasant erweitert, ebenso wie die weltweite Präsenz von DQS. Dies war der Anstoß für ein großes Projekt der digitalen Transformation, um eine kohärente Website für die gesamte Gruppe und all ihren Dienstleistungen zu schaffen.

Die COVID-19-Pandemie 2020/21 war ein massiver Weckruf. Wie viele andere Unternehmen erkannte auch DQS, dass eine einheitliche digitale Präsenz im gesamten Unternehmen, unterstützt durch eine einzige und zukunftssichere Technologie, unabdingbar war. Neben den unmittelbaren geschäftlichen Vorteilen des Website-Relaunches blickte DQS über den Tellerrand hinaus, um sicherzustellen, dass es in drei, fünf oder zehn Jahren keine technologischen Defizite gibt - und entschied sich für Ibexa DXP, um seine Zukunft zu sichern.

Die DQS bedient mehr als 60 Märkte und ihre digitale Landschaft war mit ebenso vielen Websites - und 60 verschiedenen Content-Prozessen - unübersichtlich. Das war nicht mehr tragbar. Daher entschied man sich für Ibexa DXP, um in einem ersten Schritt, eines umfassenden Projekts zur digitalen Transformation, alle Websites unter ein Dach zu bringen.

Wir sind alle glücklich mit der neuen globalen Website von Ibexa DXP. Dadurch arbeiten wir alle als ein Team und nicht als unabhängige Einheiten. Das ist definitiv ein großer Meilenstein für uns.

Amsal Alihodzic
Global Head of Digital Marketing, DQS



Challenges

- DQS betrieb weltweit mehr als 60 separate Websites, jede mit eigenem Logo, Designsprache und CMS
- Es war schwierig und zeitaufwändig, die Genauigkeit der Inhalte in allen Märkten durchzusetzen und zu überwachen.
- Der Inhalt wurde für jeden Markt angepasst, was bedeutete, dass DQS eine übergreifende und einheitliche Botschaft fehlte
- SEO war auf die verschiedenen Websites verteilt



Project Summary

- DQS startet den Auswahlprozess für die Technologiepartner und die DXP-Plattform
- Die Gestaltung der neuen globalen Website war aufgrund der alten Arbeitsabläufe der 60 bestehenden Standorte komplex
- Erstellung von globalen Inhalten für die Website dqsglobal.com
- Die Website wurde eingerichtet. Bestehende Inhalte wurden von WordPress, Typo3, Drupal und anderen auf Ibexa DXP übertragen
- HubSpot automatisiertes Marketing wurde mit Ibexa DXP integriert



Business Benefits

- DQS-Kunden gehen zum ersten Mal an denselben globalen Standort und erleben dort das gleiche Kundenerlebnis
- Website-Manager können auf einen Blick erkennen, ob Produktinformationen und Inhalte für alle Märkte angepasst wurden - zuvor musste jede Website einzeln besucht werden, um dies zu überprüfen
- Kompatible Architektur ist ein Sprungbrett für die weitere digitale Transformation
- Die SEO-Suche wird gefördert, da die Google-Suche auf eine einzige Website gerichtet ist



Warum Ibexa?

“Wir wussten, dass Ibexa DXP in Bezug auf Content branchenführend ist, aber wir erlebten auch einige großartige Überraschungen, als wir die Technologie implementierten. Der Page Builder ist für mich eine großartige Funktion. Die Integration mit unseren anderen Tools (automatisiertes Marketing, soziale Netzwerke und Umfragen) verlief reibungslos. Und was ich wirklich schätze, ist, dass man direkt mit Ibexa kommunizieren kann, was bei Adobe und anderen Anbietern von zusammenhängenden DXP-Systemen unmöglich wäre.”

Audits, certifications and assessments

DQS wurde 1985, zeitgleich mit der Einführung der ersten und bis heute überragenden Qualitätsmanagementnorm ISO 9000, in Deutschland gegründet. Die ISO-Normen sind global, so dass das Geschäftsmodell der DQS, Prüfungs- und Zertifizierungsdienstleistungen für die ISO-Konformität und andere Zertifizierungen anzubieten, bald über Deutschland und Europa hinaus wuchs. Heute ist das Unternehmen mit 80 Büros in mehr als 60 Märkten vertreten.

“Wir sind überall”, sagt Amsal Alihodzic, Global Head of Digital Marketing bei DQS. “Wir haben sogar ein Büro im Iran. Außerdem ist DQS stolz darauf, in der Ukraine sehr aktiv zu sein. Während eines Anrufs im Kiewer Büro Anfang des Jahres musste unser Kollege in einen Luftschutzkeller gehen. Nachdem die Gefahr vorüber war, setzte er sein Gespräch mit uns fort.”

Die meisten Betriebsstätten außerhalb Deutschlands sind Tochtergesellschaften von der DQS, einige sind lizenzierte Partner. Allerdings hatten alle ihre eigene DQS-Website, ihr Logo, ihre Designsprache, ihren Content-Workflow und ihre eigene SEO-Präsenz bei Google. “Kunden und potenzielle Kunden, die nach einer Zertifizierung suchten, gelangten zwar auf eine DQS-Website, aber unsere Präsenz bei Google war verstreut, und unsere Wirkung war fragmentiert.”
presence on Google was dispersed, and our impact was fragmented.”

Man kann sich direkt mit Ibexa unterhalten, und das schätze ich sehr. Das ist etwas, was bei Adobe und anderen Anbietern von einheitlichen DXP-Systemen unmöglich wäre. Ibexa hat seine Wurzeln natürlich in Open Source und diese Offenheit prägt nach wie vor die Zusammenarbeit mit Partnern und Kunden.
Amsal Alihodzic
Global Head of Digital Marketing, DQS



Ibexa löste das Content-Problem

Die Fragmentierung des digitalen Fußabdrucks von der DQS wirkte sich nicht nur auf das Branding und die Suchmaschinenoptimierung, sondern auch auf die Qualität der Inhalte aus, wie Alihodzic erklärt. "Die größeren Niederlassungen verfügen über Marketingmitarbeiter, so dass sie in der Lage waren, Produktinformationen zu ändern und dafür zu sorgen, dass die Inhalte regelmäßig aktualisiert wurden. In den kleineren Niederlassungen, insbesondere bei den Lizenzpartnern, gibt es jedoch keinen speziellen Marketingbeauftragten. Es war schwierig für sie, die Qualität aufrechtzuerhalten - und für uns, sie zu verfolgen.

"Wenn wir früher eine neue Norm und eine neue Produktseite hatten, haben wir alle aufgefordert, diese in ihre Sprache zu übersetzen, allerdings konnten wir nicht ohne Weiteres überprüfen, ob die Leute das auch taten - wir mussten jede einzelne Website besuchen, um das zu überprüfen."

Die Selbstständigkeit der DQS-Büros bedeutete, dass die alten Websites mit verschiedenen Content-Management-Systemen wie Typo3, WordPress und Drupal betrieben wurden - "es gab einfach unzählig verschiedene Systeme".

Das Unternehmen begann einen Prozess, um die beste Digital Experience Platform für das unmittelbare strategische Ziel der Erstellung einer globalen Website zu finden; die DXP musste zusammensetzbar und zukunftssicher für geplante Automatisierungs- und eCommerce-Projekte in der Zukunft sein.

DQS hat sich drei technische Partner angeschaut und zwei in die engere Auswahl genommen; eine Digitalagentur setzt sich für Adobe ein, die andere Agentur, Comwrap Reply, ist Ibexa Platinum Partner und wird in Kürze den Ibexa Partner Award 2022 für den deutschen Partner des Jahres gewinnen.

Nach einer längeren Entwurfsphase wurde in den letzten Wochen des Jahres 2021 mit der Arbeit an der neuen Website begonnen, die im Mai weltweit in Betrieb genommen wurde. "Alle unsere Märkte sind jetzt unter einem Dach und werden von einer einzigen Instanz, von Ibexa DXP in 32 Sprachen, verwaltet. Die Entwicklungsphase war wirklich sehr schnell", sagt Alihodzic.

Alle unsere Märkte werden von einer einzigen Instanz, von Ibexa DXP in 32 Sprachen, verwaltet. Die Entwicklungsphase war wirklich sehr schnell.

Amsal Alihodzic
Global Head of Digital Marketing, DQS





Die neue Webiste und ihre Vorteile

Die neue globale Website ist erst seit wenigen Monaten in Betrieb. "Wir sind alle glücklich mit der neuen Website. Und dass wir nun alle als ein Team arbeiten und nicht als getrennte Einheiten. Das ist also definitiv ein großer Meilenstein für uns.", sagt Alihodzic.

Alihodzic ist verantwortlich für das digitale Marketing, d. h. die Website auf Ibexa DXP, die von HubSpot unterstützte Marketingautomatisierung und die sozialen Medien, die hauptsächlich aus LinkedIn-Posts bestehen. "Es gibt weltweit mehr als 80 Kollegen, die miteinander vernetzt werden müssen, um kohärente Kundenerlebnisse für diese drei Aktivitäten zu schaffen", sagt er.

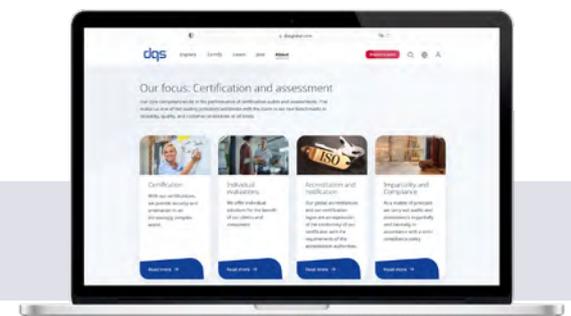
Diese Einheitlichkeit ist mit der globalen Website von Ibexa DXP viel einfacher zu erreichen. Die Integration mit HubSpot ist nahtlos. "Wir haben mehrere HubSpot-Formulare: für die Anfragen, für Beschwerden und Verstöße, insgesamt etwa fünf oder sechs Formulare in 32 Sprachen an 60 Standorten. Alle sind aufeinander abgestimmt."

Die globale Website ist ein erster entscheidender Schritt zu einem weitergehenden Prozess der digitalen Transformation. DQS ist sehr daran interessiert, die Arbeitsabläufe zu automatisieren, insbesondere im Bereich der Angebotsanfragen, aber die Konsolidierung auf Ibexa DXP war eine unverzichtbare Vorstufe. "Wir konnten nicht über so viele verschiedene Standorte und Systeme hinweg automatisieren", sagt Alihodzic, "geschweige denn eine Personalisierung einführen, wie es unser mittelfristiges Ziel ist."

Zu den weiteren geplanten Projekten gehören die Einrichtung eines einzigen unternehmensweiten Intranets (derzeit gibt es sechs) und E-Commerce-Funktionen für bestimmte Zertifizierungen und Schulungskurse. "Das ist ein weiterer Grund, warum wir uns für Ibexa DXP entschieden haben", erklärt Alihodzic. "Die Plattform ist erweiterbar, und das E-Commerce-Modul ist von Anfang an dabei, was zu gegebener Zeit ein großer Vorteil sein wird."

Die Plattform ist erweiterbar, und das E-Commerce-Modul ist von Anfang an dabei, was zu gegebener Zeit ein großer Vorteil sein wird.

Amsal Alihodzic
Global Head of Digital Marketing, DQS





Die Ibexa DXP Erfahrung

Alihodzic, "und dass wir all unsere Energie in ein System stecken, anstatt 60 verschiedene Systeme zu haben, die miteinander konkurrieren, wenn es um Google geht. Jetzt haben wir die ganze Energie in einem System und auf einer Website gebündelt, wovon man sicherlich profitiert. Wenn also Ihre Website in Deutschland gut funktioniert, wird sie auch in Frankreich gut funktionieren, obwohl wir in Frankreich ein kleineres Team haben."

Alihodzic war schon vor seinem Einstieg bei DQS vom Page Builder überzeugt. "Als er 2019 eingeführt wurde, habe ich sofort den Vorteil gesehen, mit den Elementen eine eigene Website zu entwickeln. Das heißt, man braucht keine strukturierten Daten mehr."

Die Erfahrungen mit der DQS-Standortsanierung haben einen weiteren Vorteil von Ibexa DXP offenbart. "Man kann direkt mit Ibexa sprechen, und das schätze ich sehr. Das ist etwas, was bei Adobe und anderen Anbietern von einheitlichen DXP-Systemen unmöglich wäre. Ibexa hat seine Wurzeln in Open Source und diese Offenheit prägt natürlich nach wie vor die Zusammenarbeit mit Partnern und Kunden."

Jetzt haben wir die ganze Energie in einem System und auf einer Website gebündelt, wovon man sicherlich profitiert.

Amsal Alihodzic
Global Head of Digital Marketing, DQS



Comwrap Reply ist auf die Implementierung von cloud-nativen Digital Experience- und E-Commerce-Plattformen auf Basis von Adobe Experience Cloud und Ibexa DXP spezialisiert. Comwrap Reply unterscheidet sich von Internetagenturen und IT-Beratungsunternehmen durch eine "cloud-native Strategie": Die standardbasierte Integration in die Cloud führt zu kurzen Projektlaufzeiten und niedrigeren Gesamtprojektkosten.

Die Dienstleistungen von Comwrap Reply umfassen Beratung, Experience Design und Systemintegration

Comwrap Reply GmbH
Hanauer Landstraße 126-128
60314 Frankfurt am Main
Germany
+49 (0) 69 380 795 200
www.comwrap.com