

# Die Probefahrt als Teil der Customer Journey

eggs unimedia unterstützt die BMW Group dabei, die Probefahrt-Anmeldung mit Adobe Experience Manager Forms zu einem digitalen Erlebnis zu machen.



## Lösungen

Adobe Experience Cloud mit

- Adobe Experience Manager Sites
- Adobe Experience Manager Assets
- Adobe Experience Manager Forms
- Adobe Analytics
- Adobe Target

## Ergebnisse



**GRÖßERE SYNERGIEEFFEKTE** durch Adobe Plattform Strategie. Support erfolgt über bestehende globale Roll-Out und Support Teams



**SCHNELLERE TIME-TO-MARKET ZEITEN** durch einfache Formularerstellung und integrierte Lokalisierungsmöglichkeiten. Kleinere Änderungen erfolgen über Content und ohne Code Changes und Releases.



**BESSERE CUSTOMER EXPERIENCE** durch nahtlose Integration der Formulare in eine Customer Journey, cross-brand für BMW, Mini und Motorrad



## Das Formular: ein wichtiger Bestandteil der Customer Journey

Formulare zur Anmeldung zu einer Probefahrt befinden sich an einer der wichtigsten Stellen einer Customer Journey eines potentiellen Autokäufers: Denn an dieser Stelle wird der Website Besucher zur Opportunity.

Sogenannte Request Forms sind nicht neu auf den Webseiten der BMW Group. Es gibt sie für alle Märkte, in vielen Sprachen und für unterschiedlichste Anwendungsbeispiele: Testdrive Appointment, Request for Information, Request for Offer, Request for Contact, Request for Service und viele mehr. Allerdings stieß man mit der alten Formularlösung an seine Grenzen. Die BMW Group wollte Prozesse optimieren und flexibler und schneller auf die Anforderungen der Märkte reagieren.



Frühere **Herausforderungen** bei den Request Forms

- ✗ Änderungen am Content mussten über Code Anpassungen (durch Entwickler) erfolgen
- ✗ A/B-Tests wurden nicht unterstützt
- ✗ Performance entsprach nicht dem Qualitätsanspruch eines Premium Automobilherstellers
- ✗ Medienbrüche in den Formularprozessen konnten nicht abgebildet werden
- ✗ Fehlende Skalierungsmöglichkeit, keine markenübergreifende Wiederverwendung, hoher Aufwand bei Übersetzungen
- ✗ Technologie wurde nicht mehr weiterentwickelt

Partner der BMW Group

eggs unimedia, München

www.eggs.de



Christoph Behounek, eggs unimedia,  
Projektverantwortlicher für BMW Forms

*„Es macht einfach Spaß, wenn wir als Team aus einer komplexen Anforderung eine herausragende Customer Experience kreieren.“*

## Wenn der Bedarf erstmal ermittelt ist, können die Lösungsansätze schnell greifen

Im Sommer 2019 begann die gemeinsame Reise. Die BMW Group entschied sich zur Umstellung aller „Customer facing Request Forms“ auf die Adobe Experience Manager Forms Technologie. Mit der Implementierung wurde der technische Dienstleister eggs unimedia beauftragt, der als technische Lead Agentur der BMW Group die technologischen Gegebenheiten aus dem FF kannte. Eine neue Formularlösung einzuführen, klingt per se nicht zu komplex. Aber wenn es sich dabei um eine global einsetzbare Lösung handeln soll, die die besonderen Anforderungen von 180 Märkten berücksichtigt, 40 Sprachversionen, unterschiedliche Autokonfigurationen je Markt, Integrationen mit Drittsystemen wie Stock Locator, Händler Suche, Kunden Management System, unterschiedliche Datenschutzanforderungen und so weiter, dann wird es schnell komplexer.

Doch die Treiber für das Projekt waren enorm: Durch die Verwendung des zentralen Kundendatenmodells in AEM Forms (der Formularerstellung), lässt sich jetzt der Formularprozess End-to-End digitalisieren und optimieren. Zum anderen können ansprechende Formulare, die nahtlos in eine Customer Journey integriert sind, zu einer höheren Conversion Rate führen.

eggs unimedia ist großer Verfechter des agilen Arbeitsansatzes. Dem agilen Prinzip folgend denken wir in kleinen Schritten. Wir erfassen die Anforderungen für ein Inkrement und setzen diese um. So erreichen wir schnell testbare Ergebnisse und können das Produkt auf Basis der Rückmeldungen aus den Fachbereichen weiter verfeinern.

Agilität bedarf eines agilen Setups: In diesem Fall setzte sich das Scrum Team wie folgt zusammen:

### die eggsperten

- ✓ 1 Scrum Master
- ✓ 1 Tech Lead
- ✓ 1 Product Owner
- ✓ Developer
- ✓ Test Manager

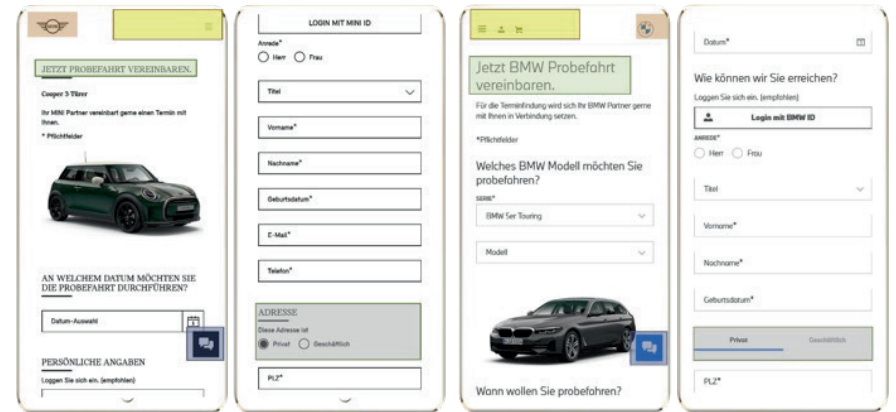
### Projektverantwortliche auf Kundenseite

- ✓ 2 Product Owner

## Die Vorteile der heutigen Formular-Technologie von Adobe

Mit AEM Forms konnten wir die Anforderungen etappenweise umsetzen und sukzessive von den positiven Effekten profitieren. Im Wesentlichen haben sich diese 5 Punkte als unschlagbare Benefits herauskristalisiert:

- ✓ **Eine Formular-Technologie** für alle Brands (BMW, MINI, BMW Motorrad) mit den jeweiligen Anforderungen



- ✓ **Messbare Formulare, Personalisierung und A/B Tests** mit Adobe Analytics und Target
- ✓ **Komfortable Adaption** auf die unterschiedlichen Märkte mit zum Teil sehr unterschiedlichen Sprachen beziehungsweise Schriftzeichen. Bis Ende Juni 2023 wurden 33 Märkte und 25 Sprachen umgesetzt. Darunter auch viele Formulare mit Schriftzeichen außerhalb des lateinischen Alphabetes, wie Thailändisch, Japanisch oder Russisch
- ✓ **Übernahme der Daten** ins Formular, falls ein Kunde vom Car Configurator abspringt
- ✓ **Eliminierung von Medienbrüchen** und bessere Customer Experience durch vollständiges Vorbefüllen des Formulars, auch beim Absprung aus dem Car Configurator

*Bei weit mehr als 100.000  
Formularaufrufen pro Woche haben  
kleine Änderungen einen großen  
Impact.*

- > andere Style Systems
- > unterschiedliche Logos
- > abweichende Menüs
- > spezifische Fonts
- > andere Layouts
- > abweichende Formularfelder

*Die Einführung von Adobe Forms ist eine der wichtigsten Maßnahmen zur Verbesserung des Lead-Managements.*

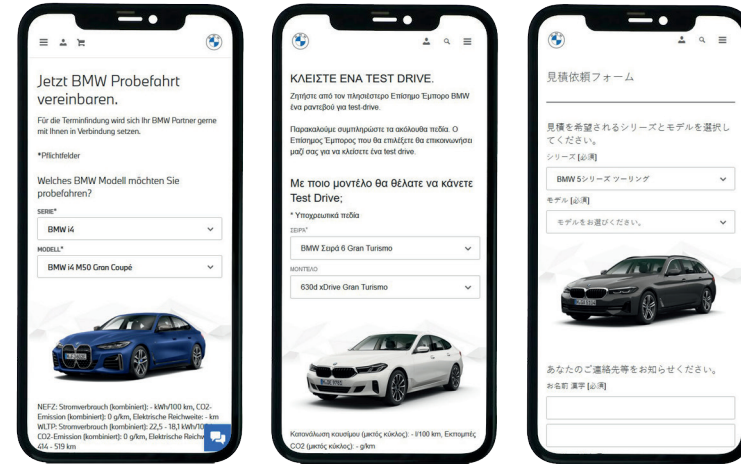
## Es ist die Summe aller Teile, die unsere Plattform unschlagbar macht

Miteinander zu entwickeln und Lösungen zu kreieren, ist ein langwieriger Prozess. Es erfordert gegenseitiges Vertrauen, Kompetenz und Leistungsbereitschaft, um die definierten Aufgaben in abgestimmten Sprints zuverlässig zu verwirklichen. Wie unterschiedlich die Ergebnisse sein können, zeigt die folgende Übersicht:

- ✓ **Global Customer Data Management:** Integration mit allen individuellen CRM-Systemen. GCDM fungiert als Service-Bus und integriert sich in verschiedene CRM-Systeme in unterschiedlichen Märkten.
- ✓ **AEM Forms** kommuniziert nur mit einer Schnittstelle (REST und JSON) und wir sind in der Lage, eine Swagger-Datei zu erstellen, die als Basis für das Forms-Datenmodell verwendet wird.
- ✓ **Entwicklung von Komponenten** auf Basis der AEM Core Components.
- ✓ **Zentrale Bereitstellung** aller Metadaten zur Laufzeit, z. B. zur Befüllung von Dropdown-Menüs mit Daten (Titel, Marken, Länder, Interessen, Hobbys, ID-Typ, etc..) anhand von Parametern
- ✓ **Zentrale Entgegenname** von Daten über das Global Customer Data Management
- ✓ **Verwaltung** von Einwilligungen
- ✓ **Einbindung von Web Analytics** zum Tracking von Website und Formularen
- ✓ **Integration mit Product Data-Hub:** Ausschließliche Anzeige verfügbarer Fahrzeugtypen und Serien pro Markt
- ✓ **Authentifizierungsdienst:** Laden von Benutzerdaten zur Laufzeit
- ✓ **Anbindung verschiedener 3rd-Party-Systeme** zur Vorbefüllung von Formularen mit Fahrzeugdaten beispielsweise für den Stock Locator oder den Fahrzeugkonfigurator
- ✓ **Dealer-Locator:** Integration des Dealer-Locators über eine gekapselte AEM Sites-Komponente

## Effekte

- Einbindung bestehender Lösungen
- Organisiertes Asset Management
- Professionelles Formularmanagement
- Schnelle Umsetzungsmöglichkeiten durch Multi Site Management und automatisierte Translation-Workflows
- Performance-Steigerung
- Maximale Verfügbarkeit und Sicherheit



## Lösungen

Adobe Experience Cloud mit

- Adobe Experience Manager Sites
- Adobe Experience Manager Assets
- Adobe Experience Manager Forms
- Adobe Analytics
- Adobe Target

