

## Case Study



### Kundenprofil

login Berufsbildung AG ist eine der grössten Ausbildungsanbieterinnen in der Schweiz. Als Bildungspartnerin der SBB, BLS, RhB, dem Verband öffentlicher Verkehr (VöV) und von 70 weiteren Mobilitäts- und mobilitätsnahen Unternehmen organisiert login Berufsbildung AG marktorientierte Berufslehren, Praktika und Weiterbildungen für rund 2100 Lernende in über 25 Berufen.

### Technologien



Power BI

## login Berufsbildung AG: Marketingaktivitäten sichtbar machen

### Herausforderung

- Keine automatisierte Lösung vorhanden – Daten müssen manuell ausgewertet oder von der Leadagentur angefordert werden
- Die Lösung soll nicht nur Performance-Analysen ermöglichen, sondern auch ein Planungstool beinhalten
- Die Lösung muss teilweise die Auswertung in mehreren Sprachen ermöglichen und allen Mitarbeitenden zugänglich sein

### Lösung

- Interaktive Dashboards in Power BI pro Marketingbereich und Management Summary
- Visualisierung von Timetables und Reportings mit Power BI

### Mehrwert

- Automatisierte Auswertung aller Marketingaktivitäten mit tagesaktuellen KPIs
- Erhöhte Transparenz durch Bündelung der Auswertungen an einem Ort
- Ansprechendes und übersichtliches Design
- Daten im Cockpit werden entsprechend der Zugriffsrechte angezeigt – Mitarbeitende sehen die für sie relevanten Daten

Als Bildungspartnerin der Schweizer Mobilitätsbranche bespielt login Berufsbildung AG mit ihren Marketingaktivitäten diverse Marketing-Kanäle, um potenzielle Lernende und Praktikanten zielgruppengerecht anzusprechen und Bewerbungen zu generieren. Zudem betreibt login selbst klassische Marktforschung. Einige dieser Aktivitäten, darunter Schulbesuche, Events und spezielle Marketingprojekte, wurden bisher manuell in einzelnen Excel-Sheets gepflegt und ausgewertet. Die Auswertung der Online-Marketing-Kampagnen erfolgte hingegen grösstenteils über die betreuende Lead-Agentur.

## Ziel: Analyse & Planung in Einem

Um diese aufwändigen Prozesse zu automatisieren, an einem Ort zu bündeln und die Zusammenhänge besser aufzuzeigen, machte sich login auf die Suche nach einer geeigneten Lösung. Diese sollte neben der Performance-Analyse auch ein zeitliches Planungstool integrieren, um einen Überblick über die anstehenden Marketingaktivitäten zu behalten. Da login bereits mit Microsoft 365 arbeitet und kein grundlegend neues Tool einsetzen

Tracking-Architektur wurde dabei von der Lead-Agentur von login geliefert. Das Cockpit besteht aus mehreren Dashboards, die jeweils einen bestimmten Marketingbereich abdecken. Die definierten KPIs werden täglich automatisch aktualisiert und visuell ansprechend aufbereitet, so dass Daten schnell erfasst und Entwicklungen über einen längeren Zeitraum einfach verfolgt werden können. Einzige Ausnahme: Ergebnisse aus Offline-Marketingaktivitäten wie Schulbesuche oder Messen müssen weiterhin manuell in ein verknüpftes Google-Sheet eingetragen werden. Die einzelnen Marketing-Dashboards werden zudem in einem übergeordneten Management-Summary-Dashboard zusammengeführt, so dass ein Vergleich der einzelnen Aktivitäten leicht möglich ist. In einem letzten Schritt wurde das umfassende Marketing-Cockpit in das Bewerbungszentrum-Cockpit integriert und in ein bisher eigenständig existierendes Gewinnungs-Cockpit integriert. «Optimal, um alle Gewinnungsdaten von der Kundenbestellung bis zur Werbewirksamkeit im Überblick zu behalten», so Stephanie Saner, Projektleiterin Marketing und Kommunikation bei login.



«Ohne ein vernünftiges Tracking lassen sich keine fundierten Aussagen über den Erfolg unserer Marketingaktivitäten treffen. Dank novaCapta können wir unsere Kampagnen nun in einer Tiefe und Transparenz auswerten, die unsere tägliche Arbeit wesentlich vereinfacht.»

Stephanie Saner – Projektleiterin Marketing und Kommunikation, login Berufsbildung AG

wollte, fiel die Wahl auf Power BI. Mit novaCapta wurde ein Partner an Bord geholt, der über die nötige Expertise für die Entwicklung der Lösung verfügt.

## Pilotprojekt: Ein Dashboard für das Bewerbungszentrum

Aufgrund der vielfältigen Marketingaktivitäten von login konzentrierte sich novaCapta in einem Pilotprojekt zunächst auf einen bestimmten Bereich: Für das Bewerbungszentrum wurde ein interaktives Cockpit erstellt, das die Anzahl der verfügbaren Lehrstellen anzeigt und kategorisiert sowie den jeweiligen Status eines bestimmten Lehrstellenangebots angibt. Eine besondere Herausforderung: Da die Schweiz ein mehrsprachiges Land ist, war es wichtig, das Cockpit zusätzlich nach Sprachen (Deutsch, Französisch, Italienisch) aufzubereiten.

Nach der erfolgreichen Implementierung hat novaCapta in einem zweiten Schritt die Datenanalyse aller weiteren Marketingaktivitäten in einem umfassenden, diesmal englischsprachigen Cockpit umgesetzt. Das Gerüst für die

## GA4 und neues CMS: Weitere Herausforderungen warten

Für die Mitarbeitenden von login ist es ein absoluter Gewinn an Transparenz, die KPIs automatisch tagesaktuell zur Verfügung stehen zu haben und selbstständig abrufen zu können. Da nicht nur die Marketing- und Kommunikationsabteilung mit dem Cockpit arbeitet, sondern das gesamte Unternehmen inklusive der regionalen Standorte, hat novaCapta eine Zugriffsregulierung über eine Rechtevergabe hinterlegt.

Auch wenn das automatisierte Cockpit bereits fest in der täglichen Arbeit verankert ist, ist das Projekt noch nicht abgeschlossen: «Die Umstellung auf Google Analytics 4 und die Ablösung unseres Rekrutierungstools CMS werden auch Auswirkungen auf unser Power BI Cockpit haben, die es zu lösen gilt. Und die Marketingwelt dreht sich sowieso ständig weiter, so dass wir auch die Dashboards regelmässig weiterentwickeln müssen», erklärt Stephanie Saner.

[novaCapta.de](https://novaCapta.de)



+49 221 58919-343 • [info@novacapta.com](mailto:info@novacapta.com)

novaCapta GmbH • Im Mediapark 5c • 50670 Köln



+41 41 392 20 00 • [info.schweiz@novacapta.com](mailto:info.schweiz@novacapta.com)

novaCapta Schweiz AG • Industriestrasse 5a • 6210 Sursee