



Smartsite

Putting your content to work

Leonidas: Een smaakvolle site vol dynamiek

De Belgische pralines van Leonidas worden wereldwijd verkocht. Van Frankrijk tot Griekenland, van Hong Kong tot de Verenigde Staten. Jaarlijks gaan er miljoenen pralines over de toonbank. Leonidas is een bedrijf met een traditie die teruggaat tot 1913. Toch gaat het bedrijf met haar tijd mee.

Veel winkels, één uitstraling

In 2006 voerde Leonidas een restyling van haar merk uit: logo en winkelaankleding kregen een facelift. Leonidas streeft naar een eenduidige communicatie, ook bij de winkelpunten. Geen eenvoudige opdracht, omdat veel winkeliers zelfstandigen zijn. Een uniforme look & feel is alleen mogelijk als het bedrijf zelf consistent communiceert met de winkels en de winkeliers zo veel mogelijk ondersteunt met materiaal. Het marketingteam, waarin onder andere Carine Vaeremans (Marketing Manager) en Florine Langeveld (Communication Supervisor) zitten, ontwikkelde in 2006 een breed communicatieplan en presenteerde dit in mei en juni aan de winkeleigenaren in de verschillende landen. Carine Vaeremans: "Op dat moment kondigden we ook aan dat onze nieuwe website in september klaar zou zijn. Daarmee stelden we meteen een heel scherpe deadline."

Bezoekers steeds weer verrassen

De Leonidas-site was aan vernieuwing toe. Niet alleen de look & feel, ook de informatie op de site was verouderd. Voor updates moest Leonidas steeds een beroep doen op derden. De reactietijd lag daardoor hoog. Het productoverzicht was nooit actueel, de persberichten brachten oud nieuws. Florine Langeveld: "We wilden een dynamische website, waar bezoekers regelmatig terugkomen omdat er steeds iets nieuws te beleven is. Dat kan alleen als we de inhoud snel kunnen aanpassen. Als we bijvoorbeeld de visuals kunnen wisselen per seizoen: herfst, Sinterklaas, Kerst, Valentijn, Pasen en de zomer. Elk seizoen heeft immers zijn eigen producten en verpakkingen. En uiteraard moest de look aansluiten bij de nieuwe huisstijl."

Leonidas maakt er een erezaak van om de consument geregeld te verrassen met nieuwe producten en smaken. Florine Langeveld: "We wilden een site die het ritme van onze productie en communicatie volgt. Leonidas verjongt. Met behoud van onze traditie vernieuwden we ons logo en onze kleuren om onze waarden nog beter te onderstrepen: versheid, gulheid, een lange chocoladetraditie en vakmanschap. Een dynamische site zorgt er ook voor dat bezoekers verrast worden en terugkomen voor meer en nieuwe inhoud."



Case

Visuals wisselen per seizoen

"Een dynamische site zorgt er ook voor dat bezoekers verrast worden en terugkomen voor meer en nieuwe inhoud."



Organisatie: Leonidas
www.leonidas.com





“De site is aantrekkelijk en eenvoudig, maar bevat toch veel informatie. Bezoekers vinden makkelijk wat ze zoeken.”



Site zelf aanpassen

Florine Langeveld wilde zelf kleine aanpassingen kunnen uitvoeren. Ook wilde ze weten hoeveel bezoekers de site trekt en hoe hun bezoek verloopt. “De site moest daarnaast veel informatie aankunnen, al onze producten moesten er immers op. Uiteraard onze vlaggenschipproducten, de verschillende pralines. Maar Leonidas is meer dan dat. We verkopen ook chocolade, confiserie en roomijs. Al die producten wilden we op onze site laten zien. Prioriteit nummer één was bovendien dat de winkelzoekfunctie operationeel zou zijn zodra de site live ging. En dat alles in vier talen: Nederlands, Frans, Engels, en Duits!”

Contentmanagementsysteem van Smartsite als basis

Voor de realisatie van de site keek Leonidas uit naar een partner waar ze op kon rekenen en die de uitdagende deadline zou respecteren. “DigiPoint sloeg met de analyse van wat we nodig hadden de spijker op de kop. We merkten ook dat de mensen van DigiPoint er echt bovenop zaten: ze stelden de juiste vragen, reageerden snel en waren bijzonder gefocust”, stelt Florine Langeveld. “Voor Leonidas was en is het bovendien belangrijk dat DigiPoint constructief samenwerkt met ons reclamebureau.” Het project startte begin juni. Twee maanden later ging de nieuwe site live. Een mooie prestatie, vooral omdat al snel bleek dat de oude database met producten en winkelpunten niet overgenomen kon worden. Bovendien besloten we in een laat stadium een extra taalversie - het Duits - toe te voegen. Florine: “De databasegegevens moesten opnieuw ingevoerd worden en we hebben samen met de mensen van DigiPoint dag en nacht gewerkt om op tijd klaar te zijn. Het project bleek veel complexer dan we oorspronkelijk hadden ingeschat. Gelukkig konden we rekenen op de ervaring en flexibiliteit van DigiPoint. Daardoor bleven we binnen de planning.”

Zelf promotieacties opzetten

DigiPoint koos ervoor de site te bouwen op basis van het contentmanagementsysteem van Smartsite. Met dit systeem kan Leonidas zelf acties en promoties opzetten. Smartsite is bijzonder eenvoudig. Niet-technische gebruikers kunnen er snel mee aan de slag. En omdat het systeem van Smartsite goed uitgebreid kan worden, kon DigiPoint ook heel makkelijk een .NET-applicatie toevoegen. De winkelzoekfunctie op de site maakt nu gebruik van Maporama webservices. In de toekomst zal ook het extranet geïntegreerd worden in het contentmanagementsysteem.

Veel positieve reacties

“We krijgen veel positieve reacties op de site”, vertelt Florine Langeveld. “Zo merken we dat de medewerkers van Leonidas eindelijk trots zijn op ‘hun’ site! De site is inderdaad aantrekkelijk en eenvoudig, maar bevat toch veel informatie. Bezoekers vinden makkelijk wat ze zoeken. Elke mail die een bezoeker via de site stuurt, vindt bij ons automatisch zijn weg naar de juiste afdeling. En we kunnen de site aanpassen per land”, vertelt Florine Langeveld enthousiast. “In Frankrijk zoeken we via de site bijvoorbeeld naar nieuwe winkelpunten. In België loopt een promotieactie in samenwerking met Unicef. Ook de persinformatie kunnen we per land aanbieden. We kunnen onze internetacties dus verfijnen per land en per doelgroep en daarbij gebruik maken van actuele informatie. Resellers van Leonidas, die ieder verantwoordelijk zijn voor een groep winkels, houden de gegevens van de winkels up-to-date via een intranet dat met de site verbonden is. De mogelijkheden van de nieuwe site scheppen meer werk, maar voegen ook een grote meerwaarde toe voor de klant... en daarmee voor Leonidas.”

Smartsite B.V.

Elektronicaweg 33
2628 XG Delft
Nederland

T +31 (0)15 251 37 20

F +31 (0)15 251 37 21

E info@smartsite.nl

I www.smartsite.nl