

Pressemitteilung

„Wir helfen Einkäufern, die beste Entscheidung zu treffen“ B2B-Plattform „Wer liefert was“ präsentiert sich nach Relaunch in modernerem Design und mit neuen Features

- **Neues Corporate Design inkl. neuem Logo und Claim sorgt für besseres Nutzererlebnis**
- **KI-gestützte Volltextsuche löst Kategoriensystem ab und liefert relevantere Suchergebnisse**
- **Service wlv Connect wird neben der klassischen Suche zur gleichberechtigten Sourcing-Möglichkeit**

Hamburg, 24. September 2020. Ab sofort präsentiert Visible die erfolgreichste B2B-Plattform der DACH-Region „Wer liefert was“ in völlig neuem Gewand und mit weitreichenden technischen Veränderungen. Der Name wird vereinfacht von „Wer liefert was“ zu der simplen und einprägsamen Kurzform wlv. Der Claim „Einfach. Besser. Entscheiden.“ bringt das neue Selbstverständnis der Plattform auf den Punkt: Mit einer Datenbank aus rund 590.000 Lieferanten, Herstellern, Händlern und Dienstleistern bietet wlv Beschaffungsprofis eine ideale Grundlage, um die beste Einkaufsentscheidung zu treffen. Doch nicht nur die Marke und das Erscheinungsbild wurden einem umfassenden Relaunch unterzogen. Neue Features wie der prominent platzierte E-Sourcing Service wlv Connect, ein verbessertes Firmenprofil sowie die Implementierung der Unified Search, einer präzisen, KI-gestützten Volltextsuche, machen es Einkäufern nun noch einfacher, auf schnellstem Weg den passenden Lieferanten für jeden Bedarf zu finden.

Einprägsamer und moderner – „Wer liefert was“ wird zu wlv

Der Markenauftritt von wlv hat sich in den vergangenen Jahren immer wieder erneuert und wurde den Gegebenheiten im Markt angepasst. Nun folgt die vermutlich größte Veränderung: Der seit 1932 verwendete Name „Wer liefert was“ wird auf die prägnante, leicht zu erinnernde Kurzform wlv reduziert. „Der Relaunch ist die weitreichendste Veränderung der Plattform seit zehn Jahren. Wir wollen nicht nur die Nutzererfahrung und den Entscheidungsprozess für Einkäufer vereinfachen, sondern auch unseren Markenauftritt. Deshalb ist es nur konsequent, dass wir künftig die bereits durch die URLs wlv.de, wlv.at und wlv.ch bekannte Abkürzung wlv nun auch als Namen verwenden“, erklärt Peter F. Schmid, CEO von Visible. „Der jahrzehntelangen Bedeutung und dem Ursprung der Marke werden wir so weiterhin gerecht, gleichzeitig verschlanken wir jedoch die Kommunikation und stärken die Identifikation mit den Domains, über die Einkäufer in der DACH-Region auf die Plattform zugreifen.“

Das neue Logo – der „Switch“ – wurde mit dem Anspruch entwickelt, die Transformation von dem früheren Nachschlagewerk hin zu einem digitalen Tech-Unternehmen mit internationaler Bedeutung widerzuspiegeln. Elemente wie der grüne Punkt aus dem Visible-Logo sowie die Verwendung der bekannten Farben Dunkelblau und Grün führen die Marke in ihrem Erscheinungsbild stärker an das „Markendach“ Visible heran. Der neue Claim „Einfach. Besser. Entscheiden.“ ist einprägsam und bringt die Kernkompetenz von wlv auf den Punkt: „Das

Leistungsportfolio von wlw geht über die einfache Anbietersuche hinaus. Wir helfen Einkäufern, die beste Entscheidung für ihr Unternehmen und ihre Anforderungen zu treffen. Und das einfacher und besser als alle anderen B2B-Plattformen in der DACH-Region“, fasst Schmid die Entscheidung für den neuen Claim zusammen.

wlw Connect als neues Herzstück

Ergänzt wird das umfangreiche Redesign von wlw durch die Umstrukturierung der Website sowie durch die Implementierung verschiedener neuer Tools für Einkäufer. Im Zentrum stehen die grundlegend optimierte Suche sowie der neue Service wlw Connect.

„Neben unserer klassischen Suchmaske steht wlw Connect ab sofort als gleichberechtigte Sourcing-Option im Fokus der Seite. Es folgen der für Einkäufer relevante Content sowie ein flexibler Teaser-Bereich. Das neue wlw ist übersichtlicher und klarer strukturiert, so dass der Besucher sofort erkennt, was ihn erwartet“, erklärt Peter F. Schmid. Die prominente Platzierung von wlw Connect erfolgt aus gutem Grund: Ziel des Service ist es, Einkäufer und Anbieter auf schnellstem Wege zusammenzubringen. Die Einkäufer geben dafür ihren Bedarf in ein Online-Formular ein und erhalten binnen kürzester Zeit, oft schon am nächsten Tag, eine Auswahl qualifizierter Unternehmen – ganz gleich, ob für einen langfristigen Rahmenvertrag oder eine einmalige Lieferung. Experten werten dafür die Anfrage aus, indem sie die Suchparameter mit der wlw-Datenbank mit 590.000 B2B-Anbietern abgleichen. wlw Connect trifft anhand der Ergebnisse eine Vorselektion, kontaktiert die passenden Lieferanten und klärt, ob die Anfrage für sie interessant ist. Auch die Frist wird dabei berücksichtigt. Einkäufer erhalten im Anschluss eine übersichtliche Liste aller interessierten Anbieter und können gezielt Kontakt aufnehmen. „Bereits in einer ersten Beta-Phase konnten wir zahlreiche Einkäufer von wlw Connect überzeugen. Mit dem Einsatz des neuen Service reduzierte sich der zeitliche Aufwand im Rechercheprozess für den Einkäufer im Durchschnitt um 30 bis 50 Prozent im Vergleich zur normalen Suche. Einige Nutzer erzählten uns, dass sie nur zehn Prozent der gewohnten Zeit für ihre Recherche benötigten. wlw Connect stellt somit eine enorme Erleichterung im Arbeitsalltag dar“, so Schmid.

Mit Unified Search zur besten Suche im B2B-Bereich

Präziser, relevanter und übersichtlicher – mit der Implementierung einer KI-gestützten Volltextsuche bietet wlw seinen Kunden ab sofort die beste B2B-Suche Europas. Beschaffungsprofis erhalten damit deutlich relevantere Ergebnisse, denn die neue Suche durchleuchtet jetzt alle hinterlegten Informationen der unterschiedlichen Firmenprofile und sortiert anhand dieser Inhalte die Resultate. Umfangreiche Filtermöglichkeiten sorgen für eine schnelle, präzise und auf den Kunden optimierte Suche. „Bei allen Neuerungen, die wir für wlw geplant haben, stand für uns immer das Nutzererlebnis im Vordergrund. Einkäufer sollen auf den ersten Blick erkennen können, was sie bei wlw erwartet und warum wir ihnen einen echten Mehrwert bieten“, erläutert Schmid. „Den passenden Lieferanten für den individuellen Bedarf zu finden, ist das Herz von wlw. Deshalb galt es hier, die bestmögliche Lösung für die Einkäufer zu schaffen. Mit der Implementierung der Unified Search ist uns dies gelungen.“

Übersichtlich und prägnant – Neues Firmenprofil erleichtert Lieferantensuche

Das überarbeitete Design der Firmenprofile auf wlw soll es Einkäufern ermöglichen, die gesuchten Lieferanten-Informationen noch schneller und intuitiver zu finden. Um dieses Ziel zu erreichen, haben die Produktentwickler von wlw mit Experten gesprochen: Zahlreiche Einkäufer haben den

Entwicklungsprozess des neuen Firmenprofils in Nutzertests und Experteninterviews unterstützt. Während im ehemaligen Firmenprofil die Inhalte auf verschiedene ausklappbare Reiter aufgeteilt waren, befinden sie sich nun alle auf einer Seite. Dass die Informationen zudem prägnanter aufbereitet sind, sorgt für mehr Übersichtlichkeit – vor allem auf mobilen Geräten wie Smartphones und Tablets. Das neue Firmenprofil besteht aus einzelnen Blöcken, die untereinander aufgereiht und jeweils einer bestimmten Kategorie an Informationen gewidmet sind. Die Reihenfolge wurde mit ausgewählten Einkäufern abgestimmt und so gewählt, dass sie den Suchenden bestmöglich unterstützt: beginnend mit den Kerninformationen wie der Kontaktübersicht und nach unten hin bestückt mit weiterführenden Infos. Außerdem sind weitere Informationen geplant, wie z. B. Details zum Finanzstatus der Unternehmen.

Für die Suche unterwegs – das neue wlw auch als App

Um Beschaffungsexperten auch mobil die beste Einkaufsentscheidung zu ermöglichen, gibt es wlw nun als App, die sämtliche Services optimiert für Smartphone und Tablet anbietet. Nutzer erhalten einen personalisierten Bereich mit vielen Funktionen, um die eigene Suche so einfach und effektiv wie möglich zu gestalten. Der Bereich „Discover“ zeigt die zuletzt gesuchten Unternehmen an und empfiehlt Anbieter basierend auf den jüngsten Aktivitäten. „Mobile only“-Funktionen wie der Direktanruf oder der Foto-Upload von der Smartphone-Kamera, beispielsweise um einer wlw Connect-Anfrage ein Bild anzuhängen, runden das Angebot ab. Zusätzlich können Benachrichtigungen zu laufenden Suchen und Anfragen eingestellt werden. So können Kunden künftig noch schneller reagieren und Zeit bis zum erfolgreichen Kauf sparen.

Der wlw-Relaunch wird noch im vierten Quartal 2020 mit einer umfassenden Marketing-Kampagne in Web, Print und Social Media gestützt. Es ist die größte Marketing-Offensive von Visable seit knapp drei Jahren.

Pressekontakt

Visable GmbH
Carsten Brandt
ABC-Straße 21
20354 Hamburg
+49 40 2 54 40-131
carsten.brandt@visable.com

Pressekontakt

achtung! GmbH
Lena Marg
Straßenbahnring 3
20253 Hamburg
+49 40 45 02 10-611
visable@achtung.de

Über Visable

Visable unterstützt den industriellen Mittelstand, Produkte und Dienstleistungen für Einkäufer international zugänglich zu machen. Als speziell auf Geschäftskunden zugeschnittene Verbindung aus eigenen B2B-Plattformen und Online-Marketing-Services wie zum Beispiel Google Ads und Retargeting bietet das Unternehmen ein breit gefächertes digitales Portfolio zur Reichweiten-Steigerung im Internet.

Zu den von der Visable GmbH betriebenen Plattformen gehören wlw („Wer liefert was“), heute die führende B2B-Plattform in der D-A-CH-Region mit rund 590.000 registrierten Firmen, sowie die europäische B2B-Plattform EUROPAGES, auf der rund 3 Millionen Firmen registriert sind. Zusammen erreichen die Plattformen monatlich über 3,9 Millionen B2B-Einkäufer, die nach detaillierten Unternehmens- und Produktinformationen suchen.

Mit seinen Online-Marketing-Services bietet Visable Unternehmen zusätzliche Möglichkeiten, ihre Reichweite im Internet zu erhöhen. Visable ist derzeit einziger Google Premium-Partner mit B2B-Schwerpunkt.

Das Unternehmen Visable entstand als Antwort auf die Herausforderungen der Internationalisierung und Digitalisierung im B2B-Bereich

und beschäftigt heute an seinen Standorten Hamburg, Berlin, Münster und Paris über 380 Mitarbeiter. Als gemeinsames Dach für die Marken wlw und EUROPAGES baut Visible seine Marktplätze und Online-Marketing-Services kontinuierlich aus.

Weitere Artikel, Informationen, Pressemitteilungen und Downloads finden Sie unter www.visible.com/presse.