

**«Zusammen mit Webrepublic  
haben wir uns zum internen  
Kompetenzzentrum  
für digitalen Content  
entwickelt.»**

Oliver Tamas,  
Head of Portal sbb.ch & Social Media

# Workshop mit der SBB: Vom Marketer zum Content Hero



Wie aus E-Business-Mitarbeitern der SBB motivierte und proaktive Content-Marketing-Pioniere werden

## Vom E-Business-Mitarbeiter zum Content Hero

Für den Bereich E-Business der SBB ist eine neue Content-Marketing-Strategie definiert worden. Damit die neue Strategie vom 40-köpfigen Team getragen wird, hat der Bereich E-Business zusammen mit Webrepublic ein Projekt mit abschliessendem Workshop durchgeführt. Das Ergebnis: 40 motivierte Content Heroes leben Content-Marketing, ihr neu konzipierter Content erreicht über unterschiedliche Plattformen eine höhere Relevanz und Qualität.

## Erbrachte Dienstleistungen:

- ★ Consulting
- ★ Web-Analyse

 SBB CFF FFS

## Unternehmensfakten

Sektor: Öffentlicher Verkehr

Mitarbeiter: 32'730 (2014)

Umsatz: CHF 8,542 Mrd. (2014)

Gegründet: 1902

Website: sbb.ch



# Das Projekt im Überblick

## Ausgangslage

- ★ Bei der SBB arbeitet ein 40-köpfiges Team im Bereich E-Business.
  - ★ Eine neue Content-Marketing-Strategie ist für den Bereich definiert worden.
  - ★ Die Umsetzung der neuen Strategie wird den Arbeitsalltag des Teams nachhaltig prägen.
- 

## Ziele

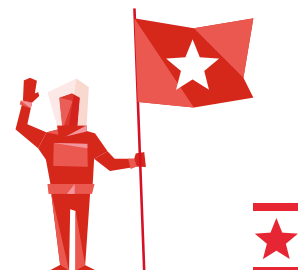
- ★ In Übereinstimmung mit der Content-Marketing-Strategie werden effiziente interne Prozesse definiert und implementiert.
  - ★ Das Team versteht die Strategie und trägt deren Umsetzung mit.
  - ★ Die neuen Prozesse steigern die Effektivität der eigenen Arbeit.
  - ★ Das Team lebt Content-Marketing. Das heisst: Die Content Heroes lancieren selbst Themen und entwickeln Kampagnen.
- 

## Massnahmen

- ★ Datengestützte Entwicklung einer umfassenden Content-Marketing-Strategie.
  - ★ Definition der Prozesse, Aufgaben, Verantwortlichkeiten und Kompetenzen im Content-Marketing-Team.
  - ★ Konzeption und Durchführung des interaktiven Kick-off-Workshops im Berner Stade de Suisse mit dem 40-köpfigen E-Business-Team.
- 

## Ergebnisse

- ★ Das Team hat die Prozesse implementiert und arbeitet seither effektiver und effizienter mit den Tools.
- ★ Mitarbeiter sind motiviert, weil sie die digitale Strategie und deren Implikationen verstehen und im Alltag leben.
- ★ Im Workshop entwickelte Ideen und Arbeitsweisen sind erfolgreich umgesetzt worden.  
Beispiele: RailStyle-Kampagne, Die SBB-Schafe (#sbbmääh)



**«Gemeinsam mit Webrepublic  
haben wir uns zu einer  
führenden Content-Marketing-  
Abteilung entwickelt.»»**

**Oliver Tamas,  
Head of Portal sbb.ch & Social Media**

Webrepublic AG  
Seefeldstrasse 233  
8008 Zürich

+41 44 542 90 60  
office@webrepublic.com  
www.webrepublic.com

Webrepublic AG  
Avenue de Sévelin 32a  
1004 Lausanne

+41 21 545 50 18  
office@webrepublic.com  
www.webrepublic.com

