

SAXO ERMÖGLICHT DEMOKRATISIERTEN WERTPAPIERHANDEL FÜR ALLE

CSC hatte das große Vergnügen, mit dem Senior Global Webmaster von Saxo Bank, Ian Semey, darüber zu sprechen, was das Unternehmen 2012 dazu bewogen hat, eine neue generische Top-Level-Domain (gTLD) zu beantragen, wie lange die Umsetzung einer neuen globalen Domain-Richtlinie dauerte und wie diese in den letzten Jahren erfolgreich eingesetzt wurde. Saxo Bank nahm eine erfolgreiche Implementierung vor und vereinfachte die Prozesse zwischen IT und Marketing, bot Kunden mit einfachen und sicheren Kommunikations-Tools Transparenz und unterstützte den Vertrieb mit klaren Botschaften.

Ian Semey begann 2008 als freier Mitarbeiter bei Saxo Bank und wurde 2011 Webmaster. Ihn reizte die Vielfalt, die Saxo Bank bot, sowie die Möglichkeit, Stakeholder aus verschiedenen Abteilungen zusammenzubringen, um Lücken zu schließen.

Saxo Bank ist darauf spezialisiert, Trader, Investoren und Partner über ein einziges Konto mit globalen Märkten zu verbinden. Das Unternehmen gehört zur Saxo Group, ist von der dänischen Finanzaufsichtsbehörde zugelassen und unterliegt deren Regularien. Saxo hat Online-Plattformen etabliert, um den Zugang zu Multi-Asset-Märkten zu erleichtern und Kunden jeder Größe professionelle Tools, branchenführende Preise und einen erstklassigen Service zu bieten. Ziel des Unternehmens ist die Demokratisierung des Handels mit allen Währungen und Finanzinstrumenten. Dies ist eine sehr wichtige Initiative für das Unternehmen.

Zur Erreichung dieses Ziels beantragte die Saxo Group

2012 eine neue gTLD. Damals hatte Saxo Bank Lizenzen in einigen Ländern, aber nicht in allen. Leider verfügte Saxo über keine Banklizenz für wichtige Märkte wie Großbritannien, Singapur und Hongkong und konnte daher den Begriff „Bank“ nicht in der Domain verwenden. Die Domain saxo.com war im Besitz eines Buchhändlers. Ihr Kauf wurde in Erwägung gezogen, doch die Kosten waren zu hoch. Dann wurde das New gTLD-Programm der Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) ins Leben gerufen. Saxo sah darin eine große Chance – nicht nur, weil das Unternehmen seine Domain wählen konnte, sondern auch, weil es die volle Kontrolle über den Domain-Raum erlangte. Das bedeutete, dass Saxo und seine Kunden die Sicherheitsvorteile erhielten, die sie dringend benötigten, denn die Finanzbranche ist DAS Ziel für Sicherheitsverstöße aller Art.

Fast 10 Jahre nach der Einführung der neuen gTLD ist Saxo überzeugt, dass die Möglichkeiten für deren



SAXO

BE INVESTED

“ Wenn wir eine neue Kampagne starten, können wir jetzt innerhalb weniger Stunden die erforderliche Domain registrieren und dann eine Kurz-URL anwenden, die leicht auszusprechen und wiederzuerkennen ist. Wir verwenden CSCDomainManagerSM für unsere Registrierung und eine Link-Management-Plattform namens Rebrandly im Rahmen unserer URL-Strategie.

Ian Semey
Senior Global Webmaster
Saxo Bank

Nutzung endlos sind. „Als Global Webmaster für Saxo Bank kann ich nach Möglichkeiten suchen, wie wir unser Online-Geschäft für unsere Kunden und auch für die Stakeholder innerhalb von Saxo Bank verbessern, aber vor allem ausbauen können“, erläutert Semey. „Das erfordert die Zusammenarbeit mit allen möglichen Abteilungen, zum Beispiel IT, Rechtsabteilung, Marketing, Personalabteilung.“

Wie jedes Unternehmen führt Saxo im Laufe eines Jahres mehrere Vertriebs- und Marketingkampagnen durch, um den Kunden neue Produkte vorzustellen, Thought Leadership-Inhalte zu verbreiten oder Kunden zu Präsentationen einzuladen. Doch diese Kampagnen laufen nur über eine kurze Zeit. Die Marketingabteilung von Saxo musste bisher regelmäßig neue Domains und Kurz-URLs beantragen, was normalerweise von der IT-Abteilung erledigt wurde.

Die neue gTLD hat nicht nur die IT-Abteilung entlastet, sondern Saxo auch in die Lage

versetzt, über das hinauszugehen, was vorher möglich war. „Wenn wir eine neue Kampagne starten, können wir jetzt innerhalb weniger Stunden die erforderliche Domain registrieren und dann eine Kurz-URL nutzen, die leicht auszusprechen und wiederzuerkennen ist“, sagt Semey. „Wir nutzen CSCDomainManager für unsere Registrierung und eine Link-Management-Plattform namens Rebrandly im Rahmen unserer URL-Strategie. Wir haben eine SMS-Marketing-Kampagne gestartet, die potenziellen Kunden vermittelt, wie sie zur Saxo Bank-Plattform wechseln können. Durch die Nutzung einer eigenen Domain-Endung, die kurz, aussagekräftig und wiedererkennbar ist, in Verbindung mit der Link-Management-Plattform, konnten wir die Anzahl der Nachrichten, die wir an jeden Empfänger senden mussten, von vier auf zwei reduzieren. Dies führte zu einer Gesamtkostensenkung von 60.000 Euro für eine Kampagne.“

“

Durch die Nutzung einer eigenen Domain-Endung, die kurz, aussagekräftig und wiedererkennbar ist, in Verbindung mit der Link-Management-Plattform, konnten wir die Anzahl der Nachrichten, die wir an jeden Empfänger senden mussten, von vier auf zwei reduzieren. Dies führte zu einer Gesamtkostensenkung von 60.000 Euro für eine Kampagne.

”

gTLD und Link-Management-Plattform

▼ VORHER

https://www.saxoinvestor.be/sim/investor-demo/InvestorDemo-NL-BE/welcome/59FDCE90-775E-478C-8CB1-CC45C1253BEB/nl-be?cmpid=ac_sms

✓ NACHHER

<https://goto.saxo/c5x>