

Das infolox-Team wünscht frohe Festtage
und ein erfolgreiches neues Jahr!



Taten statt Karten: infolox verzichtet auch in diesem Jahr wieder auf Weihnachtskarten und Präsente zugunsten einer Spende an die „Kinderbrücke Allgäu“. Diese Einrichtung unterstützt Kinder durch Akuthilfe in Einzelfällen, fördert Institutionen bei der Umsetzung von Projekten und initiiert Präventivprojekte.
www.kinderbruecke-allgaeu.de



Online und stationär – PIM, CMS und Shop in einer Box

Endress Motorgeräte, ein führender Händler für professionelle Garten- und Forsttechnik mit mehr als 20 Filialen, setzt für seine Online-Lösung auf die Omnichannel-Commerce-Box von infolox – die Komplettlösung aus PIM, CMS und Shop in der Cloud.

Die Endress Motorgeräte GmbH, ein Traditionshaus mit bald siebzigjähriger Geschichte, ist als Omnichannel-Händler online und stationär unterwegs. Das Unternehmen mit Stammsitz in Stuttgart verbindet seine Filialen mit dem Online-Shop über Click & Collect. So ist es möglich, online bestellte Produkte per Versand oder durch Abholung in einer Wunschfiliale zu erhalten. Letzteres ist besonders bei größeren und einweisungsbedürftigen Produkten relevant. Neben privaten Endkunden können auch B2B-Kunden den Online-Shop verwenden.

Ziel und Inhalt des Projektes für infolox bei der Endress Motorgeräte GmbH war die schnellstmögliche Ablösung des bestehenden Shop-Systems durch eine modernere, Symfony-basierte Gesamtlösung aus CMS und Shop – die Omnichannel-Box von infolox.

Diese stellt neben dem professionellen Online-Shop mit den erforderlichen Schnittstellen für alle Drittsysteme auch einen starken Produktfinder samt Suche zur Verfügung, zudem einen Dokumenten-Download und ein Click & Collect-Modul mit Filialfinder. Weiterhin deckt sie auch den redaktionellen Content-Teil für die Unternehmensdarstellung komfortabel ab.

Produktfinder und Produktsuche können durch den Shop-Betreiber einfach im PIM-System konfiguriert und gesteuert werden. Ein weiteres Highlight der Omnichannel-Box ist der Layout-Manager, mit dem auf Basis eines Baukastens aus Medienbühnen, Teasern und anderen Elementen beliebige Seitentypen im responsiven Layout per Drag & Drop gestaltet werden können. Ein Merklisten-Modul ermöglicht es dem Kunden, seine favorisierten Produkte für einen späteren Kauf abzulegen oder diese mittels der integrierten Mailfunktion zu versenden.

Als System für die Vorhaltung granularer und qualitativ hochwertiger Produktdaten für Shop, Produktfinder und Produktsuche wurde das PIM-System EPIM von Viamedici durch infolox eingeführt und über den SOLR-PIM-Connector der Omnichannel-Box in die Gesamtlösung integriert.

Diese generiert auch die Datenblätter für alle Produkte aus dem PIM-System vollautomatisch und stellt sie im Online-Shop zum Download zur Verfügung. Die Übergabe der Bestellungen an das ERP und die aus dem ERP initiierte Versandbestätigung verwirklicht infolox ebenfalls mittels der voll integrierten Schnittstelle.

Nach kurzer Analyse der Anforderungen und Daten sowie der vorhandenen Systemumgebung wurde parallel in zwei Teilprojekten das PIM eingeführt, die Datenblättererstellung vollautomatisiert, CMS (eZ Platform) und Shop (Sylius) konzipiert sowie das Ganze vollständig neu implementiert.

Zeitgleich wurden durch infolox die Daten aus dem alten Shop aufbereitet und in das PIM-System migriert. Neben den Produktdaten wurden auch die bestehenden Kundendaten in die Omnichannel-Box überführt, selbstverständlich unter Berücksichtigung des Datenschutzes. Hosting, Wartung und Betrieb erfolgen durch infolox in einer hoch sicheren Private Cloud.

„ Mit dem Umstieg auf die Omnichannel-Box von infolox verfügen wir nun endlich über eine wirklich professionelle Lösung, die nicht nur alle unsere besonderen Anforderungen als Omnichannel-Händler perfekt abdeckt, sondern durch ihre offene Architektur auch bereit ist für unsere individuellen Zukunftsideen.

Michael Endress
Geschäftsführer von Endress Motorgeräte

Über Endress Motorgeräte GmbH

Die Endress Motorgeräte GmbH mit Sitz in Stuttgart ist als STIHL und VIKING Fachhändler ein bundesweit führendes Unternehmen seiner Art mit über 20 Niederlassungen und mehr als 200 Mitarbeitern. Das Unternehmen legt großen Wert auf qualifizierte Beratung und optimalen Service. Von Generation zu Generation wurden dabei zwei ganz wichtige Garantien für den Erfolg weitergegeben: Verlässlichkeit und ehrliches kaufmännisches Denken und Handeln. www.endress-shop.de



Glänzende Oberflächen

Bei ihrer digitalen Neuausrichtung setzt die Pfleiderer Gruppe, als international aufgestellter Spezialist für hochwertige Holzwerkstoffe mit herausragender dekorativer Oberflächenkompetenz, auf infolox als zentralen Partner für Omnichannel-Kommunikation und -Commerce – mit glänzendem Ergebnis.

Nach einer Konsolidierungsphase und einhergehender Neuausrichtung des Konzerns in den Jahren 2012 bis 2015 erfolgte 2016 der Startschuss für die digitale Neuausrichtung unter der Dachmarke Pfleiderer.

Dabei wurden auch bestehende Agenturen, Softwarehersteller und IT-Dienstleister der unterschiedlichen Tochtergesellschaften hinsichtlich ihres Leistungsvermögens, strategischer Ansätze und Gesamtportfolios bewertet. Nach intensiver Prüfung des Status Quo und der Perspektiven entschied sich Pfleiderer für die komplette Neuausrichtung der Omnichannel-Kommunikation und zugehöriger Backend-Systeme wie PIM, CMS und Shop mit infolox als strategischem Partner.

In kürzester Zeit wurde mit infolox ein neues, umfassendes Konzept für Webportal, E-Commerce und E-Mail-Marketing erstellt, das bestehende PIM-System von Viamedici reaktiviert und inhaltlich aktualisiert sowie als Phase 1 das Webportal www.pfleiderer.com im Responsive-Design mit dem Enterprise Open Source CMS eZ Platform umgesetzt.

Durch die umfassende Verwaltung der Produktinformationen und des kompletten Beziehungswissens zwischen Dekoren, Trägerwerkstoffen, Strukturen und deren Anwendungsgebieten entstand eine hoch informative Online-Plattform für Architekten und Verarbeiter.

Ganz gleich ob die Auswahl der Lösung über das Dekor oder die eigentlichen Werkstoffe und deren Eigenschaften erfolgt: beim neuen Online-Auftritt von Pfleiderer findet jeder User den passenden Zugang. Zusätzlich wurde gerade für Architekten ein umfangreiches Verzeichnis von Referenzen geschaffen, die ebenfalls im PIM beschrieben und bidirektional mit den Produkten verknüpft sind.

Direkt nach Umsetzung und Go-Live des Webportals – in den Kernsprachen befüllt mit redaktionellem Content aus dem CMS und umfangreichen und tagesaktuellen Produktinformationen aus dem PIM – erfolgte

der Rollout für weitere Märkte und Sprachen wie Frankreich, Niederlande, Italien und Polen.

Das Webportal verfügt darüber hinaus über einen integrierten Shop zur Bestellung von Mustern für Pfleiderer-Partner mit Anbindung an SAP.

Nach dem Rollout für die diversen Länder erfolgt der konsequente Ausbau des geschlossenen Partner-Bereichs und weiterer Online- und Offline-Aktivitäten.



Auch wenn der Neuanfang ein enormer Kraftakt für alle Beteiligten war, haben wir mit dem Relaunch unserer Website einen riesigen Schritt geschafft. Man kann bereits jetzt erahnen welches Potenzial der medienneutrale und kanalübergreifende Ansatz von infolox mit PIM, CMS und Shop aus einer Hand hat. Hätten wir parallel zum Neuanfang noch zig Agenturen und Softwarehersteller an einen Tisch bringen und koordinieren müssen, hätten wir wohl noch keine neue Website. Mein persönliches Highlight ist wohl der hochdynamische und vernetzte Ansatz zur Darstellung unserer Produkte mit allen zugehörigen Informationen und deren Anwendungsvielfalt an einer Stelle, den wir so Dank infolox erstmalig bieten können.

Stefan Göldner
Head of Communication bei Pfleiderer

Über die Pfleiderer Gruppe

Die Pfleiderer Gruppe ist ein führender Holzwerkstoffhersteller in Europa mit einem jährlichen Umsatz von ca. 1 Mrd. Euro und rund 3.500 Mitarbeitern. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Wrocław (Polen) sowie in Neumarkt i. d. OPf. (Deutschland). www.pfleiderer.com



Amazon, Contorion und der eigene Online-Shop

Amazon Business ist seit Ende 2016 in Deutschland aktiv und legt ein rasantes Wachstum vor. Ist damit das Ende des Modells „Eigener Webshop“ nah? Aktuelle Entwicklungen und ein genauerer Blick auf Amazon Business zeigen, dass dies nicht der Fall ist.

Das Startup Contorion, ein B2B-Webshop, wurde gerade drei Jahre nach Gründung für 130 Millionen Euro vom Werkzeugspezialisten Hoffmann SE übernommen. Contorion fokussiert auf kleine und mittelgroße Unternehmen, hat dem Wettbewerb in einem sehr fragmentierten Markt eine sehr große Sortimentsbreite und -tiefe voraus, dazu Preisvorteile durch Direktvertrieb, zielgruppengerechte Funktionen bei hoher Usability des Shops sowie hohe Liefertreue.

Hoffmann hat sich also einen top Online-Shop samt Management- und Entwicklerteam gekauft, um das Know-how für die eigene Zielgruppe auszubauen. Und glaubt also auch in Zeiten von Amazon Business an den eigenen Online-Shop.

Warum dies so ist, zeigt ein Blick auf die zahlreichen Schwächen von Amazon. Viele grundlegende Anforderungen an eine gute Produktpräsentation erfüllt Amazon nicht oder nur ansatzweise: seien es sinnvolle Produktgruppenstrukturierungen, auch nach Anwendungssituationen gegliedert, spezifische Produktfinder und Produktvergleichsfunktionen, wirklich passende Verweise zu Zubehör und verwandten Produkten, Dokumenten- oder CAD-Downloads, Darstellung von integrierten Lösungen, konfigurierbare Produkte oder solche mit vielen und komplexeren Varianten.

Bei Amazon werden Produktinformationen von Herstellern oder Händlern gepflegt, erstere haben dabei mehr Möglichkeiten. Erweiterte Pflegemöglichkeiten müssen jedoch teuer bezahlt werden. Dies führt zu stark schwankender Qualität der Produktinformationen.

Selbst Themen wie Staffelpreise oder Preise nach Kundensegmenten sind nicht oder nur unbefriedigend gelöst. Dies gilt umso mehr für weitergehende Instrumente wie Online-Support-Chat oder Kundenbindungs- und Bonifizierungsmodelle.

Auch eine durchgehende Prozessautomatisierung ist nur ansatzweise möglich und muss ständig nachgehalten werden, da Amazon oft Änderungen durchführt und nicht alles, was mit einem Produkt bei Amazon passiert, automatisiert erkannt werden kann.

Zudem werden die Ursachen von Aktivitäten von Amazon, wie plötzliche Auslistung eines Produktes, meist nicht kommuniziert. Daher ist ein ständiges persönliches Sortimentsmanagement unabdinglich.

„ *Diese Schwächen sprechen eine klare Sprache für die Lösung „Eigener Online-Shop“. Denn der Erfolg von Contorion, Zalando und anderen branchenspezifischen Shops beweist, dass zielgruppengerechte Produktpräsentation und User-Experience die pure Größe schlagen.*

Alexander Pircher
Geschäftsführer der infolox GmbH



www.infolox.de



www.qr-infolox.de

KONTAKT



infolox GmbH
Bregenzer Straße 101
D-88131 Lindau

Fon: +49 8382 27 5894-0
Fax: +49 8382 27 5894-9

Niederlassung Dortmund
Heiliger Weg 60
D-44135 Dortmund

Fon: +49 231 5869849-0
Fax: +49 231 5869849-9