



Case Study: Stockmann

Omnichannel Commerce über alle Kanäle hinweg



E-Commerce mit automatisierter Sortierung von Produktrelevance

Hohe Produktrelevanz durch automatisches Sortieren von Produkten auf Kategorienseiten basierend auf Geschäftsregeln, Relevanzkriterien und anonymisiertem Nutzerverhalten.



Enterprise-Suche und Shop-in-Shops mit Markenartikel

Die leistungsfähige Suchfunktion mit facetthierter Suche, Autocomplete und Filter ermöglicht relevante Produkt- und Suchergebnisseiten sowie Shop-in-Shop-Seiten.



Verbindung von lokalen Einzelhandelsgeschäften mit digitalen Diensten

Mit Tablets ausgestattetes Verkaufspersonal in den Geschäften hat weitere Produktinformationen. Personal kann Kunden über Produktverfügbarkeit, neue Produkte etc. informieren.

Herausforderung: Dynamische E-Commerce-Plattform

Um den wachsenden Kundenanforderungen gerecht zu werden, benötigte Finnlands größter Einzelhändler Stockmann eine ausgereifte und zukunftssichere E-Commerce-Plattform. Der Fokus lag auf der Präsentation hochrelevanter Produkte, inklusive eines hervorragenden Kampagnenmanagements, einer erweiterten Suche und der Anbindung lokaler Geschäfte an die digitale Welt von Stockmann.

Verbindung von E-Commerce Features und Produktdaten

Für die neue Online-Plattform von Stockmann wurde die E-Commerce-Lösung Magento ausgewählt. Als Suchmaschine setzt Stockmann das AOE-Produkt Searchperience ein, das sehr eng mit der Produktdatenbank verzahnt ist. Die wichtigsten Features:

Dynamische Navigation passt sich automatisch an das aktuelle Produktinventar an. Nicht verfügbare Produkte werden erst angezeigt, wenn sie wieder verfügbar sind.

Automatisierte Produktsortierung auf den Kategorienseiten basierend auf Geschäftsregeln, Relevanzkriterien und anonymisiertem Nutzerverhalten.

Kampagnenmanagement ermöglicht die schnelle und einfache Kampagnen- und Zielseiteneinrichtung für Zielgruppen mit entsprechenden Produktangeboten.

Fortgeschrittene Suche: Bietet Autocomplete, facetthierte Suche und zahlreiche Filteroptionen über alle Kanäle hinweg im Shop, Blog und der Mobile App.

Kundenbindung: Optionen zur Bereitstellung von Vorteilen wie Sonderangebote oder Rabatte für treue Kunden.

Shop-in-Shop: dedizierter Markenshop und saisonale Inhaltsseiten mit individuellem Look-and-Feel mit ausgewählten Produkten.

“Wir schätzen AOE als Entwicklungspartner sehr. Die professionelle Einstellung des Unternehmens sowie das Interesse von AOE an unserem Geschäft und unseren Zielen waren beeindruckend. Wir können AOE als Geschäftspartner wärmstens weiterempfehlen.”

Sari Enckell-Jylhä
Omnicommerce Development Manager
Stockmann



Verwendete Technologien



Business Benefits:



Anspruchsvoller Verkauf durch Verkaufspersonal mit Tablets

Vertriebspersonal vor Ort hat über Tablets Zugriff auf zusätzliche Produktdaten und kann so weitere Produktinformationen, neue Produkte und Verfügbarkeit Online und an anderen Standorten bereitstellen.



Höherer Warenkorbwert

Die automatisierte Produktsortierung durch enge Verzahnung von Produktdaten, Geschäftslogik und Nutzerverhalten erreicht eine hohe Relevanz auf Produkt- und Suchergebnisseiten und führt zu volleren Warenkörben.



Leistungsstarke E-Commerce-Plattform

Zentrales Management von Shopseiten. Die komplett automatisierte, skalierbare IT bewältigt die stark schwankenden Verkehrslasten des Kampagnengeschäfts mit Leichtigkeit.



Omnichannel Customer Experience über alle Kanäle hinweg

Die Kombination des lokalen Kaufhausgeschäfts mit digitalen Informationen und Online-Shopping verwandelt die Customer Journey in ein Omnichannel Commerce-Erlebnis über alle Kanäle hinweg.



Automatische Aktualisierung von Seiten in Echtzeit

Die dynamische Navigation stellt sicher, dass Seiten stets aktuell sind, was immer die optimale User Experience gewährleistet, ganz ohne redaktionelle Ressourcen. Nicht verfügbare Produkte werden nicht angezeigt, leere Kategorien werden automatisch ausgeblendet.



Relevante Landing Pages und Markenshops

Markenwelten und thematisch fokussierte Produktseiten sind ideale Landing Pages für gezielte Marketingkampagnen. Die dedizierten Seiten mit individuellem Look-and-Feel können innerhalb kürzester Zeit erstellt werden.

Fazit: Die Verbindung von Online und Offline für eine vollständige Omnichannel Commerce Experience

Mit der leistungsfähigen und skalierbaren E-Commerce-Plattform, die in einer modernen IT-Infrastruktur integriert ist, hat Stockmann eine qualitativ hochwertige und zukunftssichere Lösung erhalten. Dadurch sind die Produktdaten in Echtzeit immer auf den neuesten Stand; die Folge ist ein optimales Kundenerlebnis.

Aber die E-Commerce-Lösung ist mehr als ein hochwertiger Online-Shop – sie verbindet digitale Dienstleistungen mit lokalen Unternehmen. Die maßgeschneiderte Lösung kombiniert die Vorteile von stationären Filialen mit einer Vielzahl von digitalen Optionen. Die Nutzung und Kombination der Vorteile beider Welten stärkt die langfristige Position der Warenhäuser von Stockmann als inspirierendes Einkaufserlebnis.

ÜBER STOCKMANN

Stockmann, 1862 gegründet, ist ein börsennotiertes, finnisches Unternehmen, das im Einzelhandel tätig ist. Es hat nahezu 50.000 Aktionäre und rund 8.000 Mitarbeiter. Der Umsatz des Konzerns belief sich 2016 auf 1 303,2 Mio. EUR. Stockmann hat acht Warenhäuser in Finnland und im Baltikum.

LINKS

www.stockmann.com
www.aoe.com/stockmann



AOE ist ein führender globaler Technologie- und Beratungsdienstleister, der große Unternehmen in strategischen Digitalisierungsbestrebungen unterstützt und dafür ausschließlich auf Open Source Technologie-Stacks setzt. In langfristiger, agiler Zusammenarbeit mit den Kunden entstehen innovative digitale Produkte und Projekte wie Omnichannel E-Commerce Lösungen, Mobile Apps und Webportale.

Mit Hauptsitz in Wiesbaden und insgesamt mehr als 250 Mitarbeitern in 5 Ländern, betreut AOE Kunden wie Sony, Fraport, Commerzbank, Deutsche Telekom, Bosch, Cisco Systems, Thomas Cook, QVC und Panasonic.

