

Leichter zum Ziel – oder neue Effizienz?

Optimierte Arbeitsabläufe und eine effizientere Bedienung stehen im Mittelpunkt des aktuellen Dezember-Releases der Intershop Commerce Suite.
Release-Highlights:

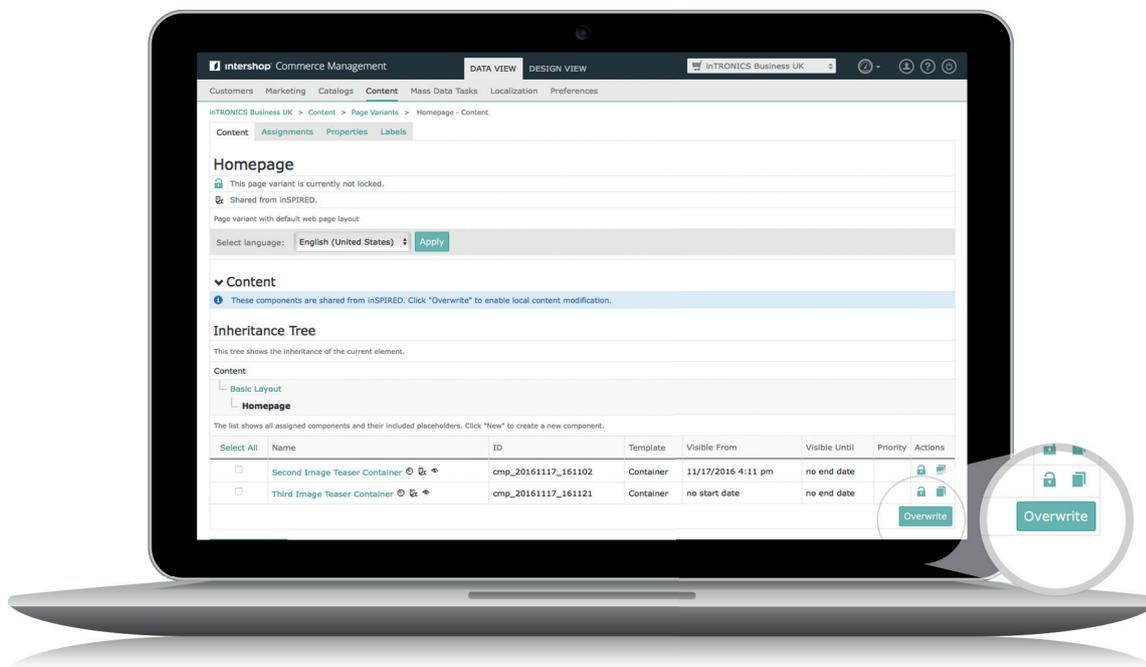
- ▶ Content Manager profitieren von besser organisierbarem Content im CMS.
- ▶ Marketeers können durch erweiterte SEO Funktionen Marketing-Kampagnen effektiver gestalten.
- ▶ B2B-Einkäufer binden ihr E-Procurement System noch flexibler an die Commerce Suite an und können durch Abo-Bestellungen wiederkehrende Einkäufe vereinfachen.
- ▶ Mitarbeiter im Kundendienst können besser und schneller auf Kundenreklamationen reagieren.
- ▶ Entwickler kommen durch die neue Microservice Architektur und einfachere Cloud Deployments für Entwicklungs- und Testsysteme schneller ans Ziel.



Lesen Sie hier, was für die Intershop Commerce Suite jetzt für Sie tun kann:

Mit intelligent organisiertem Content schneller und effizienter online sein

Kunden unabhängig vom Touchpoint das auf sie zugeschnittene Einkaufserlebnis zu bieten ist unabdingbar für den Geschäftserfolg. Mit wachsender Anzahl von Kunden, angebotenen Marken und Produkten, steigt auch der Pflegeaufwand für den Shop-Betreiber. Kommen dann noch unterschiedliche Länder, Währungen und Sprachen hinzu, steigt der Aufwand oft so hoch, dass nicht etwa der Erfolg skaliert, sondern die Wirtschaftlichkeit leidet. Das integrierte Web Content Management befreit jetzt Content Editoren durch erweiterte Content- Sharing-Funktionen von redundanter Arbeit. Durch intelligent organisierten Content lassen sich die neu gewonnenen Freiräume für die Erstellung kreativer Angebote nutzen.



Google Tag Manager erleichtern Web Analytics Tools für gezieltes Marketing

Chancen zu erkennen erfordert die entscheidenden Leistungskennzahlen des Shops zu kennen. Das Wissen über Nutzer- und Klickverhalten, Verweildauern und Konversionsraten ist Voraussetzung für erfolgreiches Marketing. Mit dem integrierten Google Tag Manager können Marketeers diese Kennzahlen deshalb durch Einbindung von Tags generieren - und das ganz ohne Unterstützung der IT-Abteilung. Tags sind kleine Codeelemente, welche im Google Tag Manager mit Hilfe von bereitgestellten Vorlagen für beispielsweise Google Analytics, Google Adwords und DoubleClick Floodlight angelegt und zentral orchestriert werden können. Das effiziente Tag Management reduziert dabei Pflegeaufwände und verkürzt durch die asynchrone Ausführung des Codes die Ladezeiten der Shop-Seiten. Marketeers können selbstständig mittels des Google Tag Assistant die Funktionstüchtigkeit der Tags überprüfen und so die Qualität der erhobenen Daten sicherstellen. Auf dieser Grundlage können sie anschließend erfolgreiche Marketingaktionen und Kampagnen planen und umsetzen.

Verbesserte Sichtbarkeit durch neue SEO-Funktionen

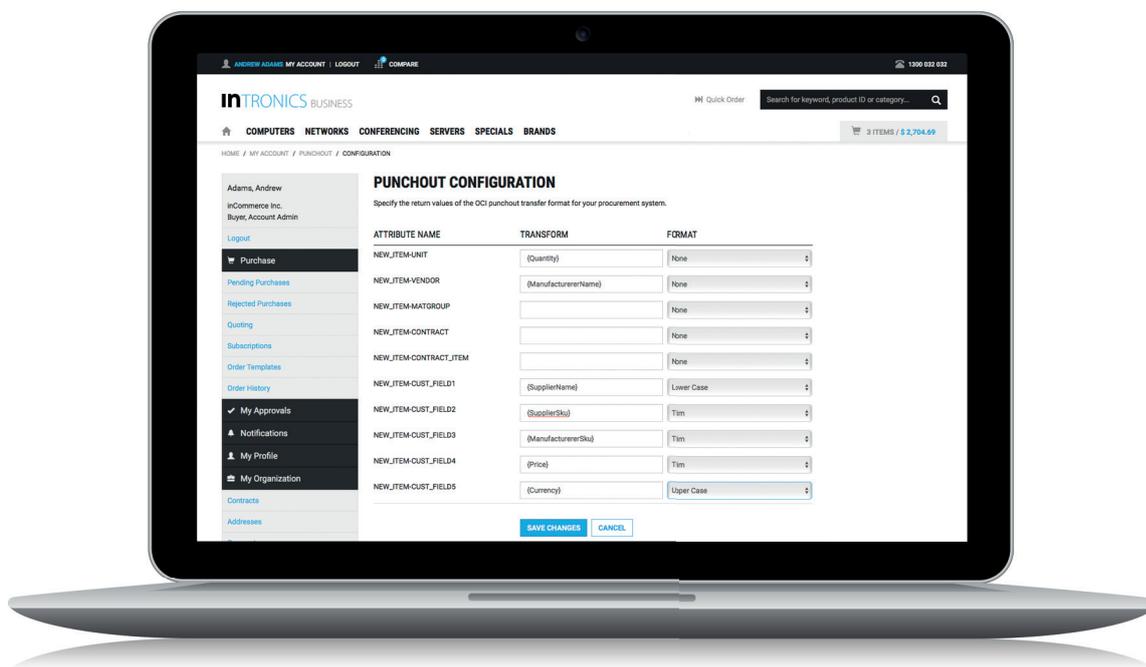
Für eine optimale Platzierung des eigenen Angebots in den organischen Suchergebnissen sind kurze sprechende URLs als SEO-Ranking Faktor wichtig. Die gewünschte URL-Struktur kann nun einfacher konfiguriert, automatisch qualitätsgesichert und um eigene, individuelle Regeln erweitert werden. Zudem kann der Marketing Manager über Konfigurationen steuern, ob spezielle Produkte, Kategorien, CMS-Seiten und ausgehende Verlinkungen von der Suchmaschinen-Indizierung gezielt ausgeschlossen werden sollen, um so das Suchergebnis positiv zu beeinflussen.

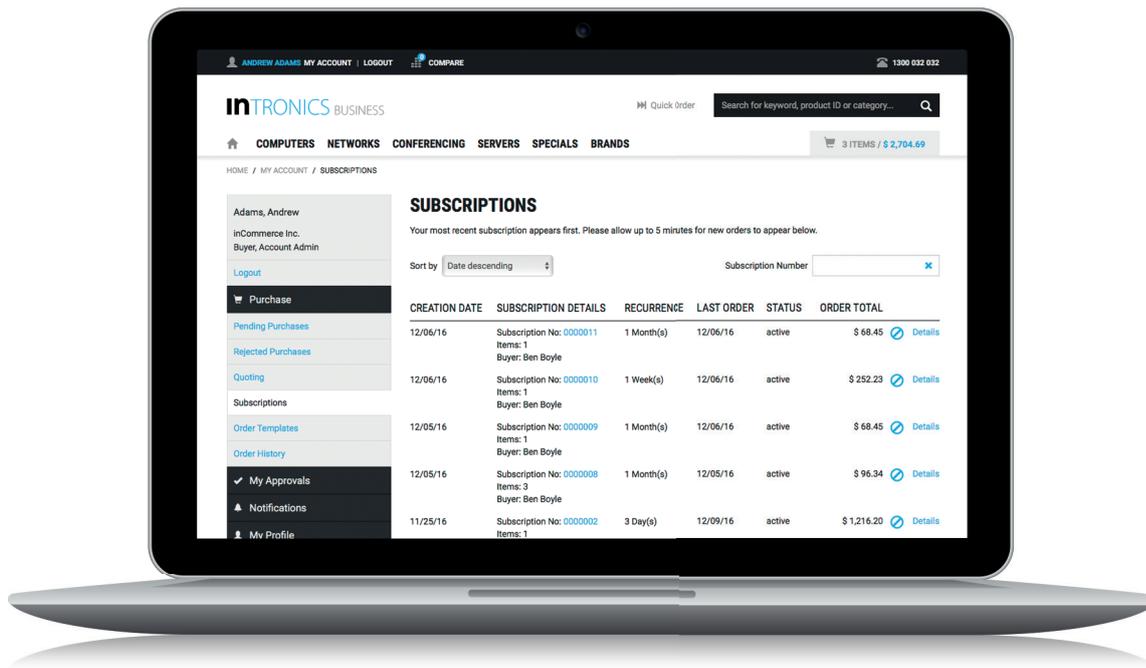
Bessere Produktdatenqualität im Live-System

Eine professionelle Produktpräsentation hat direkten Einfluss auf die Konversionsrate und damit den Erfolg des Shops. Die Intershop Commerce Suite unterstützt den Produkt-Editor bei der Sicherstellung der Produktdatenqualität durch die integrierte, regelbasierte Produktprüfung. Unvollständige Produkte können über Dashboards gezielt ausgewählt, nachbearbeitet und anschließend einzeln per Mehrfachbearbeitung freigegeben werden. Durch automatisierte Prozesse werden in der Folge nur die qualitätsgesicherten, freigegebenen Produkte vom Edit- ins Live-System übernommen. Diese durchdachte End-2-End-Prozesskette für die Bereitstellung der Produkte an allen Touchpoints erhöht die Effizienz im Tagesgeschäft enorm.

Individuelle Anbindung von Procurement Systemen

Schlanke Einkaufsprozesse und Senkung von Transaktionskosten erhöhen die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Die Intershop Commerce Suite lässt sich durch die integrierte OCI-PunchOut-Funktionalität direkt mit ERP- und Procurement-Systemen des Einkäufers verbinden, so dass der Einkauf von Produkten innerhalb dieser Systeme durchgeführt werden kann. Ab sofort kann der Einkäufer selbstständig im „Mein Konto“-Bereich des Online-Shops konfigurieren, in welcher Form die Produkt- und Katalogdaten an das ERP- oder Procurement-System übergeben werden sollen. Dadurch sind keine aufwändigen und teuren Anpassungen durch die IT-Abteilung mehr nötig.





Höhere Kundenbindung durch Abo-Bestellungen

Händler können ab sofort ihren Kunden das Leben bequemer machen und zugleich für eine höhere Kundenbindung und längere Geschäftsbeziehung sorgen. Für wiederkehrende Bestellungen können Kunden im Bestellvorgang die neue Abo-Bestellfunktion nutzen. So erhalten sie automatisch die benötigten Produkte im gewünschten Zeitraum und Intervall. Für Geschäftskunden besteht darüber hinaus die Möglichkeit, abhängig von Nutzer- und Kostenstellenbudget, spezifische Freigabeprozesse festzulegen.

Sammelrechnungen für mehr Effizienz in der Abrechnung

Ergänzend zu Einzelrechnungen können ab sofort Lieferungen an den gleichen Kunden über einen bestimmten Zeitraum in einer Sammelrechnung im Intershop Order Management zusammengefasst werden. Sammelrechnungen werden am Ende einer Abrechnungsperiode dem Kunden per E-Mail zugesendet und stehen im „Mein Konto“- Bereich des Kunden zum Download bereit. Zudem werden Sammelrechnungen durch die Accounting API des Order Management Systems an das Account Management oder ERP System des Händlers übergeben. Um alle Positionen einer Sammelrechnung nachzuvollziehen, werden sowohl in der Sammelrechnung als auch im Back Office des Order Management Systems alle referenzierten Bestellungen und Lieferungen transparent aufgeführt. Wie bei Einzelrechnungen, können auch bei Sammelrechnungen einzelne oder mehrere Positionen durch eine Retoure, Storno oder manuelle Gutschrift gutgeschrieben werden.

Integrierte Self-Service-Funktionen reduzieren operative Kosten

Die neue Version der Intershop Commerce Suite erweitert die Self-Service-Funktionen im „Mein Konto“- Bereich. So können Kunden jetzt den aktuellen Zahlungsstatus einer Bestellung sehen und einfacher nachvollziehen, welche Bestellungen teilweise oder bereits komplett bezahlt wurden. Außerdem werden nun alle Rechnungen und Gutschriften zu einer Bestellung dargestellt und können vom Kunden direkt heruntergeladen werden. Dies verringert die Anzahl von Kundenkontakten im Call Center und reduziert so operative Kosten.

Transparente Bestandsauskünfte und Reservierungen erhöhen Kundenzufriedenheit

Durch die Berechnung des real verkäuflichen Bestandes je nach Artikelstandort, können dem Kunden zum Beispiel auf der Produkt-Detailseite transparente Aussagen hinsichtlich der Artikelverfügbarkeit gemacht werden. Dazu nutzt die integrierte Funktion Available-To-Sell (ATS) des Order Management Systems die reservierten und noch nicht gelieferten Bestände und stellt den tatsächlich verfügbaren Bestand über die ATS-Schnittstelle bereit. In Kombination mit der Reservierungsschnittstelle werden die unterschiedlichen Bestände aktualisiert und so falsche Bestandszusagen und Überverkäufe von Produkten verhindert.

Entwicklungs- und Testsystem jetzt als „Service“ aus der Cloud

Das Intershop Cloud Angebot bietet jetzt die komplette Infrastruktur für Ihr Commerce System als Service in Microsoft Azure. Unser bereits bestehendes Angebot von skalierbaren Produktivsystemen haben wir konsequent um Test- und Development- Umgebungen inklusive Continuous-Integration-Prozessen erweitert. Alle Angebote sind als Service-Angebote ohne lange Vertragslaufzeiten zu einem auf Infrastruktur- und Servicepaketen basierenden, attraktiven Preis erhältlich und verbindet alle Vorteile der Cloud - zum Beispiel die Skalierungsfähigkeit im Rahmen zeitlich begrenzter Marketingaktionen. Mit dem Intershop Cloud Angebot haben Sie die gewünschte Flexibilität und bezahlen nach dem Modell „pay as you use“ nur das, was Sie nutzen.



Sie möchten mehr erfahren?
Rufen Sie uns an – wir sind gerne für Sie da.

Intershop Communications AG
Intershop Tower
07740 Jena, Germany
Telefon: +49 3641 50-0
Telefax: +49 3641 50-1111
kontakt@intershop.de
www.intershop.de