



Trony geht mit Intershop online

Italienischer Einzelhandels-Konzern ermöglicht zentrales Omni-Channel-Markenerlebnis, das Kunden begeistert und Effizienzsteigerungen im Logistik-Fulfillment ermöglicht

Über Trony

Trony ist ein italienisches Einzelhandelsunternehmen. 1991 in Mailand gegründet, hat es sich auf Unterhaltungselektronik, Computer sowie Telefonie- und Haushaltsgeräte spezialisiert. Als Verbrauchermarke für GRE, ein Konsortium, das sich aus 15 Unternehmen zusammensetzt, die zusammen 190 Geschäfte in Einkaufszentren und Verbrauchergroßmärkten in ganz Italien betreiben, agiert der Konzern aus Käufersicht als einheitliches Einzelhandelsunternehmen.

www.trony.it/online

Einführung eines Omni-Channel-Einzelhandelsvertriebs

Die Umsetzung von Tronys Shopping-Vision „zu jeder Zeit, an jedem Ort“ war ein komplexes Vorhaben. Um schnell auf dynamische Anforderungen am Markt reagieren zu können, benötigte Trony Echtzeiteinblick in seine Bestände kombiniert mit einer tiefgreifenden Systemintegration. Mit der Koordinierung der Online-Lagerverfügbarkeit für seine 190 Geschäfte und 15 Warenlager wollte Trony eine möglichst breite Auswahl an Produkten anbieten und Echtzeitverknüpfungen zwischen den Geschäften und Warenlagern herstellen.

Maximierung der Logistikeffizienz

Durch Nutzung einer leistungsstarken regelbasierten Auftragsverwaltung und geografischer Modellierung integriert Intershop nahtlos die 15 Enterprise-Resource-Planning-Systeme (ERP) des Unternehmens, um die Online-Lagerverfügbarkeit aller Bestände auf einen Blick in Echtzeit anzuzeigen. Der logistisch bestgelegene Standort wird verknüpft, um Waren schnell auszuliefern, die Bestände zu optimieren sowie Logistikkosten zu minimieren.

Alle Online-Bestellungen werden zentral über die Intershop Commerce Suite koordiniert. Die vollständige Integration mit dem Logistikanbieter gewährleistet eine optimierte Auftragsabwicklung. Mithilfe des Back-End-Systems bestätigen die Warenlager die Lagerauswahl und der Online-Lagerbestand wird dynamisch aktualisiert.

Ein überzeugendes Online-Erlebnis

Dank des leistungsstarken Produktinformationsmanagementsystems (PIM) wird die Produktpräsentation unterstützt. Der Datenimport von Bildern, Texten etc. erfolgt direkt aus Ecat, einem elektronischen Lieferketten-Referenzkatalog, der vom italienischen Verband für Produzenten und Einzelhändler für den Unterhaltungselektronikmarkt verwendet wird. Eine ähnliche Integration von Flix-Medien ermöglicht die Einbettung von Rich Content und digitale Ressourcen. Die umfassende Integration von Suchmaschinen und die Einbindung des Bewertungsdienstes Reevo bietet Kunden eine dynamische Such- und Bewertungsfunktion.

Die Punkte verbinden

Die neue Handelsplattform fasst für Trony seine komplexe Organisationsstruktur zu einem geschlossenen, einheitlichen Omni-Channel-Markenerlebnis zusammen. Online-Kunden können eine umfangreiche Auswahl an Produkten durchstöbern und Lieferoptionen und sichere Zahlungsmöglichkeiten auswählen. Eine Mobile-Commerce Seite, das Angebot von Coupons und weiteren Marketingfunktionen ergänzen des Shopping-Erlebnis.

„Intershops Funktionalität passt genau zu unseren Spezifikationen in Bezug auf Produktpräsentation, Zahlungsprozess, Backend-Management, flexible Integration, Microsites und Anpassungsfähigkeit an Grafik-anforderungen. In nur sechs Monaten konnten wir eine Online-Präsenz einführen, die es dem Konzern ermöglicht, als geschlossene Marke zu agieren, und die die Plattformen aller Trony-Tochtergesellschaften integriert, um so den Kunden größtmögliche Auswahl aus unserem Produktangebot zu bieten.“

Alessandro Bergamasco,
Director IT und Codirector E-Commerce bei Trony

Das Projekt wurde durch den langjährigen Intershop-Partner SMC Consulting ausgeführt.

Intershop Communications AG

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