Feature-Liste - Intershop Commerce Management 14.0

Einführung

Auf dieser Seite finden Sie eine Übersicht aller Funktionen und Möglichkeiten von Intershop Commerce Management 14.

Alle Storefront-Funktionen werden über standardisierte REST-APIs bereitgestellt, die eine vollständige Entkopplung von Frontend- und Backend ermöglichen. Intershop empfiehlt, die Angular-basierte Intershop Progressive Web App (PWA) als Referenzimplementierung zu verwenden, die diese REST-APIs nutzt, um ein umfassendes und funktionsreiches Online-Shop-Erlebnis zu bieten.

Bitte beachten Sie, dass die PWA möglicherweise nicht alle über die REST-API verfügbaren Funktionen unterstützt. Welche Funktionen in der PWA verfügbar sind, können Sie der PWA-Feature-Liste entnehmen.
Alternativ können Sie eine vollständig individuelle Storefront erstellen oder die E-Commerce-Funktionen in mobile Apps und Drittanbieterlösungen integrieren, indem Sie die REST-APIs direkt verwenden.

Informationen zu den Suchfunktionen von SPARQUE.AI, das standardmäßig für die Storefront- und Suchnavigation eingesetzt wird, finden Sie in dem Dokument Overview - Search and Recommendations (SPARQUE.AI).

Zusätzlich bietet Intershop verschiedene Abonnementkonfigurationen an. Funktionen und Optionen, die über die *Plattform Subscription* hinausgehen, sind ausdrücklich als "zusätzliche Optionen" gekennzeichnet.

Experience-Management

Online-Marketing

Suchmaschinenoptimierung (SEO)	
Meta-Tags	Die Meta-Tags auf den Seiten der Intershop Commerce Management-Storefront verbessern das Suchmaschinen-Ranking und sorgen dafür, dass alle relevanten Seiten durch die Suchmaschine indexiert werden. Die verwendeten Tags zeigen dem Suchmaschinen-Crawler an, welche Seiten indexiert oder nicht indexiert und welche Links verfolgt oder nicht verfolgt werden sollen. Die Verwendung der zugehörigen Meta-Tags noindex und nofollow kann im Intershop Commerce Management für Produkte, Kategorien und CMS-Seiten konfiguriert werden.
XML-Sitemaps	Sitemap XML ist ein Auszeichnungsformat, das für Sitemap-Dateien verwendet wird. Sitemap-Dateien informieren Suchmaschinen (z. B. Google) über die auf einer Webseite vorhandenen Seiten, sodass ein Suchmaschinen-Crawler Ihre Storefront-Seiten entsprechend durchsuchen kann. Die Intershop Commerce Management-Funktion "Produktdatenfeeds" kann zur Erstellung von Sitemaps verwendet werden. Bei der Erstellung von Sitemaps wird eine XML-Sitemap-Indexdatei erstellt, die auf Google-Sitemap-XML-Dateien verweist. Eine komprimierte XML-Sitemap-Datei enthält nicht mehr als 50.000 URLs und ist unkomprimiert nicht größer als 10 MB. Wird die Zahl von 50 000 URLs überschritten, so wird eine neue XML-Datei erzeugt.
HTML-Sitemaps	Eine HTML-Sitemap für Suchmaschinen ist in der Storefront vorhanden. Die Sitemap enthält alle Kategorieebenen und ist mit der Produktliste ohne Seitengliederung (alle Produkte auf einer Seite) verbunden.
Social Commerce	
Produktbewertungen & Rezensionen	Produkte können von Kunden bewertet und rezensiert werden. Bewertungen können durch Kunden und Administratoren beurteilt werden. Administratoren können die Bewertungen auf Produktebene zurücksetzen und einzelne Bewertungen löschen.
Kundenbewertungen	Kunden können Produkte durch die Vergabe von Sternen und durch Kommentare in der Storefront bewerten.
Verwaltung von Rezensionen	Der Administrator kann die Bewertungen und Rezensionen in Intershop Commerce Management auf Produktebene durchsuchen. Einzelne Bewertungen können gelöscht werden.
Suchmaschinenmarketing (SEM)	

Produktdatenfeed	Mithilfe der Produktdatenfeed-Engine ist es möglich, alle Produktdaten Ihres Webangebots über eine zentrale Oberfläche in unsere Intershop-Feed-Engine, direkt an verschiedene Preis- und Produktsuchmaschinen oder an Affiliate-Netzwerke zu übertragen. Die ausgewählten Produkte können als XML-Datei exportiert werden. Außerdem ist es möglich, einen FTP-Upload zu Partner-Netzwerken zu konfigurieren (z. B. Preissuchmaschinen). So können Onlineshops zusätzlichen Traffic für ihre Webseite generieren. Außerdem unterstützt die Funktion die Erstellung einer Intershop-XML- und einer Sitemap-XML-Datei. Der Vorgang kann manuell in Intershop Commerce Management gestartet werden oder in regelmäßigen Intervallen mit einem geplanten Job.
Datenfeed-Konfiguration	Das Erzeugen eines Datenfeeds geschieht grundsätzlich durch die Bearbeitung einer Datenfeed-Konfiguration. Die Konfiguration umfasst alle Einstellungen, die für die internen Exportprozesse zur erfolgreichen Ausführung von Produktdatenfeed-Aufgaben notwendig sind. Es können mehrere Konfigurationen angelegt, gespeichert und ausgeführt werden - entsprechend den Zielsystemen, die die Daten dann verwenden. Die Konfigurationen speichern folgende Einstellungen: · Allgemeine Angaben, d. h. Name und ID sowie Status (aktiviert/deaktiviert) · Ziel des Datenfeeds · Zeitplan · Produktzuordnung
Ziel des Produktdatenfeeds	Das Ziel des Produktdatenfeeds legt fest, ob Produktdatenfeeds die Daten in eine Datei exportieren oder in ein Zielsystem übertragen. Beim Export der Daten in eine Datei bestimmt das Feed-Ziel auch das Format der exportierten XML-Daten. Beim Datentransfer in ein Zielsystem legt das Feed-Ziel fest, welches System das Ziel sein soll. Folgende Ziele sind standardmäßig verfügbar: · Standard = Standard-Produktexport mit Daten im Format Intershop XML · Standard Transformed = Standard-Produktexport in Intershop XML mit Attributzuordnungsregeln, die vor dem Schreiben der Ergebnisdatei angewendet werden · Sitemap XML = Markup-Format für Sitemap-Dateien, die von Suchmaschinen-Crawlern ausgewertet werden · Feed Dynamix Data Feed = Markup-Format, das von der Feed Dynamix-Feed Engine verwendet wird. · <Zielsystem> = nur verfügbar, wenn das aktuelle System als ein (Datenreplizierungs-)Ausgangssystem konfiguriert wurde und mit dem Zielsystem verbunden ist
Produkte durch Suche hinzufügen	Es gibt zwei Möglichkeiten, Produkte zu einem Produktdatenfeed zuzuordnen: über die Suche oder per Durchsuchen. Wird die Zuordnung durch Suchen verwendet, können Katalogverwalter eine einfache oder erweiterte Suche über alle Produktbestände des Channels durchführen, um die gewünschten Produkte zu finden.
Produkte durch Durchsuchen hinzufügen	Es gibt zwei Möglichkeiten, Produkte zu einem Produktdatenfeed zuzuordnen: über die Suche oder per Durchsuchen. Wird die Zuordnung durch Durchsuchen verwendet, können Katalogverwalter die Katalogstrukturen durchsuchen, um alle Produkte eines Katalogs oder einer Unterkategorie auszuwählen oder einzelne Produkte einer Kategorie auszuwählen.

Suche und Navigation

Storefront-Suchfunktion	
Storefront-Suchfunktion	Die Intershop Commerce Platform nutzt SPARQUE.AI als Standard für die Suche und Navigation im Shop. Siehe Overview - Search and Recommendations (SPARQUE.AI).
API	
Service Integration API	
Suchmaschinen-Adapter-Framework	Das Suchmaschinen-Adapter-Framework ermöglicht die alternative Integration von Drittanbieter-Suchmaschinen, wie Apache Solr oder Omikron FACT-Finder.

Kampagnenmanagement

Kampagnen verwalten	
Kampagnen	Kampagnen werden verwendet, um Content zu strukturieren. Dies sind z. B. Aktionen, die mit einer bestimmten Marketing-Kampagne in der Storefront verbunden sind. Sie werden verwendet, um Aktionen und Content für Zielgruppen für einen bestimmten Zeitraum zusammenzufassen. Kampagnen können auf Channel-Ebene verwaltet werden.
Einfache Kampagnen-Suche	Kampagnen können mit Hilfe einer einfachen oder erweiterte Kampagnensuche durchsucht werden. Die einfache Suche erfolgt mit dem Namen der Kampagne.
Erweiterte Kampagnensuche	Kampagnen können mit Hilfe einer einfachen oder erweiterte Kampagnensuche durchsucht werden. In der erweiterten Suche können Name der Kampagne, Status sowie Content nach Name (z. B. Seitenvariante, Komponenten und Aktionen) verwendet werden.
Aktivierung und Deaktivierung	Alle zugeordneten Objekte einer aktivierten Kampagne werden innerhalb eines bestimmten Zeitrahmens in der Storefront angezeigt. Objekte von deaktivierten Kampagnen sind in der Storefront unsichtbar. Unsichtbar ist die Voreinstellung.
Kampagnen planen	
Thema/Idee	Das Thema/die Idee einer Kampagne kann in Intershop Commerce Management beschrieben werden, so dass diese Kontextinformationen über das Ziel der Kampagne allen Intershop Commerce Management-Anwendern zur Verfügung stehen.
Zeitraum	Jede Kampagne muss ein Startdatum und eine Startzeit sowie ein Enddatum und eine Endzeit haben. Der Aktivierungsstatus einer Kampagne hat Vorrang vor dem Zeitrahmen.
Zielgruppen-Zuordnung	Marketing-Verwalter können der Kampagne mehrere Kundesegmente und Affiliate-Partner zuordnen, um die Kampagne nur dieser Zielgruppe anzuzeigen.
Content-Zuordnung	Marketing-Verwalter können der Kampagne Seiten und Komponenten zuordnen, um diesen Content den zugeordneten Zielgruppen anzuzeigen.
Aktionszuordnung	Marketing-Verwalter können der Kampagne Aktionen zuordnen, um diese Aktionen den zugeordneten Zielgruppen anzuzeigen. Der Aktivierungszeitraum der Aktion muss innerhalb der Aktivierungszeit der Kampagne liegen.
Kampagnen durchführen	
Kampagnen-Publikation	Die Replikation von Kampagnen repliziert den "Container" der Kampagne zusammen mit zugehörigem Content und/oder Aktionen an das Zielsystem. Der Inhalt und/oder die Aktion wird automatisch veröffentlicht, so dass die Zuweisungen innerhalb der Kampagne sichtbar sind. (zusätzliche Option)

Promotion Engine

Aktion	Aktionen sind ein Mittel zur Stärkung der Beziehungen zu bestehenden Kunden, zur Gewinnung neuer Kunden oder zur Bewerbung des Online-Channels. Jede Aktion kann Rabatt(e) definieren und legt eine Zielgruppe fest, für die der Rabatt für einen bestimmten Zeitraum gültig ist. Aktionen können sich auf Aktionscodes beziehen, die Zielgruppenmitglieder unter Angabe des Codes bei der Bestellung einlösen. Darüber hinaus können Aktionen durch Content-Beziehungen mit Content-Komponenten verbunden werden. Im Allgemeinen gibt es verschiedene Aktionstypen mit unterschiedlichen Aktionsebenen. Aktionstypen: · allgemeine Rabattaktionen · Rabattaktionen mit wiederverwendbaren Aktionscodes · Rabattaktionen mit spezifischen Aktionscodes Aktionsebenen: · Artikel · Bestellung · Lieferkosten · Geschenke
Aktionsübersicht	Die Aktionsübersicht zeigt Channel-spezifische Statistiken und nach Aktionstyp sortierte Aktionen. Dies erleichtert die Aktionsverwaltung und hilft Marketing-Verwaltern, ausstehende Aufgaben zu identifizieren. Die Übersicht zeigt standardmäßig die Anzahl von Aktionen, die Anzahl aktivierter und deaktivierter Aktionen und die Gesamtzahl der Codes. Mit Klick auf einen Eintrag in der Übersicht wird die erweiterte Suche geöffnet, wobei die abgefragten Daten (der Eintrag in der Übersicht) in der Ergebnisliste gezeigt werden. Durch zusätzliche Suchkriterien lässt sich das Ergebnis noch weiter eingrenzen.
Aktionssuche	

Einfache Aktionssuche	Marketing-Verwalter von Sales-Channels können durch Eingabe des Namens in der einfachen Suche nach Aktionen suchen.
Erweiterte Aktionssuche	Marketing-Verwalter von Sales-Channels können in der erweiterten Suche nach Aktionen suchen. Suchoptionen sind u. a. Zielgruppen, Aktionscodes, Aktionstypen, Aktivierungs- und Rabattregeln. Auf diese Weise kann ein besserer Überblick über aktuelle und geplante Aktionen gewonnen werden.
Kampagnenverwaltung	
Aktivierungszeitraum	Marketing-Verwalter können den Aktivierungszeitraum (Start-/Enddatum und -zeit) festlegen. Wenn die Aktion einer Kampagne zugeordnet ist, kann die Aktion im Aktivierungszeitraum der Kampagne stattfinden.
Rabattregeln	Die Rabattregeln definieren den geldwerten Vorteil, der den Zielgruppenmitgliedern über die Aktion angeboten wird. Jede Rabattregel definiert eine Bedingung sowie die Aktionen, die ausgeführt werden sollen, wenn die Bedingung erfüllt ist. Zur Verwaltung von Rabattregeln gehören das Anlegen, Bearbeiten (bei Bedarf) und Löschen dieser Regeln.
Bedingungstypen	Marketing-Verwalter können nur einen Rabatt pro Aktion bestimmen, indem sie einen der folgenden Bedingungstypen auf verschiedenen Ebenen wählen: · Keine Bedingung Kundenebene: · erster Einkauf · erster Einkauf in diesem Monat · erster Einkauf seit Datum Artikelebene: · eingeschlossener oder ausgeschlossener Artikel · Mindestanzahl eingeschlossener Artikel · Mindestpreis eingeschlossener Artikel · Mindestgesamtbetrag eingeschlossener Artikel · Versandart ist · Versandregion ist Bestellungsebene: · Mindestanzahl an Artikeln · Mindestbestellwert · Zahlungsart ist · Versandart ist · Versandregion ist Zeitebene: · Aktivierungszeitraum der Aktion Cashback-Ebene: · Cashback-Betrag Abhängig vom gewählten Typ wählt der Marketing-Verwalter Produkte, Kategorien oder Klassifikationskataloge aus oder definiert Werte, um die Bedingung zu definieren.
Rabattaktion	Nachdem der Bedingungstyp gewählt wurde, definieren Marketing-Verwalter die Rabattaktion und die Berechnungsart (z. B. Warenkorb-Grundpreis, rabattierter Preis). Jeder Bedingungstyp besitzt seine eigenen Aktionen. Die folgenden Rabatttypen sind verfügbar: · prozentualer Rabatt auf Produkte oder Bestellungen · fester Rabatt auf Produkte oder Bestellungen · Festpreis auf Produkte · Service-Rabatte (z. B. kostenloser Versand auf Basis eines prozentualen Rabatts, festen Rabatts oder Festpreises) auf Bestellungen · sichtbares oder unsichtbares Geschenk zum Warenkorb hinzufügen · Cashback-Rabatt auf Bestellungen

Verwaltung mehrerer Aktionen	Marketing-Verwalter können die Kombinierbarkeit von Aktionen konfigurieren, indem sie eine der folgenden Optionen wählen: · kombinierbar · nicht kombinierbar · kombinierbar mit bestimmten Aktionstypen (z. B. prozentualer Bestellwertabschlag, Versandkostenabschlag)
Einschlüsse und Ausschlüsse durch Produktattribute und -kategorien	Produkte und Kategorien können durch die Definition der Rabattregel in eine Aktion eingeschlossen oder von ihr ausgeschlossen werden. Zu diesem Zweck kann der Marketing-Verwalter Produkte und Kategorien durchsuchen bzw. nach ihnen suchen.
Deaktivieren von Aktionscodes	Eine schnelle Möglichkeit, eine große Menge an definierten Aktionscodes manuell durch mehrere Eingabefelder zu deaktivieren.
Dynamische Up-Selling-Benachrichtigungen	Auf Grundlage des Mindestbestellwerts oder der Artikelanzahl im Warenkorb kann eine Up-Selling-Benachrichtigung für eine Aktion angezeigt werden.
Ad-hoc-Veröffentlichung	Eine Aktion kann ad hoc manuell im Zielsystem veröffentlicht werden.
Applikations-spezifische Aktionen	Aktionen können Applikationen zugeordnet werden, um verschiedene Aktionen in verschiedenen Storefronts anzuzeigen.
Aktionsbudget	Eine Aktion kann ein bestimmtes Budget besitzen und wird automatisch deaktiviert, wenn dieses erschöpft ist. Der Aktions-Verwalter wird per E-Mail über den Status des Budgets informiert, um die Aktion kontrollieren zu können. Das Budget kann durch eine Quelle gesteuert werden (z. B. Kostenstellen).
Aktionscodes	Aktionen können entweder nur einen Rabatt definieren (Aktionsart: Rabatt), oder sie können auf Aktionscodes basieren. Zwei grundlegende Code-Typen stehen zur Verfügung: einmalig verwendbare Aktionscodes und wiederverwendbare Aktionscodes, die an eine Zielgruppe verteilt werden. Storefront-Benutzer können Aktionscodes beim Bestellen durch Angabe eines gültigen Codes einlösen. Das Ablaufdatum ist das Datum, bis zu dem ein Aktionscode eingelöst werden kann.
Aktionscode-Generierung	Aktionscodes können manuell und mit einer konfigurierbaren Massenoperation erstellt werden (z.B. Länge, Präfix, Anzahl der Codes, Liste der auszuschließenden Zeichenkombinationen).
Wiederverwendbare Aktionscodes	Wiederverwendbare Codes können von jedem Benutzer, der der Zielgruppe angehört, eingelöst werden. Beim Erzeugen wiederverwendbarer Codes können Marketing-Verwalter den Code, das Ablaufdatum und die Anzahl der Wiederverwendungen pro Code und/oder pro Benutzer festlegen.
Einmalige Aktionscodes	Einmalige Aktionscodes haben eine bestimmte Anzahl von Code-Instanzen. Einmalige Codes können übertragbar oder nicht übertragbar sein. Übertragbare Codes können von jedem Kunden, der den Aktionscode eingibt, eingelöst werden. Der Online-Marketingverwalter muss sicherstellen, dass der Aktionscode nur die gewünschte Zielgruppe der Aktion erreicht. Nicht übertragbare Codes werden speziell für bestimmte Kunden(gruppen) generiert. Jeder Benutzer muss den Code verwenden, der vom System für ihn generiert wurde. Beim Anlegen eines einmaligen Codes kann der Administrator die maximale Anzahl generierbarer Code-Instanzen festlegen.
Aktionscodegruppen	Eine Aktionscode-Gruppe enthält Aktionscodes, die indirekt durch die Aktionscode-Gruppe der Aktionskampagne zugeordnet sind.
Zielgruppe	Eine Aktion kann einer oder mehreren Zielgruppen zugeordnet sein. Zielgruppe einer Aktion im Sales-Channel können vordefinierte Kundensegmente (z. B. das Kundensegment "Stammkunden") oder individuell festgelegte Kunden, die im Sales-Channel registriert sind, sein. Aktionen können sich auch an Kundensegmente richten, die zu einem Affiliate-Partner oder einem Affiliate-Partnerprogramm gehören.
Content-Personalisierung	Aktionen können durch Content-Beziehungen mit Content-Komponenten verbunden werden. Aktionen stellen somit ein Instrument zur Content-Personalisierung dar. Wenn Aktionen erstellt werden, die für bestimmte Zielgruppen und deren Content-Komponenten (d. h. Aktionen ohne Rabatte) spezifiziert werden, hat der Shopbetreiber die Möglichkeit, zielgruppenspezifischen Content zu publizieren.
Allgemeiner Aktionsrabatt	Eine Rabattaktion basiert nicht auf Aktionscodes. Eine Rabattaktion basiert nicht auf Aktionscodes, sondern der festgelegte Rabatt wird im Aktivierungszeitraum auf Zielgruppenmitglieder angewendet, ohne weitere Informationen abzufragen. Der Marketing-Verwalter kann die Haupteigenschaften wie Name, Beschreibung, Währung und Aktivierungszeit der Aktion bestimmen.
API	
Import und Export	
Export/Import eindeutiger Aktionscodes	Marketing-Verwalter von Sales-Channels können Aktionscodes importieren und exportieren. Importe werden auf bestehende Aktionscode-Gruppen abgebildet. Das unterstützte Dateiformat für Export und Import ist CSV. Unterstützte Modi sind Erstimport und Löschen.
Aktionscode-Gruppen-Import/-Export	Marketing-Verwalter von Sales-Channels können Aktionscode-Gruppen importieren und exportieren. Das unterstützte Dateiformat für Export und Import ist XML. Zu den unterstützten Importmodi gehören Erstimport, Ersetzen, Aktualisieren, Ignorieren, Löschen und Auslassen.

Aktions-Import /-Export	Marketing-Verwalter von Sales-Channels können Werbeaktionen importieren und exportieren. Das unterstützte Dateiformat für Export und Import ist XML, welches alle entsprechenden Konfigurationen wie Einzel-Code, Benachrichtigungen, Einbeziehung, Rabattregel und Zeitsteuerung jeder Aktion enthält. Zu den unterstützten Importmodi gehören Erstimport, Ersetzen, Aktualisieren, Ignorieren, Löschen und Auslassen.
Zeitpläne des Promotion-Exports	Ein Aktionsverwalter kann einen Job für den Export von Werbeaktionen einplanen. Der Zeitplan kann so konfiguriert werden, dass er einmalig oder in wiederkehrenden Abständen ausgeführt wird. Wiederkehrende Intervalle können Minuten, Stunden, Tage, Monate oder Jahre in einer bestimmten Zeitspanne an bestimmten Wochentagen zu einer Uhrzeit sein.

Web Content Management

Layout-Konzepte	
Layout-Elemente	Content-Verwalter stellen Seiten zusammen, die dem Kunden angezeigt werden sollen, und strukturieren diese auf Grundlage verschiedener Content-Elemente wie Seitenvarianten, Seitenbereichen, Includes, Komponenten.
Seiten	Eine Seite kann als ein "Einstiegspunkt" in die Storefront gesehen werden. Einer Seite muss mindestens eine Seitenvariante zugeordnet sein, es sind jedoch auch mehrere möglich. Seiten können unterschiedlich eingesetzt werden, z. B. als: · Produktseiten: werden Produkten zugeordnet und nur die zugehörigen Seitenvarianten können abgerufen und modifiziert werden. · Kategorieseiten: werden Kategorien zugeordnet und nur die zugehörigen Seitenvarianten können abgerufen und modifiziert werden. · System-Seiten: stellen "funktionale" Seiten dar, wie z. B. Warenkorb, Kasse oder Profilseiten; sie sind Entwicklungsartefakte, d. h. sie können nicht während der Laufzeit erzeugt oder entfernt werden · Content-Seiten: stellen "statische" Seiten wie Seiten für FAQ, AGB oder Impressum dar; sie sind Laufzeitartefakte, d. h. sie können ohne Entwicklungs- oder Deployment-Aufwand erzeugt und entfernt werden
Seitenvarianten	Eine Seitenvariante ist ein "Container", der den tatsächlichen Inhalt in sich hält und einer Seite zugeordnet werden muss. Die einzelnen Seitenvarianten können personalisiert werden, eine bestimmte Zeitsteuerung haben etc.
Seitenbereiche	Seitenbereiche kennzeichnen Teile von einer Seitenvariante oder einer Komponente, in die Inhalte (Komponenten) eingefügt werden können. Abhängig von der Art des Seitenbereichs sind zwei Arten von Content-Verbindungen möglich: · implizit: dynamische Zuordnung von Content-Komponenten, d. h. auf Grundlage von impliziten Parameter- und Pipeline-Definitionen, mit Entwicklungs- und Deployment-Aufwand · explizit: statische Zuordnung von Content-Komponenten, d. h. auf Grundlage von benutzerdefinierten, expliziten Zuordnungen
Komponenten	Die Komponenten liefern den Inhalt, der tatsächlich auf der endgültigen Seite angezeigt werden soll. Komponenten gehören einem speziellen Komponententyp an, der die Struktur (Seitenbereiche) und nötige Parameter (z. B. ein Verweis auf ein Produkt oder ein Bild) für das Rendering der Komponente definiert.
Includes	Eine Include kann als "Einstiegspunkt" für individuelle Komponenten gesehen werden. Es gibt zwei Arten von Includes: · systemverwaltete Includes: sind Entwicklungsartefakte, d. h. ihr Lebenszyklus wird vollständig vom System verwaltet; während der Laufzeit können Benutzer sie lediglich konfigurieren und ihnen Komponenten zuordnen · benutzergenerierte Includes: stellen ein Mittel zur Definition wiederverwendbarer Sätze an "Anzeigen-Konfigurationen" für Geschäftsobjekte dar; können derzeit durch Katalogverwalter im Kontext von Katalogkategorien und Produkten erzeugt werden, um spezielle "Ansichten" zu definieren.
Seiten-Templates	Seiten-Templates sind "Modelle" für Seitenvarianten. Ein Seiten-Template basiert auf einem Variantentyp und definiert somit die Struktur und setzt Parameter für Seitenvarianten, die aus dem Template abgeleitet sind. Seitentemplates können mit Komponenten "vorausgefüllt" werden (die in den abgeleiteten Seitenvarianten nicht modifiziert werden können) und Platzhalter beinhalten.
Komponenten-Templates	Komponenten-Templates sind "Modelle" für Komponenten. Ein Komponenten-Template basiert auf einem Komponententyp. Es definiert somit die Struktur und setzt Rendering-Parameter für Komponenten, die von dem Template abgeleitet sind. Komponenten-Templates können vorher mit anderen Komponenten "vorausgefüllt" werden (die in den abgeleiteten Komponenten nicht modifiziert werden können) und können, wenn es der Typ erlaubt, Platzhalter beinhalten.
Platzhalter	Platzhalter definieren bearbeitbare Bereiche in Seitenvarianten oder Komponenten, die von Templates abgeleitet sind. Sofern vom entsprechenden Typ bereitgestellt, können Seiten- und Komponenten-Templates ihre Bereiche an die abgeleiteten Seitenvarianten oder Komponenten durch Platzhalter "weiterleiten".

Management	
Master-Content	Content kann global auf Organisationsebene in einer Master-Content-Bibliothek verwaltet und für Channels und Applikationen freigegeben werden.
Content-Freigaben	Alle Content-Elemente aus der Master-Content-Bibliothek der Vertriebsorganisation, die den Channel betreibt, können mit einem Shop (Vertriebs-Channel) geteilt werden. Darüber hinaus können Inhalte, die im Vertriebs-Channel verfügbar sind (sowohl gemeinsam genutzte Master-Inhalte als auch Channel-Inhalte), mit einer Applikation in diesem Channel gemeinsam genutzt werden.
Channel-Content	Content kann auf Channel-Ebene verwaltet werden. Aus der Master-Content-Bibliothek freigegebener Content kann verwendet und für den Channel modifiziert werden. Über die Freigabe-Funktion steht Channel-Content auch Applikationen zur Verfügung.
Applikations-Content	Content kann auf Applikationsebene verwaltet werden. Innerhalb einer Applikation angelegter Content kann nur in deren Kontext verwendet werden. Content, der aus der Master-Content-Bibliothek der Vertriebsorganisation oder des Channels freigegeben wurde, kann im Kontext der Applikation verwendet und modifiziert werden.
Verwaltung von Seiten	Content-Editoren verwenden das Modul „Seiten“, um einen Überblick über alle Seiten zu erhalten. Dort können sie neue Seiten erstellen und bestehende bearbeiten.
Seiten-Suche/-Filterung	Content-Editoren können nach dem Namen oder der ID von Seiten eines speziellen Typs oder mit einem speziellem Label suchen. In der erweiterten Suche lässt sich bei Bedarf gezielt nach Seiten mit bestimmten Attributen, Parametern oder Veröffentlichungszeiträumen suchen.
Seitenstruktur/Zuordnungen	Content-Editoren können die logische Struktur der aktuellen Seite über die Strukturansicht des Moduls „Seiten“ ansehen und bearbeiten. Über das Register „Seitenvarianten“ der Seiten-Detailansicht können Content-Editoren die Zuordnung von Seitenvarianten zu dieser Seite sehen und bearbeiten.
Seitendetails	Über die Seiten-Detailansicht können Content-Editoren die folgenden Seitendetails abrufen: · Content: zeigt die konfigurierbaren Parameter und den Content der ersten zugeordneten Seitenvariante an · Seitenvarianten: listet alle Seitenvarianten auf, die dieser Seite zugeordnet sind. · Unterseiten: listet alle zugeordneten Unterseiten auf. · Eigenschaften: zeigt alle allgemeinen Seiteneinstellungen wie Locale, Name, ID, Elternseite, Typ. · Labels: listet alle Labels auf, die der Seite zugeordnet sind.
Verwaltung von Seitenvarianten	Content-Editoren verwenden das Modul „Seitenvarianten“, um einen Überblick über alle Seitenvarianten zu erhalten. Dort können sie neue Seitenvarianten erstellen und bestehende bearbeiten.
Seitenvarianten-Suche/-Filterung	Content-Editoren können anhand des Namens oder von Teilen des Inhalts nach Seitenvarianten eines bestimmten Typs suchen. In der erweiterten Suche lässt sich bei Bedarf gezielt nach Seitenvarianten mit bestimmten Attributen, Parametern, Seitenbereichen, Veröffentlichungszeiträumen oder Objekt-Zuordnungen suchen. Z. B. können Seitenvarianten mit leeren Seitenbereichen zu einer bestimmten Zeit gefunden werden.
Zuordnung von Seitenvarianten	Über das Register „Zuordnungen“ der Seitenvarianten-Detailansicht können Content-Editoren die Zuordnung von Seiten zu dieser Seitenvariante sehen und bearbeiten.
Seitenvarianten-Details	Über die Seitenvarianten-Detailansicht können Content-Editoren die folgenden Seitenvarianten-Details abrufen: · Content: zeigt die konfigurierbaren Parameter und die Content-Komponenten der zugeordneten Seitenvariante an · Zuordnungen: listet die Zuordnungen dieser Seitenvariante zu Seiten auf · Eigenschaften: zeigt alle allgemeinen Einstellungen für Seitenvarianten wie Locale, Name, ID, Template, Veröffentlichungsstatus und -zeitraum. · Labels: listet alle Labels auf, die der Seitenvariante zugeordnet sind.
Komponenten-Verwaltung	Content-Editoren verwenden das Modul Komponenten, um einen Überblick über alle Komponenten zu erhalten. Dort können sie neue Komponenten erstellen und bestehende bearbeiten.
Komponenten-Suche/-Filterung	Content-Editoren können anhand des Namens oder von Teilen des Inhalts nach Komponenten eines bestimmten Typs suchen. In der erweiterten Suche lässt sich bei Bedarf gezielt nach Komponenten mit bestimmten Attributen, Parametern, Seitenbereichen, Veröffentlichungszeiträumen oder Objekt-Zuordnungen suchen.
Komponenten-Zuordnungen	Über das Register „Zuordnungen“ der Komponenten-Detailansicht können Content-Editoren die Zuordnung von Komponenten zu Seitenvarianten, Komponenten, Includes sowie Seiten- oder Komponententemplates sehen und bearbeiten.

Komponenten-Details	Über die Komponenten-Detailansicht können Content-Editoren die folgenden Komponenten-Details abrufen: · Content: zeigt die konfigurierbaren Parameter und die zugeordneten Content-Komponenten der Komponente an · Zuordnungen: listet Zuordnungen der Komponente zu Seitenvarianten, Komponenten, Includes, Seiten-Templates oder Komponenten-Templates auf · Eigenschaften: zeigt allgemeine Komponenteneinstellungen wie Locale, Name, ID, Template, Veröffentlichungsstatus und -zeitraum. · Labels: listet alle Labels auf, die der Komponente zugeordnet sind.
Include-Verwaltung	Content-Editoren verwenden das Modul „Includes“, um einen Überblick über alle Includes zu erhalten. Dort können sie neue Includes erstellen und bestehende bearbeiten.
Include-Suche/-Filterung	Content-Editoren können nach dem Namen oder der ID von Includes eines speziellen Typs oder mit speziellem Label suchen. In der erweiterten Suche lässt sich bei Bedarf gezielt nach Includes mit bestimmten Attributen, Parametern oder Veröffentlichungszeiträumen suchen.
Include-Zuordnungen	Über das Register „Komponenten“ der Include-Detailansicht können Content-Editoren die Zuordnung von Komponenten zu dieser Include sehen und bearbeiten.
Include-Details	Über die Include-Detailansicht können Content-Editoren die folgenden Include-Details abrufen: · Content: zeigt die konfigurierbaren Parameter und den Content der ersten zugeordneten Komponente an · Komponenten: listet alle Komponenten auf, die diesem Include zugeordnet sind. · Eigenschaften: zeigt alle allgemeinen Include-Einstellungen wie Locale, Name, ID, Typ. · Labels: listet alle Labels auf, die dem Include zugeordnet sind.
Zeitgesteuerte Seitenänderungen	Um die Bearbeitungen von Storefront-Design und -Inhalt zu erleichtern, können Content-Editoren die Veröffentlichung und Sichtbarkeit von Seitenvarianten in verschiedenen Kontexten in der Storefront zeitgesteuert planen.
Veröffentlichungszeitraum	Content-Editoren können den Veröffentlichungsstatus (publiziert oder nicht) festlegen und einen Veröffentlichungszeitraum für jede Seitenvariante oder Komponente definieren.
Sichtbarkeitszeitraum	Content-Editoren können den Sichtbarkeitszeitraum von Seitenvarianten und Komponenten abhängig vom Kontext festlegen.
Content-Sperren	Vor der Bearbeitung von Content-Elementen wie Seiten, Seitenvarianten oder Komponenten muss ein Content-Editor das Element explizit sperren. Somit werden Konflikte durch gleichzeitige Bearbeitung desselben Elements durch verschiedene Content-Editoren vermieden.
Labeling	Administratoren können Berichte über benutzerbasierte Aktivitäten konfigurieren, suchen, überprüfen und exportieren/speichern.
Label-Suche	Produkte mit Label können über die erweiterte Suche gesucht werden.

Media Asset Management

Verwaltung von Produktbildern	Administratoren von Vertriebsorganisationen können die Produktbilder, die für mögliche verschiedene Produktansichten in der Storefront verfügbar sind (wie z. B. Katalog-Listenansicht, Detailansicht oder Warenkorb-Ansicht) konfigurieren. Dazu gehören Bildansichten (z. B. Vorderansicht, Seitenansicht, Rückansicht), Bildtypen (z. B. S, M, L, XL) und Bildsätze (Kombinationen aus Bildansichten und Bildtypen). Bildsätze können dann einfach Produktklassifikationen zugeordnet werden oder von entsprechend konfigurierten Content-Komponenten verwendet werden.
Produktanlagen	Administratoren von Channels können ihren Produkten produktrelevanten Content (z. B. eine Produktspezifikation) zuordnen. Diese Anlagen können hochgeladen und in einem Content-Ordner gespeichert werden.

Produktinformationen

Produktdatenverwaltung

Produktverwaltung	Channels können eine nahezu unbegrenzte Anzahl von Produkten haben. (zusätzliche Option) Produkte haben Standardattribute, die um benutzerdefinierte Attribute erweitert werden können. Alle Produktattribute können in mehreren Sprachen lokalisiert werden, auch Sprachen mit Multi-Byte-Kodierung. Produkte können für eine bestimmte Zeit online gestellt werden und besitzen einen Verfügbarkeitsstatus.
Produktübersicht	Die Produktübersicht zeigt Produktstatistiken des Channels und Statusberichte für Produkte. Dies hilft Katalogverwaltern, ausstehende Aufgaben zu identifizieren und erleichtert das Produktmanagement. Die angezeigten Informationen können über das Such-Framework angepasst werden.
Produktsuche	Für Suchen nach Text-Strings unterstützt Intershop Commerce Management gewöhnliche Suchbegriffe (unabhängig von Suchkontext oder Suchtyp), um unscharfe, exakte, Wildcard-, logische UND-, logische ODER- und kombinierte Suchen auszulösen. Produkte können mithilfe der einfachen oder der erweiterten Suche gesucht werden. In der erweiterten Suche können Katalogverwalter von Channels anhand von Kategorien, benutzerdefinierten Attributen, Labels sowie allgemeinen Angaben (wie letztes Änderungsdatum, Autor etc.) nach Produkten suchen. Die erweiterte Produktsuche erleichtert die Verwaltung großer Produktdatenmengen. Die Suche kann auf bestimmte Kataloge oder Katalogkategorien beschränkt werden. Das Suchergebnis kann nach verschiedenen Kriterien sortiert werden, z. B. Produktpreis oder Produktname. Die Klassifikationssuche ist eine besondere Form der erweiterten Suche. Sie dient in erster Linie dazu, mit bestimmten Klassifikationsattributen als Suchkriterien zu suchen.
Produkthistorie	Alle Änderungen am Produktbestand werden vom System protokolliert und können in der Produkthistorie angezeigt werden. Änderungen werden protokolliert, wenn ein Produkt im Backoffice während Stapelprozessen geändert wird. Die Produkthistorie liefert folgende Informationen zum Produktbestand: (a) neue Produkte, (b) aktualisierte Produkte, (c) gelöschte Produkte. Ausführliche Informationen werden im Fall der Aktualisierung von Produkten bereitgestellt, z. B. geänderte Attribute sowie alte und neue Werte. Jeder Eintrag in der Produkthistorie beinhaltet den Benutzer bzw. Prozess und das Datum der Änderung. Über Voreinstellungen kann die Protokollierung der Produkthistorie aktiviert und die Aufbewahrungszeit der Einträge festgelegt werden. Auf die Produkthistorie können Filter nach unterschiedlichen Kriterien, z. B. Benutzer oder Änderungsdatum, angewendet werden. Administratoren von Channels können auf die Produkthistorie für den eigenen Produktbestand und jeden der Ausgangsproduktbestände zugreifen.
Produkt-Onlinestatus	Der Produktstatus bezieht sich auf die Attribute online/offline sowie die Verfügbarkeit. · Produkte können online oder offline gestellt werden. Ein Produkt, das offline gestellt ist, wird in der Storefront nicht mehr angezeigt. Der Produktstatus kann so eingestellt werden, dass er immer, ab einem zukünftigen Zeitpunkt oder während eines begrenzten Zeitraums gilt. Der Produktstatus kann als Suchkriterium in der erweiterten Suche verwendet werden. · Die Verfügbarkeit zeigt an, ob ein Produkt auf Lager ist. Produktstatusattribute können als Suchkriterien in der erweiterten Suche verwendet werden.
Bestandsservice	Der Bestandsservice ruft die Information zur Verfügbarkeit von Produkten ab, die in der Storefront angezeigt werden sollen. Mit dem Managed-Service-Framework kann ein Entwickler einfach eine Anbindung an externe Services herstellen (z. B. Lagerverwaltung).
Produktsperre	Bevor das Produkt bearbeitet werden kann, muss ein Produktmanager das Produkt explizit sperren. Somit werden Konflikte durch gleichzeitige Bearbeitung von verschiedenen Produktmanagern vermieden. Katalogverwalter können die Produktsperren auch aufheben. Diese Einstellung wird für kleine Seiten mit nur einem Katalogverwalter empfohlen, um den Prozess des Produktmanagements zu optimieren.
Produktgenehmigung	Mit dieser Funktion kann ein Benutzer mit der Berechtigung "Katalog- & Produktverwalter" den Genehmigungsstatus für Produktdaten verfolgen und ändern. Benutzer mit der Berechtigung "Produktgenehmiger" können Produkte mit geänderten Feldern genehmigen. Die vollständige Massendatenreplizierung berücksichtigt den Genehmigungsstatus. Es werden nur genehmigte Produkte nachgebildet. (zusätzliche Option)
Anzeige	Der Genehmigungsstatus wird auf der Produktdetailseite, in der Produktsuche und im Widget "Produktgenehmigungsstatus" angezeigt. Der Benutzer kann in der erweiterten Produktsuche und im Widget "Produktgenehmigungsstatus" nach dem Status suchen.
Genehmigungsprozess	Die Status "Bearbeiten", "Prüfen" und "Genehmigt" sind verfügbar. Der Genehmigungsstatus kann für das jeweilige Produkt auf der Produktdetailseite und mithilfe von Massenaktionen ausgehend von der Produktsuche und Labels zur Produktauswahl geändert werden. Benutzer mit der Berechtigung "Katalog- und Produktverwalter" können den Status von "Bearbeiten" auf "Prüfen" und von "Prüfen" sowie "Genehmigt" zurück auf "Bearbeiten" ändern. Benutzer mit der Berechtigung "Produktgenehmiger" können den Status von "Prüfen" auf "Genehmigt" und von "Prüfen" sowie "Genehmigt" zurück auf "Bearbeiten" ändern. Benutzer können einen Grund angeben, wenn sie den Status manuell wieder auf "Bearbeiten" setzen. Wenn die Produktdaten manuell geändert wurden, ohne den Genehmigungsstatus manuell zu ändern, oder wenn die Produktdaten durch den Produktimport oder durch Massenaktionen geändert wurden, kann der Genehmigungsstatus durch einen Job zurück zu "Bearbeiten" geändert werden. Der Job berücksichtigt Änderungen von Standardattributen, benutzerdefinierten Attributen und Variationsattributen.

Konfiguration	Änderungen der Produktdaten können auf Channel-Ebene verfolgt und genehmigt werden. Diese Funktion kann auf Channel-Ebene ein- und ausgeschaltet werden.
Labeling	Labels ermöglichen die Gruppierung von Objekten, um bestimmte Aktionen mit diesen Objekten auszuführen. Labels vereinfachen wiederkehrende Operationen bzw. Operationen, die mit einer großen Anzahl von Objekten ausgeführt werden müssen. Sobald die Label erzeugt sind, können sie Produkten, Katalogen und Kategorien zugeordnet werden.
Label-Suche	Produkte mit Label können über die erweiterte Suche gesucht werden.
Aktionen für Label-Produkte	Wenn einem oder mehreren Objekten Label zugeordnet sind, können Betreiber des Backoffice verschiedene Aktionen mit diesen Objekten durchführen (abhängig vom Objekttyp). Aktionen für Produkte mit Labeln sind: · Benutzerdefiniertes Produktattribut erstellen, aktualisieren oder löschen · Standard-Produktattribute aktualisieren (Status, Verfügbarkeit, ...) · Produkte kopieren oder löschen · Produkte zu Klassifikations- oder Katalogkategorien zuordnen · Produkt- oder Kategorieverweise zuordnen/ihre Zuordnung aufheben · Produkte exportieren · Produkte exportieren oder in ein Live-System replizieren (zusätzliche Option)
Stapelprozesse	Massendatenaktionen für Produkte können als Stapelprozess ausgeführt werden. Ein Stapelprozess kann auf eine ganze Produktliste (z. B. das Ergebnis einer Produktsuche) oder auf Produkte mit Labeln angewendet werden. Folgende Aktionen sind möglich: · Benutzerdefiniertes Produktattribut erstellen, aktualisieren oder löschen · Standard-Produktattribute aktualisieren (Status, Verfügbarkeit, ...) · Produkte kopieren oder löschen · Produkte zu Klassifikations- oder Katalogkategorien zuordnen · Produkt- oder Kategorieverweise zuordnen/ihre Zuordnung aufheben · Labels zuordnen · Produkte exportieren oder in ein Live-System replizieren (zusätzliche Option)
Produkt-Papierkorb	Produkte werden automatisch in einen Papierkorb verschoben, wenn sie aus dem Produktbestand eines Channels gelöscht werden. Produkte im Papierkorb können wiederhergestellt oder endgültig gelöscht werden. Eine Einstellung zum Aktivieren oder Deaktivieren des Papierkorbs ist vorhanden.
Produktvariationen	Eine Produktvariation repräsentiert ein Produkt, das in verschiedenen Varianten angeboten wird. Die angebotenen Varianten teilen die meisten Attributwerte, unterscheiden sich jedoch in einigen Attributen. Z. B. kann sich ein T-Shirt in den Attributen "Größe" und "Farbe" unterscheiden. Jede Variante einer Produktvariation kann eine eigene SKU, einen eigenen Preis oder andere Attribute wie z. B. Bilder und Spezifikationen haben. In der Storefront werden alle Varianten einer Produktvariation aufgelistet. Kunden können die Liste filtern.
Variationstypen	Channel können Variationstypen erstellen und verwalten. Ein Variationstyp stellt ein variables Produktattribut dar und definiert eine Liste von Werten. Variationstypen können auf ein Variations-Stammprodukt angewendet werden, damit das System auf Basis der definierten Werte automatisch Variationen für dieses Stammprodukt erstellt.
Produktkombinationen	
Bündel	Ein Bündel repräsentiert eine Gruppe von Produkten, die den Kunden mit eigener Artikelnummer und eigenem Preis angeboten wird. Gebündelte Produkte können wiederum Bündel sein (Bündel von Produktbündeln).
Retail-Sets	Ein Retail-Set ist eine Gruppe verwandter Produkte. Ein Retail-Set hat ähnliche Eigenschaften wie ein normales Produkt-Bündel sowie einen Namen, eine Beschreibung und eine oder mehrere Kategoriezuordnungen. Je nach Storefront-Implementierung kann ein Retail-Set durch einen einzigen Klick bestellt werden oder die gruppierten Produkte werden separat bestellt.
Garantie	
Garantieverwaltung	Channel-Administratoren können für ihren Channel Garantien aktivieren oder deaktivieren.
Garantieprodukte	Garantien stellen spezielle Produkte mit bestimmten Eigenschaften dar, z. B. nicht einzeln lieferbar oder kein Lagerbestand. Garantien werden in einer speziellen Systemklassifikationskategorie zusammengefasst, die die entsprechenden Eigenschaften bei Erstellung einer Zuordnungsrelation an die Produkte überträgt. Da Garantien nur in Kombination mit "echten" Produkten verkauft werden sollen, besitzen sie spezifische Preisoptionen wie z. B. Festpreis, prozentualer Preis und Staffelpreis. Channel-Katalogverwalter kombinieren Produkte mit Garantieprodukten mithilfe des speziellen "Garantie"-Produktverweises. Wenn sie entsprechend konfiguriert wurden, werden die verfügbaren Garantien auf der Produkt-Detailseite in der Storefront angezeigt.

Produktattribute	Intershop Commerce Management unterstützt zwei Arten von Attributtypen: Standardattribute und benutzerdefinierte Attribute. Standardattribute gelten für alle Produkte. Mit benutzerdefinierten Attributen können produktspezifische Attribute definiert werden. Außerdem werden benutzerdefinierte Attribute bei der impliziten Produktbindung verwendet. Produktattribute können lokalisiert werden. Lokalisierbare Attribute legen Attributwerte fest, die an eine Locale gebunden sind.
Produktattributgruppe	Im System kann ein Meta-Modell für Produktattribute verwaltet werden. Im Meta-Modell können lokalisierte Anzeigenamen für Produktattribute definiert und Produktattribute gruppiert werden. Ein Attribut kann zu mehreren Attributgruppen hinzugefügt werden. Außerdem können unterschiedliche Attributnamen in verschiedenen Attributgruppen für dasselbe Produktattribut definiert werden. Das Attribut-Meta-Modell ist spezifisch für den Produktbestand eines Channels und kann sowohl für Standard-Produktattribute als auch für selbst definierte Produktattribute verwendet werden. Anwendungsfälle für das Meta-Modell für Produktattribute sind die Definition von bestellungsrelevanten Attributen oder maßgeschneiderte Attributlisten in Storefronts.
Standard-Produktattribute	Standardattribute gelten für alle Produkte.
Benutzerdefinierte Attribute	Mit benutzerdefinierten Attributen können produktspezifische Attribute definiert werden. Außerdem werden benutzerdefinierte Attribute bei der impliziten Produktbindung verwendet. Produktattribute können lokalisiert werden. Lokalisierbare Attribute legen Attributwerte fest, die an eine Locale gebunden sind.
Produktbindung	Als Produktbindung bezeichnet man die Zuordnung eines Produkts zu einer Katalogkategorie. Durch Produktbindung werden Produkte Teil eines Katalogs. Produktbindung kann explizit, d. h. manuell bei der Bearbeitung des Produkts, oder implizit erfolgen. Die implizite Produktbindung ermöglicht es, die Kategoriezuordnung von Produkten auf Basis eines gemeinsamen definierbaren Attribut-Wert-Paars zu automatisieren.
Produktfreigaben	Intershop Commerce Management unterstützt einen Mechanismus, um Produktinformationen aus einem zentralen Produktbestand mehreren Channels bereitzustellen. Ein typisches "Push"-Szenario umfasst die Freigabe von Produkten aus einer primären Vertriebsorganisation an mehrere Shops. In den meisten Fällen werden Produktinformationen und Shops zentral verwaltet, um den Verwaltungs- und Wartungsaufwand zu reduzieren. So ist es einfacher, die Produkte in die Shop-Bestände zu schieben (Push), als für jeden Shop die Informationen einzeln abzurufen. Meist ist es nicht mehr nötig, Produktinformationen zu prüfen und zu verkaufende Produkte einzeln im Channel auszuwählen. Da die Produktdaten nicht mehr kopiert werden, reduziert die Freigabe-Funktion redundante Daten und verbessert die Performance erheblich. (zusätzliche Option)
Produktbestände	Jeder Shop (Sales-Channel) hat seinen eigenen, individuellen Channel-Produktbestand.
Ausgehende Produktfreigabe	Über ausgehende Produktfreigaben können Vertriebs- oder Partnerorganisationen größere Mengen von Master-Produkten an Sales-Channels verteilen. Die Produkte werden nicht in die Ziel-Channel kopiert, sondern verbleiben im Master-Bestand der Stammorganisation. Für jede Freigabe-Beziehung, d. h. für jeden zugeordneten Channel, definiert die Stammorganisation den Umfang an Produkten, auf den die Freigabe durch die Suche oder per Durchsuchen angewendet werden soll.
Eingehende Produktfreigabe	Mit der eingehenden Produktfreigabe können Channel über die Aktivierung von allen oder nur einem bestimmten Satz an Master-Produkten entscheiden.
Änderungsverfolgung	Freigegebene Produkte können im Channel angepasst werden. Unterschiede zwischen Ausgangsprodukten und freigegebenen Produkten (hinzugefügte/aktualisierte Produktdaten) werden automatisch vom System ermittelt und können - falls erforderlich - abgeleitet werden.
Freigabe durch Hersteller-Aliasnamen/-Kategorien	Im Rahmen von Produktfreigaben können Organisationen neue Herstellernamen festlegen, die einen oder mehrere tatsächliche Hersteller bezeichnen sollen. Mithilfe dieser Hersteller-Aliasse ist es z. B. einfacher, mehrere Hersteller auf Basis ihres Angebots zusammenzufassen oder Hersteller mit mehreren Schreibweisen zu verwalten. Aliasse und Kategorien können zur Freigabe von Produkten verwendet werden.
API	
Import und Export	
Produktimport und -export	Produkte können importiert und exportiert werden. Die folgenden Import- und Exportformate werden unterstützt: · Intershop XML · CSV · BMEcat In benutzerdefinierten Projekten können weitere Import- und Exportformate hinzugefügt werden.

Verwaltung des Produktlebenszyklus

Verwaltung des Produktlebenszyklus	Im Backoffice sind zwei Attribute speziell zum Verwalten des Produkt-Lebenszyklus verfügbar. · Die letzte Bestellmöglichkeit legt den spätesten Zeitpunkt fest, an dem ein Produkt bestellt werden kann. Das Produkt bleibt in der Storefront sichtbar, kann aber nicht mehr einem Warenkorb hinzugefügt werden. · Das End-of-Life-Datum hat den gleichen Effekt. Es kann zur Angabe zusätzlicher Informationen verwendet werden (z. B. das Ende eines Supportzeitraumes). Die Angaben zum Produkt-Lebenszyklus können auch als Suchkriterien in der erweiterten Suche verwendet werden.

Produktbeziehungen

Produktverweise	Produkte können auf andere Produkte bzw. Kategorien verweisen und/oder es kann auf sie verwiesen werden. Es sind verschiedene Verweistypen für Produktverweise verfügbar.
Ersatzartikel	Mit Ersatzartikeln werden Kunden ähnliche Produkte angeboten. Ersatzartikel können angezeigt werden, wenn das angefragte Produkt momentan nicht auf Lager ist.
Cross-Selling	Mit Cross-Selling werden verwandte Produkte angeboten.
Up-Selling (Alternativartikel)	Up-Selling wird eingesetzt, um alternative, teurere Produkte anzubieten.
Zubehör	Unter Zubehör werden Ergänzungsprodukte angeboten, z. B. ein Monitor für einen Desktop-Computer.
Nachfolgeartikel	Als Nachfolgeartikel werden neuere Versionen eines momentan ausgewählten Produkts angeboten.
Alternative Bestelleinheit	Alternative Bestelleinheit bedeutet, dass gleiche Produkte in unterschiedlichen Bestelleinheiten (z. B. Packungsgrößen) angeboten werden.
Ersatzteile	Mit Ersatzteilen werden verfügbare Ersatzteile für ein Produkt angeboten.
Geschenkverpackungen, Geschenknachrichten	Geschenkverpackungen und Geschenknachrichten können den Produkten während des Bestellvorgangs hinzugefügt werden.
Garantie	Garantieprodukte können zusammen mit einem Produkt erworben werden, um eine zusätzliche Versicherung zu erhalten.
Andere	Der Verweistyp *Andere* hat keine vordefinierte Semantik und kann für jeden Zweck verwendet werden.

Preise

Preise	Channel-Administratoren können für ihre Produkte Listenpreise in verschiedenen Währungen angeben. Die Besteuerungseinstellungen im Channel bestimmen, ob die Produktpreise im Channel Netto- oder Bruttopreise sind. Preise können aus einer XML-/CSV-Datei importiert oder in eine XML-Datei exportiert werden.
Verkaufspreise	Der Verkaufspreis wird auf der Produktdetail-Seite angezeigt. Dieser ergibt sich aus konfigurierbaren Preistypen. Preistypen (z. B. zuletzt angebotener Preis) können von Entwicklern einfach zu den Preislisten hinzugefügt werden. Somit sind die Anzeigeoptionen für Preise in der Storefront sehr flexibel.
Listenpreise	Jedes Produkt hat einen Listenpreis. Der Listenpreis ist ein einfacher, von der Bestellmenge unabhängiger Festpreis. Für jede im System verfügbare Währung kann ein separater Listenpreis festgelegt werden. Der Listenpreis dient als Grundlage für die Berechnung anderer Produktpreise, wie z. B. zur Berechnung von Staffelpreisen in Preislisten.
Einstandspreise	Optional kann für jedes Produkt ein Einstandspreis - separat für jede im System verfügbare Währung - definiert werden. Channel-Administratoren können den Einstandspreis verwenden, um die Kosten für die Beschaffung eines Produkts vom Lieferanten oder der Stammorganisation darzustellen. Auf Basis des Einstandspreises lassen sich verschiedene Szenarien realisieren, in denen sich der Produkt-Listenpreis durch Addieren eines festen oder prozentualen Zuschlags oder durch Abzug eines Rabatts errechnet. So kann als Listenpreis z. B. der Einstandspreis plus 10% (gewünschte Gewinnspanne) festgelegt werden.
Spezialpreise	Zusätzlich zu den Listenpreisen können Channel-Administratoren Spezialpreislisten für Channel-Produkte definieren. Spezialpreislisten werden zu folgenden Zwecken verwendet: · Staffelpreise definieren · kundensegmentspezifische Preise definieren · zeitlich begrenzte Preise definieren · Rabattpreise definieren (als absoluter Wert oder prozentualer Rabatt auf den Listenpreis)

Besteuerung

Produkt-Steuerklassen	Administratoren von Channels können jedem ihrer Produkte eine Steuerklasse zuordnen. Diese Steuerklassen werden in der zentralen Administration definiert. Die Steuerklasse wird während der Produktauswahl und des Bestellvorgangs zur Berechnung des Steuersatzes verwendet.
Besteuerungseinstellungen	Der Administrator kann für jeden Channel individuell bestimmen, ob die Produktpreise und andere Preise Brutto- oder Nettopreise sein sollen.
Berechnung der Steuer	Die Besteuerung einer Bestellung wird auf Basis der Steuerklassen der Produkte sowie der anfallenden Steuern gemäß der Rechnungsadresse des Kunden berechnet.

Produkt-Vollständigkeitsprüfung

Produkt-Vollständigkeitsprüfung	Die Produkt-Vollständigkeitsprüfung ist auf Channel-Ebene verfügbar. Content-Editoren für Produkte können mithilfe der Prüfung ausstehende Aufgaben in Bezug auf die Produktqualität ermitteln. Ein konfigurierbares Produktsortiment wird anhand von Validierungsregeln geprüft. Wird gegen eine Regel verstoßen, kann der Produktstatus auf "unvollständig" gesetzt werden.
Validierungsregeln	Um die Vollständigkeit des Produkts zu überprüfen, können Content-Editoren eine oder mehrere Validierungsregeln definieren. Folgende Regeltypen sind verfügbar: · Nach fehlenden Standardattributen suchen (auch Locale-abhängig) · Nach fehlenden benutzerdefinierten Attributen suchen · Nach fehlenden Bildzuordnungen suchen · Nach fehlenden Kategoriezuordnungen suchen (Klassifikations- und Katalogkategorien) · Nach fehlenden Standardpreisen suchen (abhängig von Listen-/Einstandspreisen und Währung) · Nach fehlenden Preislistenpreisen suchen
Sortiment	Validierungsregeln können auf Produktsortimente angewendet werden. Der Shop-Manager kann entweder alle Produkte oder alle Produkte einer bestimmten Kategorie prüfen lassen.
Validierungsergebnis	Das Validierungergebnis kann auf mehreren Ebenen eingesehen werden: · Auf der Übersichtsseite der Validierungsergebnisse und im Produktvollständigkeits-Widget wird eine verständliche und umfassende Zusammenfassung angezeigt. · Auf der Detailseite der Validierungsergebnisse wird eine Liste mit Produkten angezeigt, bei denen eine Validierungsregel fehlgeschlagen ist. · Auf der Produktdetailsseite wird der Vollständigkeitsstatus und eine Liste der Probleme angezeigt.

Katalogverwaltung

Strukturierung des Sortiments	
Sortierung	
Anpassbare Katalogsortierung	Katalogverwalter eines Sales-Channels können im Backoffice die Sortierung von Storefront-Katalogen festlegen. Die Sortierreihenfolge und -richtung kann für jeden Katalog individuell eingestellt werden.
Anpassbare Kategoriesortierung	Verwalter von Sales-Channels können bestimmen, in welcher Reihenfolge Unterkategorien in Katalogen und Kategorien sortiert werden. Unterkategorien können manuell in Katalogen und Kategorien positioniert werden. Außerdem ist es möglich, für einzelne Kataloge oder Kategorien ein Sortierattribut und eine Sortierrichtung zu bestimmen, sofern die Kategorie selbst nicht explizit positioniert wurde. Mit einer Sortiereinstellung kann ein Standard-Kategorie-Sortierattribut sowie eine Standard-Sortierrichtung für den Channel festgelegt werden.
Anpassbare Produktsortierung	Channel-Administratoren können bestimmen, in welcher Reihenfolge Produkte in Katalogkategorien und Produktbündeln sortiert werden. Produkte können manuell in Kategorien und Bündeln positioniert werden. Außerdem ist es möglich, für eine einzelne Kategorie für alle Produkte ein Sortierattribut und eine Sortierrichtung zu bestimmen, sofern die Produkte selbst nicht explizit positioniert wurden. Mit einer Sortiereinstellung kann ein Standard-Kategorie-Sortierattribut sowie eine Standard-Sortierrichtung für den Channel festgelegt werden.
Produkt- und Katalogdarstellung	Katalogverwalter können für jede Katalogkategorie und/oder jedes Produkt ein anderes Layout und/oder eine andere Struktur festlegen. Es können kundenspezifische Sortimente definiert werden.
Individuelle Kategoriedarstellung	Katalogverwalter können eine oder mehrere individuelle Content-Ansichten, d. h. Seiten und/oder Includes, für jede Katalogkategorie definieren.
Individuelle Produktdarstellung	Katalogverwalter können eine oder mehrere individuelle Content-Ansichten, d. h. Seiten und/oder Includes, für jedes Produkt definieren.
Katalogansichten, Kundenspezifische Sortimente	Katalogverwalter können das Shopsortiment für Kunden und Kundensegmente personalisieren, d. h. bestimmte Produkte und/oder Kategorien können selektiv angezeigt oder ausgeblendet werden. Dies kann entweder durch statische Zuordnung (Kataloganzeigen) oder regelbasiert (kundenspezifische Sortimente) erfolgen.
Kataloge	Der Administrator eines Sales-Channels kann eine oder mehrere Produktkatalogstrukturen für diesen Channel einrichten. Produktkatalogstrukturen können von der Organisation vererbt werden, die den Channel betreibt (eine Vertriebsorganisation oder ein Vertriebspartner). Die Kunden eines Sales-Channels können nach Produkten stöbern, indem sie die Produktkatalogstruktur verwenden, die speziell für diesen Channel festgelegt wurde, oder die Produktkatalogstrukturen aus der Vertriebsorganisation verwenden, die diesen Channel betreibt.

Lokale Kataloge	Lokale Kataloge sind Channel-Kataloge, die nur im zugehörigen Channel-Kontext erzeugt und verwendet werden können.
Systemklassifikationskataloge	Produkte können Kategorien in einem bestimmten Systemklassifikationskatalog zugeordnet werden, um spezifische Produkttypen zu definieren (z. B. Garantie, Geschenkverpackung). Der Produkttyp definiert, wie das Produkt in Intershop Commerce Management behandelt wird.
Globale Klassifikationskataloge	Klassifikationskataloge haben dieselben Eigenschaften wie normale Produktkataloge, ermöglichen aber die Definition von Attributen für die ihnen zugeordneten Produkte (die Kategorien eines Klassifikationskatalogs repräsentieren somit "Produkttypen"). Systemadministratoren können Klassifikationskataloge zentral erstellen, importieren und verwalten. Klassifikationskataloge, die in Intershop Organization Management erstellt und online gestellt wurden, sind für alle Vertriebsorganisationen global verfügbar. Die Vertriebsorganisationen wiederum schalten diese dann für ihre Channels frei. Das unterstützte Dateiformat für den Import ist XML. Die Software unterstützt standardmäßig verschiedene Standards von Klassifikationskatalogen (z. B. eCl@ss, UN/SPSC, ETIM 6.0).
Lokale Klassifikationskataloge	Katalogverwalter können mehrere Klassifikationsschemata und Versionen eines Klassifikationstyps erstellen, importieren und verwalten. Klassifikationen unterstützen die Definition von Klassifikationsattributen, wodurch konsistente Attributgruppen für alle Produkte in einer Klassifikationskategorie möglich sind. Des Weiteren können Katalogverwalter die Klassifikationssuche benutzen, um Produkte mit unvollständigen Attributsätzen zu identifizieren. Klassifikationen können auf Organisationsebene verwaltet und für Channels freigegeben werden. Das unterstützte Dateiformat für den Import ist XML. Die Software unterstützt standardmäßig verschiedene Standards von Klassifikationskatalogen.
Katalog-Onlinestatus	Kataloge können online oder offline sein. Ein Offline-Katalog ist außer für Katalogadministratoren für keinen Benutzer sichtbar.
Kategorien	Der E-Commerce-Manager kann Produkte direkt mehreren Produktkatalogkategorien zuordnen.
Implizite Produktbindung	Auf der Grundlage konfigurierbarer Attribute (z. B. Farbe) können Produkte den Kategorien durch einen Stapelverarbeitungsauftrag zugewiesen werden. Die Dynamische Produktbindung über die Definition der Suchanfrage ermöglicht es, Produkte durch Hinzufügen mehrerer Attribut-Wert-Paare einer Kategorie zuzuordnen. Außerdem wird sie in anderen Funktionen verwendet. Die Funktion ist in den Channels verfügbar. Die Dynamische Produktbindung ist bereits im Channel implementiert und kann zur impliziten Zuordnung von Produkten zu einer Kategorie verwendet werden.
Explizite Produktbindung	Der E-Commerce-Manager kann Produkte manuell zu Kategorien zuordnen.
Katalogfreigaben	Freigegebene Kataloge sind Master-Kataloge, die für einen oder mehrere Channels freigegeben werden. Auf diese Kataloge greifen dann die Geschäftspartner, die diese Channel benutzen, zu. Freigegebene Kataloge ermöglichen die Verwendung vordefinierter Katalogstrukturen über mehrere Channels hinweg.
Import / Export	
Katalogimport und -export	Produkt- und Klassifikationskataloge können importiert und exportiert werden. Die folgenden Import- und Exportformate werden unterstützt: · Intershop XML · CSV · BMEcat In benutzerdefinierten Projekten können weitere Import- und Exportformate hinzugefügt werden.

Punchout	
Punchout	Intershop Commerce Management bietet die Möglichkeit zur Anbindung an Beschaffungssysteme. Einkaufsorganisationen können die Storefront eines Channels als externen Katalog in ihr Beschaffungssystem integrieren.
Open Catalog Interface (OCI)	Produktkatalogstrukturen und Produkte des Kunden eines Channels können über OCI externen Systemen zugänglich gemacht werden, indem ein OCI-Benutzer angelegt wird. Der OCI-Benutzer kann die Kataloge durchsuchen und Produkte in den Warenkorb legen. Der Warenkorb kann an das Beschaffungssystem übergeben werden. Für die Übertragung der Bestellpositionen des Warenkorbs werden die Namenskonventionen der OCI-Versionen 4.0 und 5.0 verwendet. Die folgenden zusätzlichen Funktionen sind implementiert: · Detaillierte Informationen über ein Produkt oder einen Service · Validierung eines Produkts · Hintergrundsuche nach Produkten Ein Kunde kann individuelle Rückgabewerte für OCI-Felder konfigurieren. OCI-Feld-Konfigurationen können vom Administrator des Kunden in der Storefront eingestellt werden. Zu diesem Zweck stehen String-Formatierungsfunktionen und Platzhalter für Standardattribute zur Verfügung.

commerce eXtensible Markup Language (cXML)	Produktkatalogstrukturen und Produkte des Kunden eines Channels können über cXML externen Systemen zugänglich gemacht werden, indem ein cXML-Benutzer für einen Kunden angelegt wird. Intershop Commerce Management unterstützt das folgende cXML-Protokoll-Subset (cXML Version 1.2.049 und kompatibel): · PunchoutSetupRequest zur Initiierung von Punchout-Sitzungen · OrderRequest für die Integration von Bestellungen aus einem Beschaffungssystem Die folgenden Eigenschaften können pro Kunde konfiguriert werden: · Definition der Maßeinheit · Locale der zurückgegebenen Produktdaten

Kundenverwaltung

Personalisierung

One-To-One-Marketing	
Kundenspezifische Kataloge	Katalogverwalter können Kataloganzeigen für die Storefront erstellen und verwalten und dabei bestimmte Kategorien oder Produkte ein- oder ausblenden. Kataloganzeigen können Kunden zugeordnet werden. Auf diese Weise können Business-Manager kundenspezifische Produktsortimente einrichten.
Kundenspezifische Preislisten	E-Commerce-Manager können über Preislisten kundenspezifische Preise verwalten.
Benutzereinstellungen	Kunden können im Frontend-Self-Service konfigurieren: · Standard-Lieferadresse · Standard-Zahlungsart
Anpassung der Navigation gemäß den Nutzerpräferenzen	In Abhängigkeit von den Kundensegmenten sehen Kunden verschiedene Kataloge. Die Navigation passt sich automatisch an das jeweilige Kundensegment an. Darüber hinaus erleichtert die Funktion "Zuletzt angesehene Artikel" den Kunden die Ansicht von Artikeln, die sie zuvor angesehen haben (z. B. Produkte, Kategorien, Suchbegriffe).
One-To-Many-Marketing	
Standardservice für Kundensegmentierung	Intershop Commerce Management verfügt über eine interne Standardimplementierung eines Managed Customer Segment Services.
Verwaltung von Kundensegmenten	Channel-Administratoren können Kundensegmente verwalten. Kunden können einem oder mehreren Kundensegmenten zugeordnet sein. Einige implizite Standardsegmente werden bereitgestellt: · Jeder · Neukunden · Nicht-registrierte Kunden · Registrierte Kunden · Stammkunden
Kundensegmentsuche	Kundensegmente können mit einer einfachen Suche gesucht werden. Die einfache Kundensegmentsuche akzeptiert Name oder ID als Suchkriterium.
Kundensegmentspezifische Kataloge	Katalogverwalter können Kataloganzeigen für die Storefront erstellen und verwalten und dabei bestimmte Kategorien oder Produkte ein- oder ausblenden. Den Kundensegmenten können Kataloganzeigen zugeordnet werden. Auf diese Weise können Business-Manager kundenindividuelle Produktsortimente einrichten.
Kundensegmentspezifische Preislisten	Der E-Commerce-Manager kann kundensegmentspezifische Preislisten erstellen.
Kundensegmentspezifische Versandarten	Channel-Administratoren können mit der Funktion „Versandregel“ kundensegmentspezifische Versandarten konfigurieren.
Kundensegmentspezifische Zahlungsarten	Sales-Channel-Administratoren können kundensegmentspezifische Zahlungsarten konfigurieren. Händler können das Risiko von Forderungsausfällen kontrollieren und Betrug verhindern.
Kundensegmentspezifische Aktionen	Das Modul „Aktionen“ kann Kundensegmente mithilfe von Zielgruppen indirekt Aktionen zuordnen. Content, der Aktionen zugeordnet ist, wird bestimmten Kundensegmenten angezeigt.
Kundensegmentspezifische Inhalte	Inhalte können verschiedenen Kundensegmenten zugeordnet werden. Diese Funktionalität ist besonders nützlich für Marketingkampagnen und Aktionen. Kundensegmente können nur Inhalte sehen, die dieser bestimmten Kampagne oder Aktion zugeordnet sind. Die Kunden sehen somit nur die relevanten Inhalte.

Dynamische Zuweisung von Nutzern zu Kundensegmenten	Kunden können automatisch bestimmten Kundensegmenten zugeordnet werden. Solche Kundensegmente sind z. B.: · Neukunden (alle registrierten Kunden, bevor sie ihre zweite Bestellung aufgeben) · Stammkunden (Kunden, die mindestens ihre zweite Bestellung aufgeben) · Registrierte Kunden (Kunden, die in Ihrem Shop registriert sind)
API	
API für Kundensegmentierung	Intershop Commerce Management stellt eine Managed-Service-API zur Verfügung, um direkten Zugriff auf Kundensegmente von Drittanbieter-CRM-Systemen, von Customer Targeting- und Personalisierungssystemen zu ermöglichen. Mithilfe des Managed-Service-Frameworks ist es möglich, mehrere Kundensegment-Dienste auf Organisations-, Channel- und Applikationsebene zuzuordnen. Kundensegmente, die durch diese Dienste bereitgestellt wurden, können folgende marketingbezogenen Funktionen steuern: Aktionen, Preislisten, Kataloganzeigen.

Preisangebote

Preisangebote	
Anforderung von Preisangeboten	Ein Käufer kann ein Angebot für ein einzelnes Produkt oder eine Produktliste anfordern. Ein Preisangebot kann von einer Produktdetail-Seite oder der Warenkorb-Übersicht aus angefordert werden. Ein Kommentarbereich ermöglicht es, einen Grund für die Anfrage oder eine Erwartung an das Angebot hinzuzufügen.
Erstellung von Preisangeboten	Der Account-Manager kann in Intershop Commerce Management ein Angebot mit geänderten Preisen und einem Kommentar für den Käufer erstellen.
Reaktion auf Preisangebote	Käufer können die Antwort auf ein Preisangebot im Bereich „Mein Konto“ finden. Sie/er kann das Preisangebot annehmen und in den Warenkorb legen oder es ablehnen. Die Verhandlung kann fortgesetzt werden, indem eine neue Anfrage auf der Grundlage eines Preisangebots erstellt wird. Die Verwendung von Preisangeboten ist nicht im Zusammenhang mit Abonnements möglich. Die Verwendung der einen Funktion schließt die Verwendung der anderen aus.

Verträge

Vertragsmanagement	
Umsatzbasierte Verträge	Account-Manager sind in der Lage, umsatzbasierte Verträge für ihre Geschäftskunden zu erstellen. Dabei müssen sie einen gültigen Zeitraum, einen Zielumsatz und kundenspezifische Preise angeben. Die bestellten Artikel werden den entsprechenden Verträgen automatisch auf Grundlage der Bestpreis-Strategie zugeordnet. Vor Ablauf des Vertrages kann der Kundenbetreuer per E-Mail über den aktuellen Stand des Vertrages informiert werden, um bei Bedarf mit dem Geschäftskunden in Kontakt zu treten. Geschäftskunden werden im Abschnitt Mein Konto über Verträge und Vertragsdetails informiert.

Budget- und Kostenstellenverwaltung

Kostenstellenverwaltung	Administratoren von Geschäftskundenorganisation können Kostenstellen anlegen, bearbeiten und löschen sowie ihnen Kostenstellenverantwortlichen und Käufer zuordnen. Kostenstellen können aktiviert und deaktiviert werden.
Kostenstellenbudgets	Gesamtbudgets für Kostenstellen und käuferspezifische Kostenstellenbudgets können monatlich, vierteljährlich, jährlich oder fest definiert werden.
Kostenstellen-Auswahl	Käufer, d.h. registrierte und eingeloggte Benutzer von Kunden, können Produkte kaufen und eine Kostenstelle für ihre Bestellung auswählen.
Kostenstellen-Genehmigung	Das implementierte Workflow-Beispiel umfasst sowohl eine benutzerspezifische als auch eine kostenstellenspezifische Bestellgenehmigung. Bei der Zuordnung eines Auftrags zu einer Kostenstelle ist neben der benutzerspezifischen Bestellgenehmigung auch die Genehmigung des Kostenstellenverantwortlichen erforderlich. Im Rahmen der Bestellgenehmigung erhält der Kostenstellenverantwortliche die Information über das gesamte Kostenstellenbudget und das bereits ausgegebene benutzerspezifische Kostenstellenbudget. Auf dieser Grundlage kann die Bestellung genehmigt oder abgelehnt werden. Der Grund für die Ablehnung kann in einem Kommentar festgehalten werden. Die vollständige Bestellgenehmigung (benutzerspezifisch und kostenstellenspezifisch) ist als Managed-Service implementiert und ermöglicht eine einfache Anpassung und Integration von Drittanbietersystemen.

Bestellvorlagen

Bestellvorlagen	Bestellvorlagen erleichtern die wiederkehrende Beschaffung der gleichen Produkte. So müssen Einkäufer nicht jedes Mal den Produktkatalog durchsuchen, wenn sie bestimmte Produkte bestellen wollen. Es gibt mehrere Möglichkeiten, eine neue Bestellvorlage zu erzeugen: · Erstellen einer leeren Bestellvorlage in „Mein Konto“ · Aus einem Warenkorb durch Übernahme aller Artikel · Aus einer alten Bestellung (über den Tab „Bestellhistorie“) Zu bestehenden Bestellvorlagen können wie folgt weitere Produkte hinzugefügt werden: · Von einer Produktdetailseite · Aus der Warenkorbübersicht Bestellvorlagen können im Bereich „Mein Konto“ wie folgt verwaltet werden: · Vorlagen löschen · Vorlagen umbenennen · Artikel aus der Vorlage löschen · Menge der Artikel ändern · Vorlage in den Warenkorb legen

Kundendatenverwaltung

Kundenverwaltung	
Kundentypen	Channel-Administratoren können verschiedene Kundentypen verwalten. Unterschieden wird zwischen zwei Kundentypen: · Privatkunden · Geschäftskunden Privatkunden sind im Normalfall B2C-Kunden, d. h. private Benutzer mit einem persönlichen Profil. Ein Geschäftskunde repräsentiert ein Unternehmen mit einem Unternehmensprofil und einem oder mehreren Benutzern in diesem Unternehmen. Jeder Benutzer des Geschäftskunden kann über ein eigenes individuelles Profil verfügen.
Registrierte Kunden	Channel-Administratoren können Kunden verwalten. Kunden können hinzugefügt, bearbeitet und gelöscht werden. Kunden können ihre eigenen Profile verwalten (inklusive Versand- und Rechnungsadressen).
Kundenadressen	Jeder registrierte Kunde hat mindestens eine Adresse. Diese Adresse kann nicht gelöscht werden. Sie dient als Kontaktadresse des jeweiligen Kunden. Der Kunde kann nach Bedarf eine unbegrenzte Anzahl an zusätzlichen Adressen erstellen.
E-Mail zur Kennwortwiederherstellung	Administratoren von Channels können Links zur Kennwortwiederherstellung per E-Mail an Privatkunden und Benutzer eines Geschäftskunden senden.
Aktivierung und Deaktivierung	Administratoren von Channels können Privatkunden und Benutzer eines Geschäftskunden einzeln aktivieren und deaktivieren. Deaktivierte Kunden können sich nicht am System anmelden.
Nicht-registrierte Kunden	Nicht-registrierte Privatkunden und Benutzer eines Geschäftskunden können den Produktkatalog durchsuchen und Produkte zum Warenkorb hinzufügen. Wenn sie zur Kasse gehen, müssen sie sich entweder anmelden, registrieren oder eine Versand- und Rechnungsadresse für die Bestellung angeben.
Genehmigung von Kundenregistrierungen	Kundenverwalter können auf Channel-Ebene einen Genehmigungsprozess für Kundenregistrierungen aktivieren. Mit dieser Einstellung können sich neue Kunden zwar registrieren, müssen aber explizit akzeptiert werden, bevor sie sich an der Storefront anmelden und Bestellungen tätigen können. Kundengenehmigungsanfragen können per E-Mail versendet werden.
Kundensuche	Sie können mit der einfachen oder der erweiterten Suche nach Kunden suchen. Die erweiterte Kundensuche unterstützt folgende Suchkriterien: Kunden-ID, Kundentyp, Unternehmensname, Benutzer-ID, Vorname, Nachname, Anmeldename, Erstellungsdatum und Status.
Kundenimport und -export	Kunden und deren Zuordnungen zu Kundensegmenten können importiert und exportiert werden. Die folgenden Formate werden unterstützt: Enfinity XML und CSV für den Export sowie CSV für den Import. In benutzerdefinierten Projekten können weitere Import- und Exportformate hinzugefügt werden.
Kundenspezifische Preisanzeige	Kundenverwalter können pro Kundentyp eine Preisanzeige einstellen, unabhängig von Preiseinstellungen im Channel. Auf diese Weise kann z. B. Privatkunden ein Bruttopreis angezeigt werden, während Geschäftskunden einen Nettopreis sehen.

Datenschutz-Grundverordnung	Um die Anforderungen an die Datenschutz-Grundverordnung in Bezug auf die Datenübertragbarkeit und die Löschung personenbezogener Daten zu erfüllen, ist es möglich, Anfragen nach personenbezogenen Daten zu bearbeiten.
Bearbeitung von Anfragen zu personenbezogenen Daten	Kunden können Anfragen zum Erhalt persönlicher Daten oder Anfragen zur Löschung von Daten entweder über den Bereich „Mein Konto“ oder die Kontaktseite der Storefront stellen. Kundendienstmitarbeiter können über Intershop Commerce Management neue Anfragen erstellen und Anfragen bearbeiten. Im Fall von Datenanfragen können alle Kundendaten für einen bestimmten Kunden im JSON-Format exportiert werden. Im Fall von Löschanfragen können alle Kundendaten für einen bestimmten Kunden gelöscht werden.
Löschung von Bestellungen	Für den Fall, dass Aufträge in ein externes System (z. B. Bestellverwaltungssystem, ERP) exportiert und archiviert werden oder die Daten eines bestimmten Kunden aufgrund der Datenschutz-Grundverordnung gelöscht werden müssen, steht eine Funktion zum Löschen von Bestellungen zur Verfügung.
E-Mail-Einstellungen konfigurieren	Ein Administrator kann in den Channel-Einstellungen die Senderadresse für E-Mails und E-Mail-Vorlagen konfigurieren.
Kunden-Self-Service	
Autorisierung und Authentifizierung	
Benutzername	Registrierte Endkunden und Benutzer eines Geschäftskunden können sich mit ihrer E-Mail und dem Kennwort im System anmelden.
Selbstregistrierung	Privatkunden können sich eigenständig registrieren. Auch Geschäftskunden können sich selbst registrieren und geben dabei Unternehmenskontaktdaten wie Unternehmensname, Branche und Steueridentifikationsnummer an.
Kennworterinnerung	Die Storefront bietet Mechanismen, mit deren Hilfe Kunden ihre E-Mail-Adresse oder ihr Kennwort wiedererlangen können, falls sie diese(s) vergessen haben.
Kundeneinstellungen	Kunden können Einstellungen und Angaben zu Zahlung, Benachrichtigungen und Adressen unter „Mein Konto“ verwalten.
Kundenprofil	Privatkunden und Benutzer eines Geschäftskunden können ihre E-Mail-Adresse, ihr Kennwort sowie ihren Namen, Geburtstag und ihre bevorzugte Sprache ändern.
Zahlungseinstellungen	Kunden können ihre bevorzugten Zahlungsarten in ihrem Profil speichern.
Kundenadressen	Jeder registrierte Kunde hat mindestens eine Adresse. Diese Adresse kann nicht gelöscht werden. Sie dient als Kontaktadresse des jeweiligen Kunden. Ein Privatkunde kann nach Bedarf eine unbegrenzte Anzahl an zusätzlichen Adressen erstellen.
Einwilligungen zu Marketing und Services	Kunden können ihre Einstellungen zu E-Mail-Services durch den Shop verwalten.
Newsletter	Kunden und Benutzer eines Geschäftskunden können Newsletter aktivieren und deaktivieren.
Liste von Produktbenachrichtigungen	Unter „Mein Konto“ können Kunden die Produktbenachrichtigungen verwalten, z. B. Benachrichtigungen bei Wiederverfügbarkeit.
Wunschlisten	Registrierte Kunden haben die Möglichkeit, Wunschlisten anzulegen und per E-Mail an andere Benutzer zu schicken. Wunschlisten können so eingestellt werden, dass sie für andere sichtbar oder unsichtbar sind. Die Artikel auf der Wunschliste können vom Besitzer der Liste oder Besuchern der Liste gekauft werden. Besitzer der Wunschlisten können sehen, ob ein Produkt der Wunschliste von ihnen selbst oder einem anderen Kunden gekauft wurde. Administratoren können in den Einstellungen des Channels E-Mail-Einstellungen bearbeiten.
Mehrere Wunschlisten	Registrierte Benutzer können mehrere Wunschlisten erstellen und verwalten.
Gewünschte Anzahl	Kunden können die gewünschte Anzahl der Produkte auf einer Wunschliste einstellen und Einstellungen zu gewünschten Mengen bearbeiten.
Produkt auf die Wunschliste setzen	Produkte können einer Wunschliste hinzugefügt werden. Aus einer Wunschliste können Produkte zum Warenkorb hinzugefügt oder gelöscht werden.
Sichtbarkeit der Wunschliste	Kunden können die gesamte Wunschliste vor anderen Kunden verbergen.
Benutzer einladen	Kunden können andere Kunden einladen, Artikel ihrer Wunschliste zu kaufen.
Wunschliste suchen	Kunden können nach freigegebenen Wunschlisten anderer registrierter Kunden suchen. Als Suchkriterien werden E-Mail-Adresse, Nachname, Vorname oder Kombination dieser Attribute unterstützt.
Bestellhistorie	In der Übersicht der Bestellhistorie werden alle Bestellungen mit Bestellnummer, Datum, Gesamtsumme und Status angezeigt. Kunden können sich die Bestelldetails anzeigen lassen, d. h. bestellte Artikel, verwendete Adressen, Zahlungsarten, Versandarten und Preise, Steuern etc.

Bestellverfolgung	Offene und abgeschlossene Bestellungen werden in der Bestellhistorie eines Kunden gespeichert. Kunden verwenden die Bestellhistorie, um den Status ihrer Bestellungen nachzuverfolgen.

Transaktionsmanagement

Warenkorb und Bezahlvorgang

Warenkorb	Endkunden können Produkte auswählen und in einen Warenkorb legen. Die Bestellpositionen eines Warenkorbs bestimmen die Produkte, die Bestellmenge, die Rechnungs- und Lieferadresse, die Zahlungsdaten und andere wichtige Bestellinformationen. Die maximale Anzahl der Bestellpositionen kann vom E-Commerce-Manager konfiguriert werden. Die Rechnungs- und Lieferadresse kann für jede Bestellposition bestimmt werden. Kunden können ihren Bestellungen Kommentare hinzufügen. Aus Warenkörben werden Bestellungen generiert.
Wiederkehrende Bestellungen*	Kunden können einen Warenkorb für wiederkehrende Bestellungen abonnieren. Sie müssen mindestens ein Startdatum und ein Wiederholungsintervall in Tagen, Wochen oder Jahren eingeben. Außerdem können sie auch ein Enddatum eingeben. Wiederkehrende Bestellungen können von Kunden in ihrem Konto deaktiviert und wieder aktiviert werden, solange ein konfiguriertes Enddatum nicht überschritten wurde. Die zulässigen Zahlungsmethoden können je nach Connector des Zahlungsdienstleisters eingeschränkt oder erweitert werden. „Rechnung“ und „Lastschrift“ sind vorkonfiguriert. *Diese Funktion wird durch die Recurring Order Extension bereitgestellt und kann zusätzliche Kosten verursachen.
Beständiger Warenkorb	Intershop Commerce Management kann verlassene Warenkörbe automatisch wiederherstellen, sobald der Kunde zum Shop zurückkehrt. Der Administrator kann die Lebensdauer von verlassenen Warenkörben für den Shop konfigurieren.
Bezahlvorgang	
Beschleunigter Bezahlvorgang	Der Kunde wird direkt zur Bestellübersicht weitergeleitet, wenn alle notwendigen Angaben vorhanden sind. Wenn Daten (z. B. Rechnungsadresse, Standardversandart) fehlen oder der beschleunigte Bezahlvorgang für die Applikation nicht konfiguriert ist, wird der Kunde zum entsprechenden Schritt des Bezahlvorganges geführt.
Adressdaten und persönliche Daten	
Adressprüfungs-Service	Die Gültigkeit von Adressen kann durch externe Dienste geprüft werden. Mit dem Managed-Service-Framework kann ein Entwickler einfach externe Services anbinden (z. B. AddressDoctor).
Abholung in der Filiale	Wenn die Versandeinstellung des Channels die Abholung im Geschäft ermöglicht, kann beim Bezahlvorgang ein Geschäft als Versandadresse ausgewählt werden.
Versand	
Mehrere Lieferadressen	Kunden können für jeden Artikel eine bestimmte Versandadresse festlegen. Die Versandkosten können auf Ebene der Versandadresse konfiguriert werden. Diese Funktion kann im Kundenprojekt in der Datenbank abgeschaltet werden, z. B. um ERP-Systeme anzubinden, deren Schnittstelle mehrere Versandadressen nicht unterstützt.
Lieferkosten	Während des Bestellvorgangs können Kunden eine der zulässigen Versandarten wählen. Die tatsächlichen Versandkosten werden auf Basis der gewählten Versandkosten-Konfiguration berechnet (z. B. nach Wert, Gewicht, Artikelanzahl oder als Pauschalpreis).
Besondere Versandhinweise	Der E-Commerce-Manager kann für jede Versandart festlegen, ob der Kunde eine spezielle Versandanweisung für die Bestellung angeben kann oder nicht.
Packzettel-Nachrichten	Kunden können im Bezahlvorgang kostenfrei eine Packzettel-Nachricht für jedes Versandziel eingeben.
Wunschlieferdatum	Kunden können jeder Bestellposition ein Wunschlieferdatum hinzufügen.
Abholung in der Filiale	*Pick Up in Store* ist eine spezielle Versandart für Modelle, bei denen die Bestellungen über Filialen abgewickelt werden.
Geschenke	
Geschenkverwaltung	Der Administrator kann einstellen, welche Kombinationen von Geschenkoptionen (Geschenkverpackung, Geschenknachricht, Packzettel-Nachricht) für den Channel aktiviert werden. Die Höchstlänge für Nachrichten kann konfiguriert werden.
Geschenkverpackungen	Wenn die Option „Geschenkverpackung“ angeboten wird, kann der Kunde im Bezahlvorgang für jeden Artikel aus mehreren Geschenkverpackungen wählen. Für jede Geschenkverpackung können zugehörige Kosten definiert werden.
Geschenknachrichten	Wenn die Option "Geschenknachricht" angeboten wird, kann der Kunde im Bestellvorgang für jeden Artikel eine Geschenknachricht eingeben. Der Kunde kann aus verschiedenen Kartenvarianten wählen, die unterschiedliche Preise haben.

Zahlung	
Mehrere Zahlungsarten	Endkunden können eine beliebige Anzahl an Geschenkkarten zusammen mit jeder anderen Zahlungsart einlösen.
Reihenfolge der Zahlungsarten	Der Administrator des Channels kann die Reihenfolge festlegen, in der die Zahlungsarten im Zahlungsschritt des Bestellvorgangs angezeigt werden.
Zahlungskosten	Für Zahlungsarten lassen sich Kosten definieren, die bei Verwendung der Zahlungsart erhoben werden. Zahlungskosten können für jede verfügbare Währung angelegt werden.
Geschenkgutschein einlösen	An der Kasse kann eine beliebige Anzahl an Geschenkgutscheinen eingelöst werden. Dabei wird der Kunde aufgefordert, den Code des Gutscheins einzugeben. Hat der Endkunde einen gültigen Code eingegeben, wird der Betrag für die aktuelle Bestellung gutgeschrieben. Geschenkgutscheine können ohne Einschränkungen mit anderen Zahlungsarten (z.B. Rechnung) kombiniert werden.
Geschenkkarte einlösen	An der Kasse kann eine beliebige Anzahl an Geschenkkarten eingelöst werden. Dabei wird der Kunde aufgefordert, Code und PIN der Geschenkkarte einzugeben. Hat der Kunde einen gültigen Code und die PIN eingegeben, wird der Betrag für die aktuelle Bestellung gutgeschrieben. Geschenkkarten können ohne Einschränkung mit anderen Zahlungsmitteln (z.B. Rechnung) kombiniert werden.
Bestätigungen des Kunden	
Allgemeine Geschäftsbedingungen	Channel-Administratoren können festlegen, ob die AGB vom Kunden für die Bestellung explizit bestätigt werden müssen.
Automatische Newsletter-Einwilligung	Channel-Administratoren können festlegen, ob die Einwilligung für Marketing-E-Mails beim Bestellvorgang automatisch ausgewählt wird oder nicht, d. h. ob der Kunde die Zustimmung zum Newsletter explizit geben muss oder nicht.
Verfügbarkeitsprüfung	Wenn ein Bestandsservice aktiviert ist, wird der Bestandstatus (Verfügbarkeit) eines Artikels während des letzten Schritts des Bezahlvorganges noch einmal überprüft. Ist eine Bestellposition nicht verfügbar, wird diese aus der Bestellung entfernt und der Kunde in der Bestellübersicht informiert.
Berechnung der Bestellung	
Framework zur Warenkorb-Berechnung	Das erweiterte Framework zur Warenkorb-Berechnung erlaubt es Entwicklern, die Regeln für die Warenkorb-Berechnung unter Berücksichtigung von Preisen, Steuern, Aktionen, Zahlungskosten, Versandkosten, geographischen Zuschlägen, Gebühren, Geschenkkarten und Services (z. B. Geschenkverpackung, Garantien) durchzuführen.
API	
Service Integration API	
Bestellungsstatus-Import	Der Status für Bestellungen, Artikel mit Zahlungs- und Fulfillment-Status kann ohne Bestell- und Artikeldetails importiert und aktualisiert werden.
Bestellungsexport	E-Commerce-Manager können konfigurieren, welche Bestellungsexport-Formate und Synchronisierungsregeln von Intershop Commerce Management verwendet werden sollen, um die Daten mit externen Systemen auf dem gleichen Stand zu halten (z. B. Warenwirtschaftssystem).
Vordefinierter Auftragsexport	Eine benutzerdefinierte Struktur für den Bestellungsexport kann als erweiterte Exportoption integriert werden. Verfügbare Exporttypen (wie XML) können im Orderservice-Framework definiert werden.
Zahlung	Mit dem Zahlungsservice-Framework ist es möglich, fremde Zahlungsdienstleister zu integrieren. Zahlungsarten werden über das Managed-Service-Framework aktiviert und konfiguriert. Das Zahlungsservice-Framework unterstützt ein Plugin-Konzept, womit mehrere Zahlungspakete verschiedener Anbieter verwendet werden können. Das System unterstützt einige zusätzliche Zahlungsarten und optionale Zahlungspakete, es können aber auch völlig neue Zahlungspakete integriert werden.
Geschenkkarte	API zum Erstellen, Aktualisieren und Entwerten von Geschenkkarten.
Adressprüfung	API zum Überprüfen von Adressen und Erhalten von Adressvorschlägen.
Besteuerung	Diese API liefert steuerbezogene Informationen für den angegebenen Preis und das angegebene Thema. Das Thema kann ein beliebiger Wert oder Business-Objekttyp sein.
Verfügbarkeit/Bestandsservice	API zur Ermittlung von Verfügbarkeit von Produkten und zur Reduzierung von Beständen Mit dem Managed-Service-Framework kann ein Entwickler einfach zu externen Services verbunden werden (z. B. Lager, Bestellverwaltung).

Versand

Versandkonfigurationen verwalten	Der Administrator eines Sales-Channels kann eine oder mehrere Channel-spezifische Versandarten einrichten. Für jede Versandart können Versandkosten festgelegt werden. Es ist auch möglich, eine Bestellung versandkostenfrei zu halten, wenn der Bestellwert einen bestimmten Wert übersteigt. Versandarten können aktiviert oder deaktiviert werden. Während des Bestellvorgangs können Endkunden eine der aktivierten Versandarten auswählen. Die tatsächlichen Versandkosten werden auf Grundlage der gewählten Versandart und der eingestellten Versandregeln berechnet.
Versandarten	Der E-Commerce-Manager kann Versandarten erstellen, bearbeiten und verwalten. Dies schließt auch zugehörige Versandkosten, Gültigkeitszeiträume und Sequenznummern ein, um die Anzeigereihenfolge in der Storefront zu verwalten.
Zielortregionen	Der E-Commerce-Manager kann Zielortregionen erstellen, bearbeiten und verwalten, die für die Erstellung von Versandarten, Versandkosten und Versandbeschränkungen benutzt werden können.
Frachtklassen	Der E-Commerce-Manager kann Frachtklassen und dazu wählbare Versandarten und Zielortregionen erstellen, editieren und verwalten. Frachtklassen sind dazu bestimmt, Produkten zugeordnet werden.
Versandregeln	Der E-Commerce-Manager kann Versandregeln erstellen, bearbeiten und verwalten, um Ausnahmen von den definierten Versandkonfigurationen zu verwalten, z. B. die Beschränkung spezieller Versandarten auf bestimmte Zielortregionen, den Ausschluss einzelner Produkte vom Versand an bestimmte Zielregionen oder die Definition spezieller Zuschläge.
Versanddaten-Import und -Export	Der E-Commerce-Manager kann Versandkonfigurationen verwalten, indem er Versandarten, Zielortregionen, Frachtklassen und Versandregeln importiert. Der Import/Export basiert auf XML-Dateien.
Zuschläge	Zuschläge können über Versandregeln definiert werden. Die allgemeine Handhabung, wie mehrere Zuschläge zu berücksichtigen sind, kann über die Channel-Einstellungen konfiguriert, aber von jeder Regel überschrieben werden.
Lieferzeiträume	Der Administrator eines Sales-Channels kann übliche Zeiträume für die Versandvorbereitung und die Lieferung definieren. Die Werte werden verwendet, um den voraussichtlichen Tag der Lieferung anzuzeigen. Jeder Zeitraum kann durch speziell für Versandarten definierte Zeiträume überschrieben werden.
Lieferzeit pro Produkt	Ein E-Commerce-Manager kann einen Lieferzeitraum für jedes Produkt festlegen. Die Schätzung des voraussichtlichen Liefertages berücksichtigt diesen Zeitbereich zusammen mit dem Lieferzeitraum der Versandart oder den allgemeinen Einstellungen.

Zahlung

Zahlungsdienste	
Rechnung	Kunden können während des Bezahlvorgangs Rechnung als Zahlungsart wählen.
Nachnahme	Kunden können während des Bezahlvorgangs Nachnahme als Zahlungsart wählen.
Vorkasse	Kunden können während des Bezahlvorgangs Vorkasse als Zahlungsart wählen.
Geschenkkarten/-gutscheine	Kunden können während des Bezahlvorgangs Geschenkkarten/-gutscheine als Zahlungsart wählen.
Geschenkkarte/-gutschein kaufen	Geschenkkarten/-gutscheine sind eine besondere Produktart zum Festpreis. Der Kunde kann eine Geschenkkarte oder einen Geschenkgutschein kaufen. Code und PIN werden angezeigt, sobald die Bestellung in der Storefront getätigt wurde. Der Kunde erhält außerdem eine E-Mail mit Code und PIN-Nummer(n). Der Händler schickt dem Kunden dann eine physische Geschenkkarte bzw. einen Gutschein.
Zahlungsverwaltung	
Verwalten von Zahlungsarten	Zusätzliche Zahlungsart-Plugins können als Managed-Service hinzugefügt werden. Der Administrator eines Sales-Channels kann die Zahlungsarten auswählen, die für alle Kunden in der Storefront zur Verfügung stehen. Für jede aktivierte Zahlungsart können channel- und applikationsspezifische Einstellungen festgelegt werden.

Organization Management

Lokalisierung und Internationalisierung

Sprachen	Intershop Commerce Management kann in jede beliebige Sprache lokalisiert und an regionale Gegebenheiten angepasst werden.
Intershop Commerce Management	Intershop Commerce Management ist verfügbar auf: · Englisch · Deutsch (Systemadministration, Entwicklungstools und Setup sind nur auf Englisch erhältlich) · Andere Sprachen können auf Anfrage angeboten werden.
Unterstützung mehrerer Locales	Locales repräsentieren bestimmte geographische, politische oder kulturelle Regionen. Locales sind mit einer Sprache und einer Währung verbunden. Innerhalb einer Applikation können mehrere Locales verwendet werden.
Lokalisierte Strings ändern	Der Lokalisierungs-Verwalter kann die statischen Texte, die in der Storefront des Channels für jede Locale angezeigt werden sollen, in Intershop Commerce Management verwalten.
Lokalisierungs-Framework	Das Standard Java Resource Bundle Localization Framework wird verwendet, um Text zu lokalisieren. Konfigurationsdateien für die Lokalisierung sind in Cartridges gespeichert und enthalten Keys mit lokalisierten Zeichenfolgen. ISML-Templates enthalten <ISTEXT>-Tags für das Laden lokalisierter Zeichenfolgen während der Laufzeit. Tags können durch Parameter erweitert werden, um den Entwicklungsaufwand zu reduzieren.
Multi-Byte-Unterstützung	UTF-8-Multibyte-Kodierungen können zur Lokalisierung aller HTML-basierten Webinterfaces und Businessdaten benutzt werden.
Lokalisierungs-Import und -Export	Der Lokalisierungs-Verwalter kann die Lokalisierung in verschiedenen Formaten ins Dateisystem exportieren. Die geänderte Datei kann hochgeladen und in den Channel reimportiert werden.
Währungen	
Unterstützung mehrerer Währungen	Um Preise und Preisregeln zu lokalisieren, können mehrere Währungen verwendet werden.
Locales und Währungen	Der E-Commerce-Manager kann verschiedene Locales und Währungen auf Applikationsebene zuweisen. Somit sieht der Besucher nur Seiten und Produktdaten für die gültigen Länder und Sprachen.
Zeitzonen	Administratoren können jedem Channel eine bestimmte Zeitzone zuweisen. Dies ermöglicht es den E-Commerce-Managern, sämtliche zeitabhängige Funktionalitäten wie Aktionen, Kampagnen und Inhalte im Kontext der angelegten Zeitzone zu verwalten.

Organisationsmodellierung

Vertriebsorganisation und Mandantenfähigkeit	Als Vertriebsorganisation bezeichnet man die Organisation, die als "Besitzer" oder "Wurzel" des Multi-Channel-Vertriebssystems agiert. Jede Vertriebsorganisation kann ein System von Shops und Organisationen aufsetzen, das ihr Geschäftsmodell und ihre Nachfragekette abbildet, Content publizieren und Bestellungen bearbeiten.
Organisationsprofil	Vertriebsorganisationen verfügen über ein allgemeines Organisationsprofil. Das Organisationsprofil enthält folgende Informationen: · Allgemeine Informationen: Hierzu gehören u. a. der Name der Organisation und die Standardwährung und -sprache, die für die Channels in der Vertriebsorganisation verwendet werden. Die voreingestellte Währung und Sprache können auf Channel-Ebene überschrieben werden. · Adressangaben: Jede Organisation hat mindestens eine Adresse. Diese Adresse kann nicht gelöscht werden und dient als Kontaktadresse der Organisation. Es können bei Bedarf beliebig viele weitere Adressen hinzugefügt werden.
Channel-Verwaltung	Die Vertriebsorganisation kann ihre Nachfragekette über den Channel-Browser einsehen. Der Channel-Browser zeigt alle Shops und ihre Beziehungen zueinander an. Er ermöglicht außerdem den Zugang zu den zugehörigen Frontends. Es gibt zwei Arten von Channels: Sales-Channels und Partner-Channels.
Shops (Sales-Channels)	Der Administrator der Vertriebsorganisation kann mit der Funktion des Sales-Channels beliebig viele Shops erstellen.
Shop-Hierarchie (Partner-Channels)	Der Administrator der Vertriebsorganisation kann mit der Funktion des Partner-Channels eine hierarchische Struktur von Geschäftsebenen erstellen (z. B. Ländersparten, Geschäftsbereiche, Geschäftsmodelle). Der Administrator eines Partner-Channels kann Partner-Organisationen aktivieren und deaktivieren. Benutzer einer deaktivierten Organisation können sich nicht am System anmelden. Der Administrator eines Partner-Channels verwaltet Vertriebspartner, die hinzugefügt, modifiziert und gelöscht werden können.
Verwaltung von Filialen (Stationärer Handel)	Der Bestellungsverwalter des Channels definiert in Intershop Commerce Management die Filialen, die der Filialfinder anzeigen soll. Filialen können im manuell angelegt oder aus einer XML-Datenquelle importiert werden.

Benutzer- und Kontoverwaltung

Benutzerverwaltung	Die Vertriebsorganisation kann ihre internen Benutzer und deren Profile verwalten (inklusive Anmelde- und Kontaktdaten). Benutzer werden hinzugefügt, geändert, gelöscht und auch aktiviert bzw. deaktiviert. Den Nutzern werden Zugriffsrechte gewährt und sie werden Abteilungen der Vertriebsorganisation zugeordnet. Benutzer können Teile ihrer Profile selbst pflegen.
Abteilungen	Eine Vertriebsorganisation verwaltet ihre interne Abteilungsstruktur. Abteilungen können hinzugefügt, modifiziert und gelöscht werden. Die Abteilungen sind in einer Hierarchie angeordnet. Benutzer werden einer Abteilung oder mehreren Abteilungen zugewiesen.

Analytics und Reports

Dashboards und Widgets

Dashboards	Der Benutzer kann eine beliebige Anzahl an Dashboards (mit eindeutigen Namen) erstellen und von überall im Backoffice zu einem Dashboard wechseln (Dashboards können über einen Menüpunkt in der Kopfzeile des Backoffice erreicht werden). Widgets können einem Dashboard über den Dialog „Widget-Auswahl" hinzugefügt werden. Innerhalb des Dashboards können Widgets verschoben und in ihrer Größe angepasst werden. Das Dashboard ist in vier Spalten aufgeteilt; jedes Widget kann 1 bis 4 Spalten und beliebig viele Zeilen umfassen. Widgets können konfiguriert werden; die Konfigurationsoptionen sind abhängig vom Widget-Typ. Der Zugriff auf Widget-Inhalte ist je nach Berechtigung eingeschränkt.
Widget-Framework	Das Entwicklungs-Framework für Widgets ermöglicht es, benutzerdefinierte Widgets zusätzlich zu den bestehenden Widget-Typen hinzuzufügen. Das Framework ermöglicht dem Benutzer: · Konfigurationswerte zu lesen und zu speichern, · Diagramme mit einer JavaScript-Diagrammbibliothek zu erstellen, · die automatische Integration in die Widget-Bibliothek, · externe URLs in Widgets zu rendern, · Berechtigungen für Widgets zu konfigurieren.

Web Analytics

Business-Tracking-Framework	Auf Grundlage von Ereignissen (Anzeigeereignisse, z. B.: Seite anzeigen, Warenkorb anzeigen, Produkt/Kategorie anzeigen, und Aktionsereignisse, z. B. zum Warenkorb hinzufügen, Bestellung aufgeben etc.) können mit dem Business-Tracking-Framework Reporting-Daten an externe Reporting-Systeme übermittelt werden.

Auditing

Auditing-Framework	Über das Auditing-Framework können Systemadministratoren alle Änderungen an Geschäftsobjekten nachverfolgen, z. B. Änderungen von Produktpreis oder Bestellstatus. In einer spezifischen Konfigurationsdatei kann definiert werden, welche Änderungen an Geschäftsobjekten nachverfolgt werden sollen.

Technische Exzellenz

Performance und Skalierung der Infrastruktur

Web-Caching	Der Web-Adapter fungiert als Webcache. Es können vollständige Webseiten oder Webseiten-Elemente gecacht werden. Seiten können aus cachebaren und nicht cachebaren Elementen bestehen. Erhält der Web-Server eine Anfrage für eine cachebare Seite oder ein cachebares Seitenelement, liefert der Webadapter diese(s) aus dem Cache. Dadurch werden solche Anfragen nicht mehr bis zum Applikationsserver durchgereicht. Folglich sind weniger Businesslogik-Operationen und Datenbankzugriffe notwendig.
Personalisiertes Web-Caching	Web-Caching kann für Gruppen von Benutzern personalisiert werden. Jede Gruppe kann einen eigenen Satz an zwischengespeicherten Webseiten oder Webseiten-Elementen besitzen.
Webcache-Management	Webseiten und Webseiten-Elemente können als cachebar markiert werden. Sie können mit einem Ablaufdatum versehen werden. Der Webcache kann komplett oder für den Bereich eines Channels gelöscht werden. Außerdem können Seiten und Seitenelemente gruppiert werden. Der Webcache kann für jede Gruppe einzeln gelöscht werden (selektives Löschen des Seitencaches). Der gesamte Zustand des Channel-Webcaches kann beibehalten werden, um Cache-Änderungen, die durch eine Datenreplizierung erfolgt sind, zurückzurollen (siehe Datenreplizierungs-Framework).
Client-Webcache	Der Web-Adapter steuert Cache-Funktionen von Webbrowsern und Proxy-Servern. Er stellt diesen Caches Informationen über die Gültigkeit zur Verfügung und kann Caching durch Webbrowser und Proxy-Server verhindern (z. B. bei POST-Requests).
Index-basierte Page-Cache-Löschung	Intershop Commerce Management verfügt über eine Seitencache-Indizierung. Diese bietet einen Mechanismus zum selektiven Löschen von Seitencache-Inhalten.

Hochverfügbarkeit und Clustering

Hochverfügbarkeit	
Verwaltung von Applikationsservern	Die Anzahl der Applikationsservern kann über die Kubernetes-Deployment-Konfiguration angepasst werden. Auf diese Weise können bei Bedarf weitere Server hinzugefügt werden.
Cluster-Management	
Konfiguration von Applikationsservern	Die Konfiguration der Applikationsservern wird zentral gesteuert. Eine Konfigurationsänderung kann zu einem Neustart der Serverinstanzen führen.
Web-Adapter-Konfiguration	Einstellungen des Web-Adapters wie Web-Caching, Session-Kontrolle, Logging, SSL und Lastverteilung können in einer zentralen Konfigurationsdatei vorgenommen werden.
Architektur	Intershop Commerce Management verfügt über eine mehrstufige Architektur: einzelne Ebenen können durch Applikationsinstanzen oder Ebenen in Applikationen ausgedrückt werden.
Web-Ebene	Die Web-Ebene stellt die Schnittstelle für den Benutzer der Anwendung dar. Je nach Volumen und Anzahl der Anfragen kann die Web-Ebene sowohl horizontal als auch vertikal skalieren.
Applikations-Ebene	Die Applikations-Ebene besteht meist aus drei Schichten: Präsentations-, Business- und Persistenz-Schicht.
Präsentations-Schicht	Die Präsentations-Schicht hat die Aufgabe, Eingabe und Ausgabe an das entsprechende Protokoll oder Datenformat anzupassen. Hier wird zum Beispiel eine JSON-Antwort aus den Informationen der Business-Objekte erzeugt.
Business-Schicht	Die Business-Schicht enthält alle Domain-Objekte und Business-Prozesse der Applikation. Eine Trennung von Präsentations- und Persistenz-Schicht erleichtert die Anpassung der Business-Prozesse.
Persistenz-Schicht	Die Persistenz-Schicht deklariert den möglichen persistenten Zustand von Business-Objekten und sorgt für das effiziente Speichern und Laden dieser Zustände.
Daten-Ebene	Die Daten-Ebene besteht aus einer relationalen Datenbank, die den Zustand der Business-Objekte oder Prozesse speichert.
Skalierung	Ein Intershop Commerce Management-Cluster besteht aus einer Reihe von Servern mit unterschiedlichen Aufgaben. Die Server führen Aufgaben für bestimmte Geschäftskontexte aus. Die Skalierung des Clusters hängt von mehreren Leistungskennzahlen ab, wie CPU- und RAM-Nutzung. Bei der Skalierung wird versucht, ein Optimum zwischen den bereitgestellten Ressourcen und den Kosten zu erreichen.
Lastverteilung	Die Lastverteilung beginnt auf der Web-Ebene, wo die Anfragen an den bestmöglichen Applikationsserver weitergeleitet werden. Der verwendete Lastverteilungsalgorithmus kann den am schnellsten reagierenden Applikationsserver bevorzugen.
Session-Verwaltung	
Sessions	Intershop Commerce Management stellt einen Session-Mechanismus bereit, mit dem der Status eines Benutzers über eine Reihe von Requests für einen Zeitraum bestehen bleibt (für Nicht-REST-Anfragen). Sessions werden durch Session-IDs dargestellt, die als Session-Cookies gespeichert werden. Es werden mehrere Cookies verwendet, um den Anmeldestatus von der Browser-Session zu unterscheiden.
Session-Failover	Zunächst wird eine Session einem Applikationsserver zugeordnet, um die Verwendung des Geschäftsobjekt-Caches zu optimieren (Session-Affinität). Sie wird automatisch neu zugeordnet, wenn der erste Applikationsserver nicht zur Verfügung steht.

Erweiterte Replikation (zusätzliche Option)

Datenreplikation	Datenreplikation ist ein Mechanismus zum Übertragen von Daten aus einem Intershop Commerce Management-Cluster zu einem anderen und zur nachträglichen Aktivierung (Publikation) dieser Daten.
Datenreplikations-Prozesstypen	Die Datenreplikation unterstützt die folgenden Prozesstypen: · Replikation (Daten werden repliziert, aber nicht in das Zielsystem publiziert) · Publikation (replizierte Daten werden in das Zielsystem publiziert) · Replikation und Publikation (Kombination von Replikation und Publikation) · Rückgängig machen (publizierte Daten werden zurückgerollt)
Massendaten-Replikation	Massendaten-Replikation ermöglicht das Übertragen von großen Datenmengen zwischen physisch getrennten Intershop Commerce Management-Systemen, z. B. ein Bearbeitungs- und ein Live-System. In einem typischen Szenario wird der Datenreplikationsprozess verwendet, um zunächst Content und Geschäftsregeln in einem Bearbeitungssystem zu aktualisieren und dann an ein Live-System zu übertragen und dort zu aktivieren. Der Systemadministrator ist verantwortlich für die Ausführung und Überwachung der Datenübertragungen. Ein Administrator von Geschäftseinheiten (Organisationen, Channels) des Systems sendet Anfragen zur Datenübertragung an den Systemadministrator. Solche Anfragen werden als Aufgaben in einer Aufgabenliste bereitgestellt. Sie beinhalten Informationen über die Geschäftseinheit und die Daten, die übertragen werden sollen. Die Datenreplikation umfasst Prozesse zum Replizieren und Publizieren von Daten sowie zum Zurückrollen von Daten im Zielsystem, die bereits publiziert wurden. Alle Prozesse können manuell oder durch einen Scheduler ausgeführt werden. Ein Prozessmonitor zeigt Details zum Status laufender Prozesse.

Vollständige Datenreplikation	Diese Konfiguration der Datenreplikation ermöglicht eine sehr schnelle Replikation einer großen Datenmenge. Sie ersetzt vollständige Datensätze im Zielsystem. Änderungen im Zielsystem werden überschrieben (anders als bei der differentiellen Datenreplikation).
Differentielle Datenreplikation	Änderungen im Zielsystem werden mit dieser Konfiguration der Datenreplikation nicht überschrieben. Stattdessen werden nur Änderungen im Ausgangssystem übertragen und mit Änderungen im Zielsystem synchronisiert (anders als bei der vollständigen Datenreplikation).
Business-Objekt-Replikation	Business-Objekt-Replikation sorgt für eine schnelle Übertragung von spezifischen Daten (z. B. ausgewählte Produkte, Preislisten), um die Publikationszeit zu reduzieren. Diese Funktion kann zur Datenkorrektur verwendet werden.
Replikationsketten	Intershop Commerce Management-Cluster können gleichzeitig Quelle und Ziel eines Replikationsprozesses sein. So können Datenreplikationsketten erzeugt werden. Zum Beispiel kann das erste System in der Kette ein Bearbeitungssystem sein. Das zweite System kann ein Testsystem sein, dem selbst ein Live-System folgt.
Prozesssperren	Die Ausführung der Datenreplikation wird durch Systemsperren gesteuert. Mit dieser Funktion werden Ressourcen gesperrt, die bei einer Datenreplikation verwendet werden, und konkurrierende Prozesse (z. B. Scheduler, Importe oder andere Replikationsprozesse) auf diesen Ressourcen verhindert. Datenreplikationen, die nicht um Ressourcen konkurrieren, können parallel ausgeführt werden.

Plattform

Projekt-Erweiterungen	
Unterstützung von projektspezifischen Cartridges	Das Build-Management basiert auf dem Standard-Tool Gradle. Der gesamte Prozess kann einfach auf Kundenprojekte ausgedehnt werden. Es können projektspezifische Cartridges erstellt und in Customizations zusammengestellt werden. Die Deployment-Konfiguration kann mehrere Customizations enthalten, die beim Start der Anwendungsinstanz zusammengeführt werden.
Prozess-Scheduler	
Prozess-Ablaufpläne	Prozesse (Pipelines) können zur einmaligen oder wiederholten Ausführung geplant werden. Für eine feinere Steuerung der Job-Ausführung können Jobs so geplant werden, dass sie zu den günstigsten Zeiten ausgeführt werden (innerhalb oder außerhalb der Geschäftszeiten). Der Status dieser Prozesse kann überwacht werden. Geplante Prozesse können auch ad hoc ausgeführt werden.
Kette auszuführender Jobs	Systemadministratoren können Ketten von Jobs oder Pipelines definieren, die gleichzeitig oder nacheinander ausgeführt werden. Auf diese Weise wird die Funktion von geplanten Jobs erweitert.
REST-Schnittstelle	Job-Ablaufpläne können über eine REST-Schnittstelle ausgelöst werden.
Transport-Framework	Das Transport-Framework führt den Dateitransport durch, damit Dateien importiert oder exportiert und von/zu externen Standorten über SFTP, FTP, HTTP(S) oder E-Mail kopiert werden können. Nach der Erstellung einer Transportkonfiguration mit Protokoll, Login, Kennwort und Pfad etc. ist es möglich, diese Konfiguration in einen Job aufzunehmen, der dann periodisch aufgerufen werden kann. Dieser Job kann dann in Prozessketten integriert werden, um z.B. einen automatisierten Datei-Import von einem externen Dateispeicherort durchzuführen.
Cloud	
Microsoft Azure	Intershop unterstützt die Microsoft Azure-Infrastruktur, insbesondere Azure Kubernetes Services.
Frameworks	
Business-Objekt-Framework	Business-Objekte sind als Java-Objekte implementiert. Persistenz - Business-Objekte können durch objektrelationales Mapping (ORM) in einer relationalen Datenbank persistent gespeichert werden. Die Verbindungen zur relationalen Datenbank werden zur Wiederverwendung und besseren Performance gepoolt. Business-Objekt-Caching - Für eine bessere Performance werden persistente Business-Objekte im Applikationsserver zwischengespeichert, um Zugriffe auf die relationale Datenbank zu verhindern. Cache-Synchronisierung - Damit keine veralteten Daten benutzt werden, können die Cache-Speicher des Applikationsservers eines Clusters synchronisiert werden.
Such-Framework	Objektmodellbasierte Suche - Das Such-Framework ermöglicht Suchabfragen, die auf dem Business-Objekt-Modell basieren und nicht auf dem Datenmodell der darunter liegenden relationalen Datenbank (dem Ergebnis des objektrelationalen Mappings (ORM)), wodurch diese Abfragen intuitiver sind. Das Business-Objektmodell kann erweitert werden. Dies hat eine automatische Erweiterung des Query-Encoders zur Folge (siehe unten). Query-Encoder - Der Query-Encoder übersetzt Suchabfragen auf Basis des Business-Objekt-Modell in optimierte SQL-Abfragen für die relationale Datenbank. Suchergebnis-Paging - Die Suchergebnisse können auf Seiten verteilt werden. Die Zahl der Einträge pro Seite kann konfiguriert werden.

Konfigurations-Framework	Entwickler können neue Quellen für eine Konfiguration definieren. Beim Deployment werden die spezifischen Konfigurationsquellen konfiguriert. Es werden verschiedene Bereiche definiert, die logisch strukturierte Konfigurationsgruppen (z. B. System, Startup, Instanz, Cluster, Server, Domain) mit Abhängigkeiten abbilden. Die aktuellen Konfigurationswerte können in Intershop System Management angezeigt werden. Export der Konfiguration - Die Konfiguration kann in Intershopn System Management über den Stapelverarbeitungsauftrag "exportconfiguration" exportiert werden.
Allgemeines Framework für konfigurierbare Objekte	Das Framework für konfigurierbare Objekte ermöglicht die einfache Erstellung von Einstellungen und Eigenschaften. Einstellungen können zu Eigenschaftsgruppen zusammengefasst werden, die die kleinste Anzahl an Eigenschaften darstellen, die für eine einzelne Funktion benötigt werden. Für Eigenschaften können Standardwerte, Fallback-Lösungen sowie Validierungsbeschränkungen definiert werden. Die Eigenschaftstypen werden Editor-Controls zugeordnet, die automatisch in der Benutzeroberfläche für konfigurierbare Objekte angezeigt werden. Beschreibungen, Überschriften und Hilfetexte können für benutzerdefinierte Einstellungen lokalisiert werden.
Auditing-Framework	Über das Auditing-Framework können Systemadministratoren alle Änderungen an Geschäftsobjekten nachverfolgen, z. B. Änderungen von Produktpreis oder Bestellstatus. In einer spezifischen Konfigurationsdatei kann definiert werden, welche Änderungen an Geschäftsobjekten nachverfolgt werden sollen.
Logging-Framework	Das in Intershop Commerce Management integrierte Logging-Framework erzeugt detaillierte Log-Informationen und kann fremde APIs (Apache log4j etc.) in das Logging-Framework integrieren.
Präsentations-Framework	Java Server Pages (JSP) werden zur Erstellung von HTML-Seiten verwendet. Intershop Markup Language (ISML) - Intershop Markup Language ist eine serverseitige Skriptsprache, die die Implementierung der Präsentationslogik erleichtert. ISML-Templates werden durch Kompilierung in JSP-Code übersetzt. ISML-Tags und JSP-Code können gemischt werden. Content-Management - Das Content Management ermöglicht Änderungen an der Storefront ohne Berücksichtigung von Deployment-Zyklen. Für REST-Anfragen werden native Java-Bibliotheken verwendet, wodurch ISML und JSP überflüssig werden.
Webformular-Framework	Das Webformular-Framework reduziert den Implementierungsaufwand in Pipelines und Templates. Das Framework stellt z. B. mehrere Validierungsmethoden für Eingabedaten mit passender Fehlerbehandlung bereit.
Benutzeroberfläche	
Individualisierung	Alle HTML-basierten Web-Oberflächen, insbesondere die Storefronts für Kunden, können angepasst werden.
REST-API	Für die Entwicklung moderner externer Benutzeroberflächen stehen REST-APIs zur Verfügung.
Logging und Metriken	
System-Logging	Der Bereich der erfassten Information kann konfiguriert werden. Die folgenden Logbereiche sind verfügbar: FATAL, ERROR, WARN, SYSEVENT, DEBUG, JOB, PERFORMANCE, STAGING. Die Einträge für jeden Logbereich können in verschiedene Appender geschrieben werden. Systeminformationen werden über eine Standardausgabe ausgegeben, so dass externe Logging-Agenten sie leicht abrufen können. Die Ausgabe erfolgt im JSON-Format.
Metriken	Intershop Commerce Management liefert über eine Prometheus-Schnittstelle verschiedene Metriken, wie z. B. Cache-Statistiken.
Site-Management	
Seiteneinstellungen	Mit Intershop System Management kann der Systemadministrator die globalen Einstellungen für die mit Intershop Commerce Management betriebenen Sites steuern. Die folgenden allgemeinen Einstellungen können vorgenommen werden: Servergruppen-Zuordnung, HTTPS-Traffic, URL-Manipulation und Online-Status.
Cache-Einstellungen	In der Registerkarte „Seitencache“ konfigurieren Systemadministratoren das Seitencache-Verhalten der Site. Dazu gehören neben der globalen Aktivierung des Seitencache folgende Einstellungen: · Der Zeitraum, für den statische Inhalte erhalten bleiben. · Schlüsselwortbasiertes Invalidieren und Löschen des Caches · Index-basiertes Invalidieren und Löschen des Cache · Invalidieren und Löschen des gesamten Cache · Cache-Prefetching
Applikationseinstellungen	Eine Übersicht über installierte Applikationen mit Status und verwendeter Cartridge-Struktur wird bereitgestellt.
Dateisystem	

Datei-Browser	Systemadministratoren können mehrere freigegebene Verzeichnisse aus verschiedenen Servern eines Clusters zu durchsuchen.
Monitoring	
Cartridge	Der Status und die Konfiguration von Cartridges kann überwacht werden. Außerdem werden geladene Pipelines und Pipelets angezeigt.
Datenbank	Es werden Informationen zu verwendeten Treibern und der aktuelle Status des Connection-Pool bereitgestellt.
Java Virtual Machine	Es werden Informationen zur Verwendung von Virtual Machines, der Menge an Threads und zur Konfiguration von Virtual Machines bereitgestellt.
Applikationsserver	Es werden Informationen zur Verwendung von Ressourcen und der Konfiguration eines gewählten Applikationsservers bereitgestellt.
Performance	Es werden Zahlen zur Performance in Bezug auf Laufzeit von Pipelines, Pipelets und Templates für das Cluster und seine Komponenten bereitgestellt.
Session	Es werden Informationen zu neuen Sessions bereitgestellt.

Dokumentation

Benutzerhandbücher	Die Benutzerdokumentation ist im Intershop Knowledge Portal zu finden. Diese Dokumentation ist auch von den Backoffices aus verlinkt.
Dokumentation für Entwickler und Administratoren	Die Intershop Knowledge Base enthält alle relevanten Informationen für Entwickler und Administratoren, die mit Intershop Commerce Management arbeiten.

Continuous Delivery

Artefakt-Server	Die Intershop-Software und Updates werden über das öffentliche Binär-Repository Nexus ausgeliefert. Dies ermöglicht eine nahtlose Integration der Intershop-Softwarekomponenten in die Projektumgebungen.
Docker-Registry	Alle Anwendungen und Anpassungen werden als Docker-Container bereitgestellt. Für die Entwicklungsumgebung wird eine Docker Registry bereitgestellt, auf die der Implementierungspartner Zugriff hat.
Build	Das Build-System ist nur ein Teil von Intershops Continuous Integration (CI) Strategie. Es ist Gradle-basiert, unterstützt Tests und Deployment und kann in CI-Tools wie Jenkins und Azure DevOps integriert werden.
Testautomatisierung	Frameworks und Tools zur Unterstützung der Testautomatisierung auf allen Testebenen: · Nutzerschnittstellentests - basierend auf HTML Unit, Selenium und PhantomJS · REST-Tests - basieren auf dem Geb & Spock-Framework · Service-/Integrationstests - Diese Tests basieren auf JUnit und werden durch JUnit-Erweiterungen ergänzt. Die Tests werden in einer serverähnlichen Umgebung ausgeführt. · Unit-Tests - Diese Tests sind unabhängig von einer Serverumgebung und basieren auf JUnit.
Deployment	Das Deployment wird über Helm-Charts gesteuert. Diese werden derzeit über GitHub gepflegt und bereitgestellt: https://github.com/intershop/helm-charts/tree/main/charts

Hochsicherheitsarchitektur

Absicherung	
HTTPS	Die Weboberfläche der Storefront kann durch HTTPS gesichert werden. Alternativ können auch nur Bestellvorgang, Kunden-Authentifizierung oder die Anmeldung durch HTTPS gesichert werden.
System-Zugriffsrechte	Ein Zugriffsrecht stellt eine Reihe von Rechten dar, die den Zugriff auf administrative Funktionen kontrollieren. Sie können sowohl Benutzern als auch Abteilungsrollen einer Vertriebsorganisation zugewiesen werden.
CAPTCHA	Channel-Administratoren können die Verwendung von CAPTCHA auf Channel-Ebene konfigurieren. Diese sind für die Kennwort vergessen-, Registrierungs- und Weiterempfehlen-Funktionen verfügbar.
Vulgarismenprüfung	Um die Storefronts frei von vulgärer Sprache zu halten, können Organisationsverwalter pro Locale Wörter definieren, die nicht in der Storefront erlaubt sind. In der Konsequenz wird jede Verwendung dieser Wörter in Produktkommentaren, Geschenkkartennachrichten oder anderem benutzergenerierten Content blockiert. Es ist möglich, eine globale Bad-Word-Liste pro Locale zu pflegen, die auf alle Channel angewendet wird, und eine angepasste Bad-Word-Liste (pro Locale), die sich nur auf den aktuellen Bereich der Organisation bezieht (Organisation oder Channel).
Schutz vor Cross-Site Request Forgery (CSRF)	Der CSRF-Wächter ist eine Intershop-spezifische Implementierung des Synchronizer-Token-Patterns, eines Mechanismus' zur Verhinderung von Cross-Site Request Forgery-Angriffen (siehe www.owasp.org).

PKDF2-Kennwortverschlüsselung	Der Standard-Kennwort-Hashing-Algorithmus ist PKDF2 mit zufälligem 64-Bit-Salt, der vom National Institute of Standards and Technology (NIST) zugelassen ist.
Administration	
Backoffice-Autentifizierung	Benutzer einer Vertriebsorganisation können sich am System mit ihren Zugangsdaten anmelden (Anmeldename, Kennwort, Vertriebsorganisation). Sie werden anhand der lokalen Datenbank oder von LDAP-Verzeichnissen authentifiziert. Das System unterstützt den Java-Authentifizierungs- und Autorisierungsstandard (JAAS).
Unterstützung für PA/PCI-DSS-konforme Sites	
Benutzer deaktivieren	Systemadministratoren können den Zeitraum definieren, nach dem ein inaktiver Benutzer automatisch deaktiviert wird. Deaktivierte Benutzer müssen manuell durch den Organisations-Verwalter in Intershop Commerce Management erneut aktiviert werden.
Datum der letzten Anmeldung	Der Zeitpunkt der letzten Anmeldung eines jeden Benutzers ist in der Datenbank gespeichert. Benutzer von Intershop Commerce Management können das Datum ihres letzten Logins im Backoffice sehen. Benutzerverwalter können das Datum der letzten Anmeldung jedes Benutzers im Benutzerprofil sehen.
Kennwort-Einstellungen	Systemadministratoren können den Gültigkeitszeitraum für das Kennwort und die Zahl zuletzt verwendeter, nicht nutzbarer Kennwörter festlegen. Außerdem können sie Regeln für Kennwörter bestimmen (Zeichenanzahl, erlaubte und erforderliche Zeichen). Standardmäßig laufen Kennwörter nach 90 Tagen ab, die letzten vier Kennwörter können nicht verwendet werden und alle alphanumerischen Zeichen sind erlaubt.
Anmelde- und Session-Einstellungen	Systemadministratoren können die Anzahl fehlgeschlagener Anmeldeversuche bestimmen, nach der das Benutzerkonto gesperrt wird. Außerdem können sie den Zeitraum festlegen, nach dem der gesperrte Benutzer sich wieder anmelden kann. Des Weiteren können Systemadministratoren einen Zeitraum festlegen, nach dem inaktive Backoffice-Benutzer automatisch abgemeldet werden. Standardmäßig wird ein Benutzerkonto nach sechs fehlgeschlagenen Anmeldeversuchen für 30 Min. gesperrt und Sessions werden nach 30 Min. Inaktivität geschlossen.
Schlüsselverwaltung	Der Systemadministrator kann mehrere Verschlüsselungskennwörter verwalten und eines davon als Standard definieren. Die Funktion erlaubt es, Daten mit alten Kennwörtern zu entschlüsseln und sie mit dem derzeit aktiven Kennwort neu zu verschlüsseln. Außerdem können verschiedene Verschlüsselungsalgorithmen definiert werden.
Zugriffsrechte für die Zahlungsverwaltung	Organisationsverwalter können Backoffice-Benutzern bestimmte Rollen zur Zahlungsverwaltung zuweisen: · Zahlungskonfigurationsverwalter - aktiviert und konfiguriert Zahlungsdienste · Zahlungstransaktionsverwalter - führt Transaktionen aus · Zahlungsprüfer - kann Informationen zu Transaktionen anzeigen
Benutzerdaten-Auditing	Jeder Zugriff auf sensible Zahlungsdaten wird in einem Audit-Trail gespeichert. Jedes Mal, wenn sich der Benutzer im System anmeldet, sein Kennwort oder das anderer Benutzer erneuert, einen neuen Benutzer erstellt oder einen oder mehrere Nutzer löscht, die Rollenzuordnungen ändert, den Status von Bestellungen ändert oder eine Zahlungsaktion ausführt (wie Erfassen oder Abbrechen), werden neue Einträge in die entsprechende Logdatei geschrieben. Die Einträge beinhalten das Ergebnis einer ausgeführten Aktion (Erfolg oder Fehler) sowie, falls verfügbar, weitere Daten.
Auditprotokoll/Auditbericht	Das System erzeugt geschäftsrelevante chronologische Berichte über Benutzeraktivitäten in Intershop Commerce Management für die Bereiche Produkte, Preise, Aktionen und Content in einem Audit-Trail. Administratoren können Berichte über benutzerbasierte Aktivitäten konfigurieren, suchen, überprüfen und exportieren/speichern.

API

API	
REST-API-Framework	Ein Framework für die Zusammenstellung neuer REST-APIs (auf der Grundlage von Jersey) ist verfügbar: Mit RESTful API ist es z. B. möglich, native Smartphone-Apps zu entwickeln, die mit Intershop Commerce Management interagieren.
Managed-Service-Framework	Das Managed-Service-Framework ist eine Sammlung von standardisierten Funktionen zur strukturierten Integration von Drittanwendungen (z. B. Bestandsservice, Adressprüfungs-Service, CAPTCHA-Service). Geschäftsanwender können einen oder mehrere Dienste auf Unternehmens-, Channel- und Applikationsebene aktivieren und konfigurieren. Die Service-Konfiguration beinhaltet eine konfigurierbare Benutzeroberfläche, Protokollierung und Überwachung. Service-Konfigurationen können geteilt werden.

Import-Export-Framework	Massendatenimport und -export - Es können Geschäftsobjekte importiert und exportiert werden. Diese Funktion wurde speziell für den den Import und Export von Massendaten konzipiert. Import- und Exportanpassung - Der Import und Export wird in Form von Pipelines ausgeführt und kann daher angepasst und erweitert werden. Import Modi - Folgende Modi können für den gesamten Import oder für einzelne Objekte konfiguriert werden: INITIAL (Objekt wird erstellt), IGNORE (Objektaktualisierungen werden ignoriert, wenn das Objekt bereits existiert), UPDATE (Objektattribute werden aktualisiert), REPLACE (Objekte werden ersetzt), DELETE (Objekte werden gelöscht). Importvalidierung - Die Importdaten können optional auf syntaktische und semantische Konsistenz validiert werden, bevor der eigentliche Import stattfindet. Exporttemplates - ISML-Exporttemplates können für den Export von Geschäftsobjekten in bestimmte Datenformate verwendet werden. Import und Export - Import- und Exportvorgänge können geplant werden. Kommandozeile - Importvorgänge können aus der Kommandozeile ausgelöst werden. Webservice-Interface - Import- und Exportvorgänge können über ein Webservice-Interface ausgelöst werden.

Systemanforderungen

Informationen zu den Systemvoraussetzungen finden Sie unter System Requirements - Intershop Commerce Management 14.