KUNDENSTORY Intershop*



Effizienter globaler Rollout von 38 B2B-Online-Shops

38

Tochterfirmen

160.000

weltweit verfügbare Artikel

2-3

Monate Projektlaufzeit pro Rollout



DIE HERAUSFORDERUNG

- Implementierung einer standardisierten, zentral gesteuerten B2B-Commerce-Plattform zur Unterstützung internationaler Wachstumsambitionen
- Lokalisierung: unterschiedlich große Märkte mit je unterschiedlichen Anforderungen und Erwartungen an das digitale Einkaufserlebnis
- · Integration multipler Drittsysteme und Schnittstellen der Tochterfirmen

DIE LÖSUNG

- globaler Rollout einer zentral gesteuerten Commerce-Plattform auf Intershop-Basis, die über leistungsstarke, vorkonfigurierte Internationalisierungs- und Lokalisierungsfunktionalitäten verfügt
- persönlicher Login-Bereich für B2B-Kunden inklusive komfortabler Self-Service-Funktionen
- schnelle und nahtlose Integration in bestehende (zentrale und lokale) IT-Systemlandschaften
- intelligente Suche mit automatischer Anzeige von Produktvergleichen und -vorschlägen für vielfältige Up- und Cross-Selling-Potenziale

KUNDENSTORY // HÄFELE Intershop*

ÜBER HÄFELE

Häfele ist eine international aufgestellte Unternehmensgruppe mit Hauptsitz in Nagold, Deutschland. Das Familienunternehmen wurde 1923 gegründet und bedient heute in über 150 Ländern weltweit die Möbelindustrie. Architekten, Planer, das Handwerk und den Handel mit Möbel- und Baubeschlägen, elektronischen Schließsystemen und LED-Licht. Häfele entwickelt und produziert in Deutschland und Ungarn. Im Geschäftsjahr 2020 erzielte die Häfele Gruppe bei einem Exportanteil von 79 % mit 8.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, 38 Tochterunternehmen und zahlreichen weiteren Vertretungen weltweit einen Umsatz von 1,39 Mrd. Euro.

www.haefele.de

Von Offline-first zu Online-first

Die Erschließung neuer Märkte, um dort mit neuen Kunden in Kontakt zu treten, kann eine echte Herausforderung darstellen. In einer Welt, in der globaler Handel alltäglich ist, eröffnet dieser Schritt jedoch grenzenloses Wachstumspotenzial. Und Häfele wollte genau das: international expandieren. Thomas Riebe, Head of Digital Commerce Solutions bei Häfele, erinnert sich: "Um unsere ambitionierten Wachstumsziele zu erreichen, musste erst einmal ein Paradigmenwechsel stattfinden – von Offline-first zu Online-first".

Schon früh widmete sich der international tätige Beschlagspezialist Digitalisierungsthemen, entwickelte Apps und smarte Möbel. Schon 1997 – früher als viele andere Hersteller – stieg Häfele ins E-Commerce-Geschäft ein und holte sich dafür mit Intershop einen starken Partner ins Boot. Mittlerweile gehören über 38 Tochterunternehmen zum Konzern, die in verschiedenen Märkten tätig sind. Lange Zeit entschieden die Töchter selbst über ihren Web-Auftritt, sodass die Marke Häfele von Region zu Region sehr unterschiedlich positioniert und wahrgenommen wurde. Um für mehr Effizienz und einen einheitlichen Markenauftritt zu sorgen, musste eine zentrale E-Commerce-Lösung her.

3 Zutaten für internationalen Erfolg

Häfeles Ziel war es, schnell und international zu skalieren, um dadurch ein nachhaltiges Firmenwachstum zu begünstigen. Grund genug, um seine globale B2B-Comerce-Lösung im Rahmen der Häfele One Web-Initiative auf die neueste Version der Intershop Commerce Plattform zu migrieren.

Thomas Riebe ist sich sicher: "Um global erfolgreich zu sein, benötigt man zu aller erst eine skalierbare, verlässliche Plattform auf der man aufbauen kann. Außerdem ist ein kompetenter Partner, mit dem man das Projekt umsetzen, aber auch diskutieren kann, wichtig. Zu guter Letzt braucht man einen innovativen Kunden, der mitzieht und neue Bestellprozesse einfach mal ausprobiert."

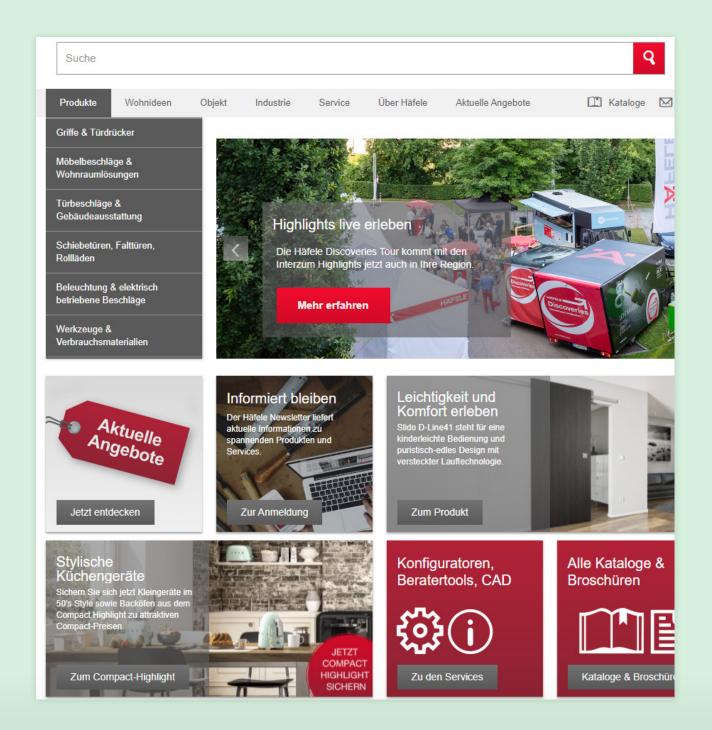
Die Wahl der richtigen Plattform war schnell getroffen: "Unsere Anforderungen waren hoch. Die Intershop Commerce Plattform überzeugte durch eine Vielfalt an Standardfunktionen sowie ein hohes Maß an Skalierbarkeit." Die Plattform ist flexibel, sodass sämtliche Geschäftsprozesse der Kunden, aber auch die internen Organisationsstrukturen des Häfele-Konzerns, abgebildet werden können. Auch die Anbindung multipler Touchpoints und Drittsysteme gelingt aufgrund ihrer API-basierten Architektur problemlos.

KUNDENSTORY // HÄFELE Intershop*

diconium: starker Partner für den internationalen Rollout

Für die Realisierung seiner ambitionierten Internationalisierungsstrategie vertraute Häfele auf die Expertise des langjährigen Intershop-Partners diconium. "Man muss sich bewusst sein, dass die Entwicklung einer globalen E-Commerce-Plattform ein fortlaufender Prozess ist. Deshalb ist ein verlässlicher Partner von besonderer Relevanz", erklärt Thomas Riebe. Mit seinem tiefgreifenden Know-how in den Bereichen Strategieberatung, Systemintegration und Customer Experience begleitet diconium bereits seit 2013 die digitale Transformation des Häfele-Konzerns und leistet damit einen entscheidenden Beitrag für den erfolgreichen internationalen Rollout der neuen Commerce-Plattform.

Doch in welchem Land sollte der erste Online-Shop live gehen? Nach intensiver Marktanalyse und Abschätzung möglicher Risiken fiel die Wahl auf Österreich. Es folgten die Schweiz, Dänemark und Spanien, und zahlreiche weitere Ländershops des Häfele-Konzerns. Dass der Rollout-Prozess so zügig und reibungslos vonstattenging, ist auch dem agilen Projektvorgehen sowie der robusten Architektur der Intershop-Plattform zu verdanken. "Unsere B2B-Commerce-Plattform ist das Kernstück unserer globalen Digitalisierungsoffensive. Sie skaliert mit unseren Wachstumsambitionen und passt sich flexibel an unterschiedlichste Markt- und Kundenanforderungen an. Werden weitere Add-ons für eine Region integriert, so gelingt dies einwandfrei.



KUNDENSTORY // HÄFELE Intershop

Ein standardisierter Rollout eines regionalen Shops dauert heute nur noch 2-3 Monate", schlussfolgert Riehe

Nahtlose Integration in multiple IT-Systemlandschaften

Da die Ländergesellschaften zum Teil sehr unterschiedliche CRM-, ERP- und Logistiksysteme im Einsatz hatten, musste eine nahtlose Integration in die jeweiligen IT-Systemumgebungen sichergestellt werden. Dank API-basierter Plattformarchitektur verfügt Häfele über die nötige Flexibilität, alle wichtigen Systeme – so auch das unternehmensweit eingesetzte Warenwirtschaftssystem SAP – schnell und unkompliziert anzubinden. Das Gleiche gilt für regionale Partner, Distributoren oder beispielsweise Payment-Anbieter. Damit sorgt Häfele für schlanke Prozesse und eine Reduzierung des Arbeitsaufwandes.

Globales Wachstum – effektiv und zentral gesteuert

Häfele war sich von Anfang an bewusst, dass globale Online-Vertriebskanäle zentral gesteuert, aber an lokale Bedürfnisse angepasst werden müssen, damit sie gleichermaßen effizient und effektiv betrieben werden können. Denn haben die Ländergesellschaften – so wie in der Vergangenheit – verschiedene Shop-Systeme im Einsatz, hat dies u. a. ein Vielfaches an Kosten und administrativem Aufwand sowie inkonsistente Markenerlebnisse zur Folge.

Mit der Commerce-Plattform auf Intershop-Basis hat Häfele in die zentrale, effiziente Steuerung seines globalen digitalen Vertriebs investiert und sich zugleich ein Höchstmaß an Flexibilität bei der Umsetzung regionaler Anforderungen und Kundenerwartungen gesichert. Alle Ländershops folgen einer einheitlichen Struktur und ziehen ihre Daten aus einem umfangreichen, zentral gepflegten Online-Katalog mit rund 160.000 verfügbaren Artikeln sowie umfangreichen Produktinformationen (inklusive CAD- und CAM-Daten, Installationshandbüchern und Servicedokumenten). Welche Artikel, Inhalte oder Marketingaktionen in den einzelnen Shops ausgespielt werden, obliegt den Tochtergesellschaften – denn hier gibt es regionale Unterschiede hinsichtlich des Angebots und der Nachfrage. Besonderes Augenmerk liegt jedoch auf einer perfekten Darstellung der Produktdetailseiten, da Häfeles B2B-Kunden auf die Korrektheit der Informationen. z. B. zu Kombinationsmöglichkeiten von Produkten oder Staffelpreisen, angewiesen sind.

Weiter auf Erfolgskurs

Heute haben Häfele-Kunden aus über 38 Ländern 24/7 Zugriff auf rund 160.000 Artikel und umfangreiche Produktinformationen. Sie profitieren von einem personalisierten Einkaufserlebnis, effizienten Bestellprozessen sowie einem persönlichen Login-Bereich mit komfortablen Self-Service-Funktionen, um etwa Bestellstatus und -verlauf einzusehen, Kontodaten zu verwalten oder Wunschlisten anzulegen. Eine intelligente Suche mit automatischer

Anzeige von Produktvergleichen und -vorschlägen eröffnet vielfältige Up- und Cross-Selling-Potenziale. Das sorgt für steigende Umsätze und einen Boost in Sachen Kundenzufriedenheit.

Doch damit nicht genug: Rollouts in neuen Märkten sind bereits in Planung, denn Häfele ist weiter auf Wachstumskurs. Mit der seiner Commerce-Plattform auf Intershop-Basis hat das Unternehmen ein leistungsstarkes System im Einsatz, das mit der zukünftigen Geschäftsentwicklung skaliert und jederzeit eine flexible Anbindung von IT-Systemen, Partnern oder innovativen Technologien ermöglicht. Es bleibt spannend!

"Unsere Anforderungen waren hoch. Die Intershop Commerce Plattform überzeugte durch eine Vielfalt an Standardfunktionen sowie ein hohes Maß an Skalierbarkeit."

Thomas Riebe, Head of Digital Commerce Solutions bei Häfele

ÜBER INTERSHOP



Die Intershop Communications AG (gegründet 1992, Prime Standard: ISHA) unterstützt weltweit führende Hersteller und Großhändler dabei, ihren Vertrieb innovativ zu digitalisieren.

Auf Intershops Cloud-basierter E-Commerce-Plattform können B2B-Unternehmen ihre digitale Präsenz auf- und ausbauen, ein konsistent positives Kundenerlebnis schaffen und so nachhaltig den Online-Umsatz steigern. Mit der Erfahrung aus über 30 Jahren digitalem Handel und einer weltweiten Präsenz helfen wir über 300 Kunden, Produkte in Umsätze zu verwandeln und die Beziehungen zu ihren Kunden dauerhaft zu verbessern.

Intershop is built to boost your business. Erfahren Sie mehr unter www.intershop.de.



SPRECHEN SIE MIT UNSEREN EXPERTEN

www.intershop.com/de/standorte info@intershop.de