

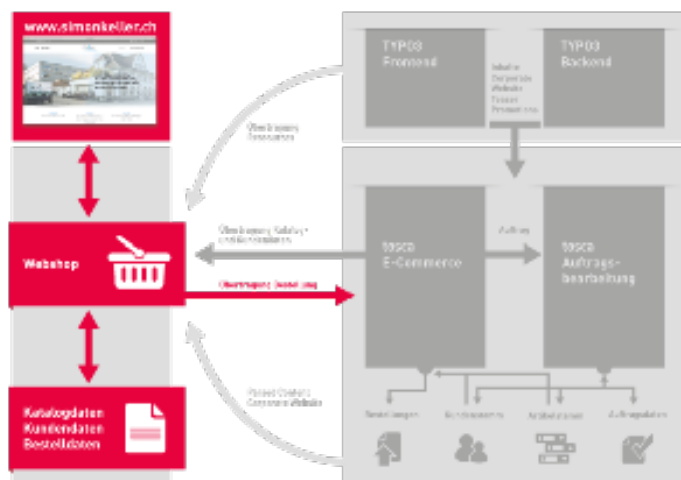
Swiss Wellness im Internet – Ein neuer Webauftritt zum Wohlfühlen

Die Simon Keller AG in Burgdorf hat im August 2018 ihren Webauftritt komplett überarbeitet und bietet seinen Kunden nunmehr ein digitales Einkaufserlebnis zum Wohlfühlen an.

Als führender Anbieter von Produkten in den Bereichen Fusspflege, Kosmetik, Haarpflege, Wellness, Spa, Massage und Therapie in der Schweiz und weltweit unterstützt die Simon Keller AG den Verkauf der Produkte durch ein umfangreiches Aus- und Weiterbildungsprogramm, Dienstleistungen & Services, sowie durch einen hauseigenen 5 Sterne Day Spa Resort.

Zusammenspiel von Technik und Design

Beim neuen Webauftritt ist ein perfektes Zusammenspiel der Systeme TYPO3 als führendes CMS und toasca als Backboneapplikation, die den Webshop mit Prozessen und Daten versorgt, gelungen.



Zusätzlich wurde der Fokus auch auf die visuelle Gestaltung gelegt. In Zusammenarbeit mit der Koch Kommunikation, welche sich massgeblich am Konzept, dem Screendesign und der technischen Umsetzung beteiligte, konnte dies ebenfalls sichergestellt werden.

Darüber hinaus wurde viel Wert darauf gelegt, dass die Seite auf allen Endgeräten (Desktop, Tablet, Smartphone) – gleich mit welchen mobilen Betriebssystemen (Windows, MacOS, Android, iOS) – lauffähig ist.

Dem Endkunden bietet sich daher eine Corporate Site an, die aus einem einheitlichen Guss kommt, obwohl im Hintergrund unterschiedliche Systeme miteinander kommunizieren. Für Simon Keller bedeutet dies, eine maximale Flexibilität zur kreativen Gestaltung. Gleichzeitig wird eine konsequente Einhaltung der in toasca.ERP parametrisierten Prozesse zur Darstellung der Sortimente im Webshop und

dem kompletten Fulfillment nach Annahme eines Kundenauftrages aus dem Shop gewährleistet.

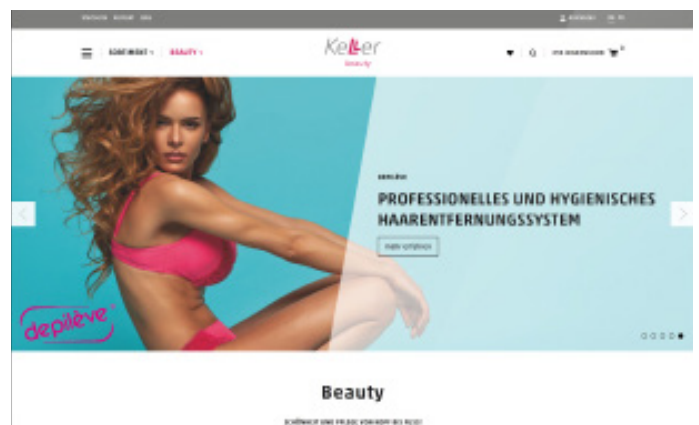


Nahtlose Integration der Firmenwebsite

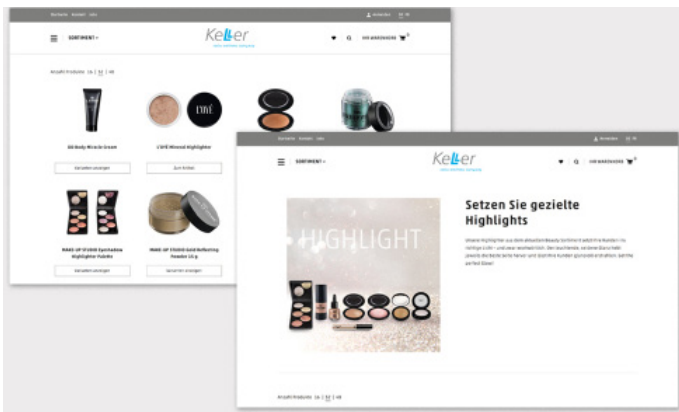
Die vollumfänglich und nahtlos integrierte Unternehmenswebsite vervollständigt die Onlineplattform. Inhalte, die durch das CMS TYPO3 zur Verfügung gestellt werden, können direkt durch toasca interpretiert und für das Benutzer-Front-End aufbereitet werden. Die Onlineredaktion von Simon Keller kann dadurch den Firmenbereich jederzeit ausbauen und erweitern – ohne Rücksichtnahme auf verschiedene Technologien oder Tangieren der Webshop-Logik.

Das digitale Schaufenster

Eine Besonderheit beim Einstieg in die Warengruppenwelt der Simon Keller AG ist, dass eine Startseite der ausgewählten Produktwelt vorgeschaltet wird. Dadurch findet sich der Kunde mit dem ersten Aufruf direkt in „seiner Welt“ wieder.



Um die Kundenzielgruppen effizient durch das Katalogsortiment zu führen, wurden sogenannte Kontextfarben eingeführt, die dem Anwender die Identifizierung der Warengruppen und die Navigation durch das grosse Sortiment erleichtern.

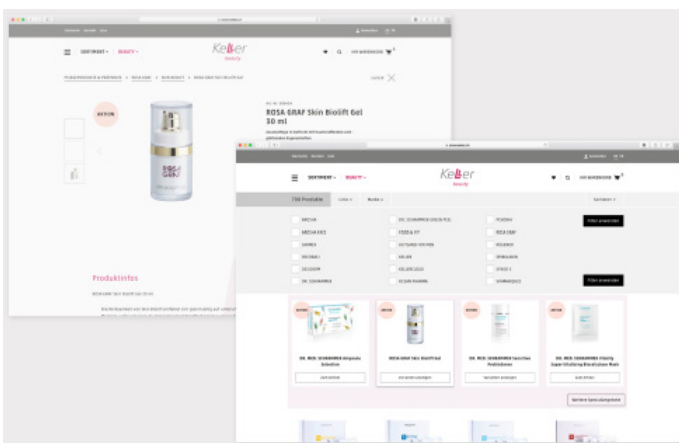


Weitere Zusatznutzen für den Kunden werden über Landingpages aus dem CMS heraus generiert. Hier erhalten die Kunden die Möglichkeit, Wissenswertes rund um die ausgewählte Produktegruppe zu erfahren. Die Verbindung zu den Artikeln aus dem Shop ist dabei jederzeit gegeben.

Auch ohne Login im Webshop kann sich der Endkonsument informieren und dank verschiedener Suchkriterien den gewünschten Artikel finden. Gelingen kann dies über die sechsstufige Warengruppenhierarchie im Katalog der Simon Keller AG aber auch das Finden durch Stichwörter und/oder Kombinationen von Artikelattributen (facettierte Suche) führt zum gewünschten Ergebnis.

Aufgrund der Tatsache, dass die Anforderungen aus B2B mit B2C immer mehr verschmelzen, bietet der neue Webshop ausserdem Social Media Sharing Funktionen an.

Neben der Artikelsuche bietet der Shop seinen Kunden ebenfalls die Option, Hitlisten zu verwalten und daraus Warenkörbe zu bestücken. Letzteres kann jedoch erst nach Registrierung im Webshop erfolgen. Damit einhergehend ist dann auch die Anzeige von Preisen sowie die Zuordnung von Gesamt- und Kernsortimenten, auf die der Kunde im eingeloggt Zustand im Zugriff erhält.



Die Hitliste zeigt dem Kunden die meistgekauften Artikel an und enthält die zuletzt bestellte Menge als Vorschlagsmenge. Das ohne Suche und Umwege der Warenkorb bestückt werden kann, ist ein effizientes Werkzeug für den Kunden.

Beim Checkout können verschiedene Adressen und verschiedene Zahlungsarten angegeben werden. Der Shop unterstützt neben der Rechnung auch Vorkasse, Nachnahme sowie Kreditkarte.

Ein weiterer Vorteil, den der Shop aufgrund seiner Integration ins ERP bietet, ist das Konzept der offenen Warenkörbe. Ein Warenkorb ist bereits zum Zeitpunkt seiner Anlage im Shop als Auftrag im ERP angelegt. Somit hat der Aussendienst mit toscamobile und der Innendienst bei Simon Keller jederzeit einen Überblick über noch nicht abgesendete Warenkörbe und kann ggf. proaktiv auf seine Kunden zugehen. Zusätzlich kann der Shop als Informationsportal für die Kunden dienen, da sämtliche Aktivitäten rund um ihre Bestellungen unabhängig vom Vertriebskanal eingesehen werden können.

Connected E-Mail-Marketing

Dank der Verknüpfung aller involvierten Systeme (Webshop, CRM, ERP, CMS und Google Analytics) wird ein ganzheitlicher, digitaler Kundendialog gewährleistet. Für den Versand der E-Commerce-Newsletter kommt die professionelle Versandsoftware «CleverReach» zur Anwendung. Durch integrative Ansätze und Prozesse – wie zum Beispiel dem automatisierten Adressdatenabgleich zwischen ERP und Newsletter-Software oder der Verknüpfung und Anbindung des Content Management Systems an CleverReach – ermöglicht das Setup der Onlineredaktion von Simon Keller einen einfachen Einsatz des E-Mail-Marketings für Abverkauf- und Informationszwecke.

Um das Potenzial im Bereich des Online-Marketings weiter zu verfolgen und zu steigern, wird der Onlineshop laufend analysiert, optimiert und die in Zusammenarbeit mit der Simon Keller AG generierten Roadmap, konsequent umgesetzt.

Anwender-Tipp

«Dank der starken ERP-Engine toscamobile, verbunden mit dem attraktiven Layout und der Usability, sind wir nunmehr in der Lage unsere Omnichannelstrategie vollends umzusetzen. Nicht nur B2B-Prozesse können medienbruchfrei umgesetzt werden, sondern auch B2C-Prozesse wie Gutscheine, Promotionen und E-Mail Marketing. Somit können wir unsere Kunden zu jeder Zeit an jedem Ort und auf jedem Gerät mit den passenden Produkten und Dienstleistungen bedienen.»

Heinz Kaufmann
Leiter Finanzen/Administration
Simon Keller AG