

Online Shop und Marketinginstrument in einem Die grösste Filiale steht im Web

Ein modernes Ladenkonzept steigert die Attraktivität einer Filiale – auch im Web. Und wenn der Online Shop noch mit Marketingmassnahmen gekoppelt werden kann, fühlen sich die Besucher fast so persönlich betreut wie in einem richtigen Ladenlokal.



Ein einheitliches Erscheinungsbild prägt nicht nur die insgesamt 180 Interdiscount-Filialen, sondern auch den Online Shop.

Sie ist rund um die Uhr offen, zählt bis zu 100'000 Besucher pro Woche und kennt trotzdem keine Warteschlangen: die Online-Filiale von Interdiscount. Bereits 1997 hat sie an der bestens bekannten Adresse www.interdiscount.ch ihre Tore geöffnet, nun wurde sie einer gründlichen Überarbeitung unterzogen. Die ursprüngliche Shop-Lösung beschränkte sich auf die reine Absatztätigkeit und genügte den heutigen Anforderungen nicht mehr, wie Peter Späni, Leiter Category Management Services bei Interdiscount, ausführt: „Der Shop ist ein integraler Bestandteil der Firmenkommunikation. Wir wollen ihn vermehrt als Marketinginstrument nutzen.“ Dieser Ausbau ist ein logischer Schritt, der sich aus den Erfahrungen ergeben hat, ergänzt Späni: „Der Shop dient vielen Kunden als Informationsquelle vor dem Besuch einer Filiale.“ Um die Attraktivität zu

erhöhen, sollen Kunden gezielter angegangen werden, beispielsweise mit einem elektronischen Newsletter und Zielgruppen-spezifischen Promotionen. Das bedingt, dass sich die Kundendaten auch nutzen lassen. Mit der ursprünglichen Lösung war dies nicht der Fall.

Neue Wege, bewährte Zusammenarbeit

Der ursprüngliche Shop lief auf Net.Commerce, einer Vorgängerversion der IBM WebSphere Commerce Suite. Interdiscount entschied sich nach ausführlicher Evaluation, wieder auf diese mehrfach ausgezeichnete Plattform zu setzen und an der Zusammenarbeit mit dem IBM Business Partner Systematics Soft Solution aus Zug festzuhalten. „Diese Kombination hat sich bewährt“, bringt Späni den Entscheid auf den Punkt. Vor kurzem hat der neue

„Die neue Shop-Lösung auf der Basis von IBM WebSphere Commerce Suite bringt uns in der Kundenkommunikation einen Schritt weiter.“
Peter Späni, Interdiscount

Shop seine Tore geöffnet. Mit dem Ergebnis zeigt sich Späni sehr zufrieden: „Die Bedienung ist einfacher geworden, und wir können nun endlich Online-Marketingaktionen im Voraus planen.“ Trotz erweiterter Möglichkeiten hat sich der Aufwand für den Betrieb verringert, ein erklärtes Ziel des Nicht-Informatikers Späni.

Weil für den Betrieb des Shops der Marketingkanal und nicht die Informatik zuständig ist, hat Interdiscount das Hosting auf einem IBM eServer xSeries an die Systematics Soft Solution in Zug ausgelagert. „Die IT-Spezialisten erledigen diese Aufgabe professionell und kalkulierbar“, bilanziert Späni. Die positiven Erfahrungen aus der bisherigen Zusammenarbeit haben Späni in dieser Entscheidung bestärkt. Und die Resonanz der Besucher spricht ebenfalls dafür, dass die «Renovation» gelungen ist.

Interdiscount

Der zu Coop gehörende Discounter ist die Nummer eins im Handel mit Heimelektronik. Mit über 180 Filialen in der ganzen Schweiz ist Interdiscount so nahe bei den Kundinnen und Kunden wie kein anderer Anbieter. Heute beschäftigt Interdiscount rund 1600 Mitarbeitende, der Hauptsitz liegt seit der Gründung im Jahre 1970 im bernischen Jegenstorf. www.interdiscount.ch

Systematics Soft Solution SA

Der IBM Business Partner hat sich auf Entwicklung und Hosting von Komplettlösungen für KMU spezialisiert und weist langjähriges Know-how im Einsatz von IBM WebSphere auf. Mit dem Hauptsitz in Lyss und Zweigniederlassungen in Zürich und Zug ist das Unternehmen in den wichtigsten Deutschschweizer Regionen vertreten. www.softsolution.ch

Kreuzen Sie auf dem Antwortformular folgende Kennziffer an, und Sie erhalten zusätzliche Informationen zu IBM WebSphere Commerce Suite.
Kennziffer 126