

IBM WebSphere Commerce



Grundlagen

Version 5.5

IBM WebSphere Commerce



Grundlagen

Version 5.5

Hinweis

Vor Verwendung dieser Informationen und des darin beschriebenen Produkts sollten die allgemeinen Informationen unter "Bemerkungen" gelesen werden.

- Die IBM Homepage finden Sie im Internet unter: **ibm.com**
- IBM und das IBM Logo sind eingetragene Marken der International Business Machines Corporation.
- Das e-business-Symbol ist eine Marke der International Business Machines Corporation.
- Infoprint ist eine eingetragene Marke der IBM.
- ActionMedia, LANDesk, MMX, Pentium und ProShare sind Marken der Intel Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.
- C-bus ist eine Marke der Corollary, Inc. in den USA und/oder anderen Ländern.
- Java und alle auf Java basierenden Marken und Logos sind Marken der Sun Microsystems, Inc. in den USA und/oder anderen Ländern.
- Microsoft Windows, Windows NT und das Windows-Logo sind Marken der Microsoft Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.
- PC Direct ist eine Marke der Ziff Communications Company in den USA und/oder anderen Ländern.
- SET und das SET-Logo sind Marken der SET Secure Electronic Transaction LLC.
- UNIX ist eine eingetragene Marke der Open Group in den USA und/oder anderen Ländern.
- Marken anderer Unternehmen/Hersteller werden anerkannt.

Erste Ausgabe (Juni 2003)

Diese Veröffentlichung ist eine Übersetzung des Handbuchs
IBM WebSphere Commerce Fundamentals Version 5.5,
IBM Form GC09-7675-00,

herausgegeben von International Business Machines Corporation, USA

© Copyright International Business Machines Corporation 2000, 2003
© Copyright IBM Deutschland GmbH 2000, 2003

Informationen, die nur für bestimmte Länder Gültigkeit haben und für Deutschland, Österreich und die Schweiz nicht zutreffen, wurden in dieser Veröffentlichung im Originaltext übernommen.

Möglicherweise sind nicht alle in dieser Übersetzung aufgeführten Produkte in Deutschland angekündigt und verfügbar; vor Entscheidungen empfiehlt sich der Kontakt mit der zuständigen IBM Geschäftsstelle.

Änderung des Textes bleibt vorbehalten.

Herausgegeben von:
SW TSC Germany
Kst. 2877
Juni 2003

Zu diesem Handbuch

Dokumentbeschreibung

Das vorliegende Handbuch stellt Basisinformationen zu WebSphere Commerce bereit. Es wurde als genaue Übersicht zu WebSphere Commerce für eine allgemeine Zielgruppe konzipiert.

In diesem Handbuch verwendete Konventionen

In diesem Handbuch werden die folgenden Hervorhebungskonventionen verwendet:

Fettdruck

Kennzeichnet Befehle oder Steuerelemente der grafischen Benutzeroberfläche (GUI), z. B. Namen von Feldern, Symbolen oder Menüauswahlmöglichkeiten.

Monospaceschrift

Kennzeichnet Textbeispiele, die Sie exakt wie angegeben eingeben müssen, Dateinamen sowie Verzeichnispfade und -namen.

Kursivdruck

Dient zur Hervorhebung von Wörtern. In Kursivschrift werden außerdem Namen angegeben, für die Sie die entsprechenden Werte Ihres Systems einsetzen müssen.

Business

Kennzeichnet spezielle Informationen zu WebSphere Commerce Business Edition.

Professional

Kennzeichnet spezielle Informationen zu WebSphere Commerce Professional Edition.

B2B

Kennzeichnet spezielle Informationen zu einem B2B-Geschäftsmodell (B2B = Business to Business, Großhandel).

B2C

Kennzeichnet spezielle Informationen zum Consumer Direct-Geschäftsmodell.

Inhaltsverzeichnis

Zu diesem Handbuch	iii
Dokumentbeschreibung	iii
In diesem Handbuch verwendete Konventionen	iii

Teil 1. Übersicht 1

Kapitel 1. Einführung in E-Commerce-Software	3
Der WebSphere-Unterschied	3
Marketing	4
Globaler Aktionsradius	5
Unterstützung für Mobilität	5
Erwecken Sie Ihre Site zum Leben	5
Gründe für die Verwendung von Java™	6
Tools für alle Bereiche	6
Was bedeutet dies alles für Sie?	7

Kapitel 2. Übersicht über WebSphere Commerce	9
Produktangebote	9
WebSphere Commerce-Komponenten	10
Erforderliche Komponenten	10
Beschreibungen der im WebSphere Commerce-Paket enthaltenen Software	13
IBM WebSphere Commerce Studio	14

Kapitel 3. WebSphere Commerce-Server	15
Tools	16
WebSphere Commerce Accelerator	16
Subsysteme	16
Common Server Run-time	18
Steuerkomponente für kontextuelle Interaktionen	19
E-Commerce-Unterstützung	20
Plattform WebSphere	20

Teil 2. Geschäftsentwicklung 23

Kapitel 4. Planen der Site	25
Bilden des Teams zur Site-Entwicklung	25
Sammeln von Anforderungen	27
Entwurf	29
Geschäftsentwicklung	29
Datenverwaltung	30
Katalogentwicklung	30
Tests	31
Implementierung	31

Kapitel 5. Erstellen des Geschäfts	33
Definition eines Onlinegeschäfts	33
Geschäftsmodelle	33
Geschäftstypen	35
Beispielgeschäfte	36

Kapitel 6. Erstellen des Onlinekatalogs	43
Funktionsweise des Onlinekatalogs	43
Katalogdaten	44
Kataloganzeigeseiten	45
Katalogbeziehungen	46
Erstellen eines Hauptkatalogs	47
Loader-Paket	47
Publizieren und das Loader-Paket	48
Pflegen des Onlinekatalogs	48
Katalogsuche	48
Hinzufügen der Katalogsuchfunktion zur Site	49
Konfigurierbare Produkte	50

Teil 3. Verwalten und Pflegen von Site und Geschäft 51

Kapitel 7. Site-Verwaltung	53
Systemverwaltung	53
Nachrichtenservice	54
Verwaltungskonsole	54
Konfigurationsmanager	55
Verwaltungskonsole für Organisationen	55
Informationsquellen	56

Teil 4. Ausführen des virtuellen Schaufensters 57

Kapitel 8. Verwalten von Lagerbestand	59
Festlegen, wie Lagerbestand verwaltet werden soll	59
Zuordnen von Lagerbestand	60
Verwalten von Lagerbestand mit WebSphere Commerce Accelerator	60
Einrichten des Lagerbestandssubsystems	61
Verwalten von Lagerbestand	62
Datensätze zum erwarteten Lagerbestand	62
Spontanbelege für Lagerbestand	63
Schrittweises Vorgehen	63

Kapitel 9. Verwalten des Katalogs	65
Kategorieverwaltung	65
Der Hauptkatalog in einem Consumer Direct-Geschäft	65
Der Hauptkatalog in einem Business Direct-Geschäft	66
Verwalten von Kategorien	67
Schrittweises Vorgehen	68
Produktverwaltung	69
Merkmale von Produkten, Artikelnummern, Bundles und Kits	74
Erstellen von Produkten, Attributen und Artikelnummern	76
Schrittweises Vorgehen	77

**Kapitel 10. Verwalten von Kunden-
informationen 79**

Registrierungsinformationen von Kunden 79
 Ändern von Registrierungsinformationen von
 Kunden. 79
Schrittweises Vorgehen 80

Kapitel 11. Kundenbetreuung 81

Konfigurieren und Verwenden der Kunden-
betreuung 82
Schrittweises Vorgehen 83

Kapitel 12. Verwalten von Bestellungen 85

Arbeiten mit Kundenbestellungen 86
Schrittweises Vorgehen 88

Kapitel 13. Rückgaben 89

Rückgabegründe. 89
Arbeiten mit Rückgaben 89
 Geschäftsrichtlinien für Rückgaben 90
Vom System verweigerte Rückgaben 90
Schrittweises Vorgehen 92

Kapitel 14. Marketing 93

Rabatte 93
 Rabatttypen 94
 Schrittweises Vorgehen 96
E-Marketing-Einblendungen 97
Kundenprofile 98
 Verwalten von Kundenprofilen 99
Kampagnen 100
 Promotion für suggestives Verkaufen 101
 Promotion für suggestives Verkaufen mit Bedin-
 gungen 101
 Werbung zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades 102
 Verwalten von Kampagnen. 103
Werbeaktionen 104
 Couponrabatte 104
 Schrittweises Vorgehen 107

Kapitel 15. Merchandising 109

Merchandisingzuordnungen 109
 Schrittweises Vorgehen 110
Produktberater 110
 Ermitteln, ob die Katalogdaten für den Produkt-
 berater geeignet sind 112
 Schrittweises Vorgehen 113

Kapitel 16. Auktionen 115

Merkmale für Auktionsteilnehmer 115
Auktionsarten 117
Konfigurieren von WebSphere Commerce-Auktio-
nen. 118

Verwalten von Auktionen für das Geschäft . . . 119
Verwalten von Auktionen für Kunden 119
Schrittweises Vorgehen 120

**Kapitel 17. Berichterstellung und
Business Intelligence 121**

Analysen und Business Intelligence 121
 Geschlossene Analysekreisläufe 122
WebSphere Commerce-Betriebsberichte 123
 Berichte zur Kontenverwaltung 123
 Berichte zur Vertragsverwaltung 123
 Verwaltung des erwarteten Lagerbestands. . . . 123
 Lagerbestandsberichte 124
 Marketingberichte 125
 Produktverwaltungsberichte 126
 Rückgabeverwaltungsberichte 126
 Ausnahmebedingungen beim Versand 126

**Kapitel 18. Verwalten von Geschäfts-
beziehungen. 127**

Geschäftskonten 127
Vertrag 127
 Kundenberechtigung 127
 Erstellen einer Organisation, eines Kontos und
 eines Vertrags für einen Kunden 128

Kapitel 19. Angebotsanfrage 133

Der Prozess für Angebotsanfragen 134
Schrittweises Vorgehen 135

Kapitel 20. Onlinezusammenarbeit 137

Konfigurieren und Verwenden von Arbeits-
bereichen mit Onlinezusammenarbeit 137
Schrittweises Vorgehen 139

Anhang. Informationsquellen 141

WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion . . . 141
WebSphere Commerce Studio-Onlinehilfefunktion 141
Weitere Informationen im Internet 141
 Unterstützung 141
 Softwarepartner 142
 Redbooks. 142
 WebSphere Commerce-Produktdokumentation 142

Glossar 143

Bemerkungen 163

Index 167

Teil 1. Übersicht

Dieser Teil des vorliegenden Handbuchs bietet eine Einführung in E-Commerce-Software. Darüber hinaus werden einige zentrale Geschäftsmerkmale von WebSphere Commerce Version 5.5 dargestellt. Außerdem enthält er ein Kapitel mit einer Übersicht über die Produktangebote.

Kapitel 1. Einführung in E-Commerce-Software

Vor ein paar Jahren noch war das Ziel der meisten Unternehmen die Erstellung einer Website mit einer Beschreibung des Unternehmens und der von ihm bereitgestellten Produkte oder Dienstleistungen. Dieses Szenario gehört allerdings längst der Vergangenheit an.

Um auf einem globalen Markt konkurrenzfähig zu bleiben, müssen Onlinehändler in viel größerem Maße als bisher Service und Unterstützung für ihre Kunden anbieten. Wenn Kunden eine E-Commerce-Website besuchen, möchten sie zumindest in einem Onlinekatalog blättern, Produkte zu einem Einkaufskorb hinzufügen, sichere Einkäufe mit ihrer Kreditkarte tätigen und den Zustellungsort angeben können. Dies allein reicht aber nicht aus. Kunden sind im Umgang mit dem Internet immer kompetenter geworden, und damit sind auch ihre Erwartungen gestiegen. Sie möchten ihre Einkäufe unter Verwendung der Sprache und Währung ihrer Wahl tätigen. Sie erwarten Dienstleistungen, die auf ihre Interessensgebiete zugeschnitten sind, weil sie nur wenig Zeit zum Blättern in Katalogen zur Verfügung haben. Darüber hinaus möchten sie, dass intelligente Assistenten die Aufgaben von Verkäufern übernehmen. Diese Assistenten sollen ihnen den Einkauf dadurch erleichtern, dass sie nützliche Produktempfehlungen geben. In Kürze werden Kunden mit Hilfe von mobilen Geräten ihre Einkäufe tätigen wollen.

Änderungen am Leistungsspektrum von E-Commerce-Software gibt es aber auch aus der Sicht anderer Beteiligten. Für viele Händler ist E-Commerce aus dem Stadium eines Versuchsprojekts herausgewachsen und ein zentraler Bestandteil ihres Geschäftsbetriebs geworden. Dies hat zur Folge, dass viele Mitarbeiter aus nicht technischen Bereichen inzwischen am E-Commerce-Prozess beteiligt sind. Marketing- und Merchandising-Manager verwenden E-Commerce-Software für komplexere Anwendungsbereiche, um Marketingkampagnen zu entwerfen, um mit Produkten auf bestimmte Kundengruppen abzielen und um den Erfolg ihrer Kampagnen zu überwachen.

Geschäftsprozesse haben sich im Lauf der Zeit ebenfalls geändert. E-Commerce-Software ist in bestehende Softwaresysteme integriert, damit der Händler nur eine einzige Quelle für Kunden- und Produktinformationen verwalten muss. Daher wissen Kunden bereits vor dem Erwerb eines Produkts, ob dieses auf Lager ist. Darüber hinaus haben immer mehr Händler eine bessere Verbindungen zu den Lieferanten, wodurch die Antwortzeiten für Kundenanfragen immer kürzer werden.

WebSphere Commerce, jetzt in der fünften Version, hat mit den steigenden Erwartungen und Anforderungen von Kunden und Händlern Schritt gehalten. Erstellen Sie mit Hilfe von WebSphere Commerce eine E-Commerce-Site, mit der aus Besuchern Käufer werden.

Der WebSphere-Unterschied

Als Grundlage für Ihre E-Commerce-Site ist eine leistungsfähige Plattform erforderlich. Wenn Sie die WebSphere-Software verwenden, erhalten Sie Produkte, die Branchenstandards entsprechen sowie hohe Leistung, Zuverlässigkeit, Skalierbarkeit und Sicherheit aufweisen. Wenn Sie eine E-Commerce-Site erstellen, sind dies die Anforderungen, die unbedingt erfüllt sein müssen.

Die Grundlage für die WebSphere-Plattform wird durch den WebSphere Application Server, einen stabilen Server für Ihre E-Commerce-Anwendungen, bereitgestellt. Er unterstützt Branchenstandards für Software wie z. B. Java, Enterprise JavaBeans sowie JavaServer Pages-Dateien und ermöglicht leistungsfähige Interaktionen mit Unternehmensdatenbanken und Transaktionssystemen.

Die WebSphere-Plattform enthält MQSeries, ein Middleware-Produkt, mit dessen Hilfe Sie Ihre E-Commerce-Anwendungen in Back-End-Systeme integrieren können. Wenn Sie Ihre Anwendungen integrieren, können Sie eine einzige Datenquelle beibehalten, wodurch Sie auf Kundenanforderungen schnell und effizient reagieren können.

Die WebSphere-Softwarefamilie verfügt über eine vollständige Gruppe von Tools zur Erweiterung des Leistungsspektrums der WebSphere-Plattform. Insbesondere zwei Produkte sind für WebSphere Commerce von großer Bedeutung: VisualAge für Java und WebSphere Studio. VisualAge für Java stellt für Programmierer eine vollständige Java-Entwicklungsumgebung sowie Unterstützung für Enterprise JavaBeans zur Verfügung. WebSphere Studio stellt für Web-Entwickler eine vollständige HTML-Entwicklungsumgebung sowie Unterstützung für die JavaServer Pages-Technologie bereit.

WebSphere Commerce nutzt die WebSphere-Plattform auf umfassende Weise. Sie können damit ein E-Commerce-System erstellen, auf das Sie in den Bereichen Leistung und Zuverlässigkeit vertrauen können. Deshalb können Sie Ihre Energie der Erstellung einzigartiger Anwendungen mit erhöhtem Wert widmen, die Ihrem Unternehmen zum Erfolg verhelfen.

Marketing

Bis vor kurzem lag die Arbeit mit E-Commerce-Software in der Verantwortung von Programmierern, Site-Administratoren und Internet-Gurus. Und die Marketingmanager? Sie sind schließlich diejenigen, die Kampagnen entwickeln, wie z. B. Rabatte, Schlussverkaufaktionen, Sonderangebote. Marketingmanager müssen mit dem E-Commerce-System interagieren, um Produkte zu verkaufen. Mit WebSphere Commerce ist dies möglich.

WebSphere Commerce Accelerator stellt eine umfassende Tool-Gruppe für Marketingmanager bereit. Erstellen Sie zuerst Kundenprofile, die demografische Daten, Einkaufsprotokolle und andere Attribute Ihrer Kunden definieren. Verwenden Sie Kampagnenpromotionen, um mit Werbemaßnahmen auf bestimmte Kundengruppen abzielen. Über einen Prozess, der einen geschlossenen Marketingkreislauf ermöglicht, können Sie Ihre Kunden besser kennen lernen und sie so besser bedienen. Ein stabiles Business Intelligence-System, auf das über WebSphere Commerce Accelerator zugegriffen werden kann, liefert Berichte über die jeweiligen Erfolgsquoten Ihrer aktuellen im Vergleich zu den zuvor durchgeführten Marketingkampagnen sowie demografische Verteilungen der Kunden. Diese Berichte stellen die Rückmeldung bereit, die zur Auswertung kürzlich durchgeführter Kampagnen und zur Initiierung von Änderungen für zukünftige Kampagnen verwendet werden kann. So wird der Lebenszyklus von Marketingkampagnen geschlossen.

Globaler Aktionsradius

Der Verkauf von Produkten erfolgt nicht mehr ausschließlich auf lokaler Ebene. Daher müssen Sie Ihre E-Commerce-Site für Kunden aus der ganzen Welt zugänglich machen. Wie ist das möglich? Wenn Kunden Ihre Site besuchen, können sie sich registrieren lassen, und Ihnen so ihre persönlichen Daten mitteilen. Aus welchem Land oder aus welcher Region stammen sie? Welche Sprache verwenden sie bevorzugt? Welche Währung verwenden sie? WebSphere Commerce ermöglicht dies durch die fortschrittliche multikulturelle Unterstützung.

Wenn Kunden Produktinformationen aufrufen, zeigen Sie diese in der von ihnen bevorzugten Sprache und Währung an. Dazu müssen Sie alle Textinformationen übersetzen. Dieser Aufwand lohnt sich aber, wenn Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen an ein internationales Publikum verkaufen.

Ihre eigenen Mitarbeiter können mit WebSphere Commerce in der Sprache ihrer Wahl arbeiten.

Unterstützung für Mobilität

Mit Hilfe von WebSphere Commerce-Schnittstellen können Sie von allgemein zugänglichen Datenverarbeitungsgeräten, wie mobilen Telefonen, PDAs (Personal Digital Assistants) und i-mode-Geräten, Zugriff auf Ihre Onlinegeschäfte bereitstellen. Dadurch wird Ihr Unternehmen für ein breiteres Publikum zugänglich.

Erwecken Sie Ihre Site zum Leben

Wenn Sie zu Ihrer Site Auktionsfunktionen hinzufügen, trägt dies dazu bei, dass ihr Kunden wiederholt Besuche abstatten. Wählen Sie eine der folgenden Auktionsarten aus:

- Offene Auktion: Sämtliche Gebote können von allen angezeigt werden.
- Auktion mit versiegelten Geboten: Sämtliche Gebote können nur vom Auktionsadministrator angezeigt werden.
- Holländische Auktion: Beginnen Sie mit einem hohen Gebot und warten Sie ab, ob es von einem Bieter akzeptiert wird.

Auktionen stellen eine hervorragende Methode zum Verkauf überschüssiger Artikel dar. Es ist sogar so, dass Produkte bei Internet-Auktionen durchschnittlich einen höheren Preis als den Listenpreis erzielen.

Fügen Sie einen Verkaufsassistenten zu Ihrer Site hinzu, der Kunden beim Einkauf unterstützt, die nur geringe Kenntnisse bezüglich einer Produktkategorie haben. Die Kunden, die über bessere Kenntnisse verfügen, können ihre Suche durchführen, indem sie gewünschte Produktmerkmale in einer Liste auswählen. Wenn sie die Auswahl eingeschränkt haben, können sie ähnliche Produkte direkt vergleichen.

Gründe für die Verwendung von Java™

WebSphere Commerce stützt sich auf eine offene Architektur, die auf einem Java-Programmierungsmodell basiert. Anwendungsentwickler können so Befehle ändern und hinzufügen, um die Funktionsweise ihres Geschäfts anzupassen. Die folgenden Gründe sprechen für die Verwendung von Java:

- Java-Code kann leichter erstellt und gepflegt werden als C++-Code. Anwendungsentwickler sind deshalb produktiver, und ihr Code ist zuverlässiger, wenn sie Anpassungen am Geschäftsbetrieb vornehmen. Es ist viel einfacher, erfahrene und fähige Java-Programmierer als C++-Programmierer zu finden. Java ist eine objektorientierte Sprache. Anwendungsentwickler können deshalb sehr schnell Anwendungen aus wieder verwendbaren Teilen schreiben. Zudem machen Java-Erweiterungen wie Enterprise-Beans Java zu einer idealen Sprache für verteilte Client-Server-Anwendungen.
- JSP-Dateien (JSP = JavaServer Pages) sind leichter zu erstellen und zu pflegen als Net.Data-Makros. Deshalb können auch Webdesigner mit Grundkenntnissen und Fähigkeiten in der Internet-Programmierung Geschäftsseiten erstellen und ändern. In vorangegangenen Releases benötigten alle Personen, die für das Design von Geschäftsseiten zuständig waren, Fähigkeiten in der Net.Data-Programmierung. Normalerweise liegen die Fähigkeiten von Web-Designern jedoch eher im Bereich des Grafikdesigns als in der Programmierung.
- Java-Anwendungen sind besser portierbar als C++-Anwendungen, weshalb das Entwicklungs- und das Produktionssystem nicht identisch sein müssen.

Der WebSphere Application Server unterstützt die Java-Umgebung. Zum Bereitstellen von JavaServer Pages-Dateien, zum Ausführen von Servlets und zum Aktivieren von Enterprise-Beans benötigen Sie einen Anwendungsserver, der hohe Leistung, Zuverlässigkeit und Sicherheit gewährleistet. Der WebSphere Application Server bietet eine stabile Umgebung für Java-Anwendungen und bildet so eine leistungsfähige Grundlage für Ihre E-Commerce-Website.

Tools für alle Bereiche

Das Erstellen und Betreiben eines Geschäfts macht Mitarbeiter erforderlich, die über eine Vielzahl von Fähigkeiten und spezialisierte Tools verfügen.

Für die Web-Designer stellt WebSphere Commerce Studio eine vollständige Web-Entwicklungsumgebung bereit. Bearbeiten Sie Ihre HTML- oder JavaServer Pages-Dateien mit Hilfe von Page Designer. Verwalten Sie Ihre Geschäftsressourcen mit Hilfe von WebSphere Studio. Publizieren Sie anschließend Ihre Arbeit auf dem WebSphere Commerce-Server, und testen Sie die Ergebnisse.

Für Anwendungsentwickler bietet VisualAge für Java eine vollständige, preisgekrönte Java-Entwicklungsumgebung. Verwenden Sie VisualAge für Java zur Erstellung oder Erweiterung von WebSphere Commerce-Befehlen, Enterprise JavaBeans und Databeans. Publizieren Sie anschließend Ihre Arbeit auf dem WebSphere Commerce-Server, und testen Sie die Ergebnisse.

Für den Site-Administrator bietet WebSphere Commerce in der WebSphere Commerce-Verwaltungskonsolle enthaltene Leistungsüberwachungs-Tools, die zum reibungslosen Betrieb beitragen. Sie können die Verwaltungskonsolle auch zur Aufrechterhaltung der Sicherheit verwenden, indem Sie für die verschiedenen Benutzer des Systems eine Zugriffssteuerung bereitstellen.

Der Marketingmanager kann mit WebSphere Commerce Accelerator-Schnittstellen in seinem Onlinegeschäft Produkte anzeigen und verkaufen sowie deren Preise festlegen. Darüber hinaus lässt sich über diese Schnittstellen das Kundenverhalten analysieren.

Kundendienstmitarbeiter können mit Hilfe von WebSphere Commerce Accelerator-Schnittstellen Kundenbestellungen sowie Kunden- und Zahlungsinformationen verwalten.

Was bedeutet dies alles für Sie?

WebSphere Commerce Version 5.5 stellt eine vollständige Lösung für Ihre E-Commerce-Anforderungen bereit. Auf der Grundlage preisgekrönter Software wie DB2, WebSphere Application Server und VisualAge für Java verfügen Sie über eine sichere, skalierbare Basis für Ihre E-Commerce-Site, die hohen Leistungsansprüchen gerecht wird. Dank der offenen Architektur bietet WebSphere Commerce sehr flexible Anpassungsmöglichkeiten, um alle Ihre Anforderungen zu erfüllen.









Im übrigen Teil des vorliegenden Handbuchs wird die WebSphere Commerce-Lösung detaillierter beschrieben.

Kapitel 2. Übersicht über WebSphere Commerce



In diesem Kapitel wird die Produktfamilie IBM WebSphere Commerce beschrieben. Darüber hinaus werden die einzelnen Softwarekomponenten aufgelistet, die in den Angeboten enthalten sind.





Produktangebote

WebSphere Commerce 5.5 ist als Professional Edition und als Business Edition auf folgenden Plattformen erhältlich:

-  AIX
-  OS/400 für iSeries
-  Linux
 - Linux für xSeries
 -  Linux für IBM @server iSeries
 -  Linux für IBM @server pSeries
 -  Linux für IBM @server zSeries und S/390
-  Solaris Operating Environment
-  Microsoft Windows 2000

WebSphere Commerce umfasst Folgendes:

- WebSphere Commerce-Komponenten:
 - WebSphere Commerce-Server
 - WebSphere Commerce Accelerator
 - WebSphere Commerce-Verwaltungskonsole
 - Loaderpaket
 - Produktberater
 - WebSphere Commerce Analyzer Version 5.5
 - WebSphere Commerce Payments 3.1.3 mit den folgenden Komponenten:
 - Payments Cassette for Paymentech
 - Payments Cassette for VisaNet
 - Payments Cassette for BankServACH
 - CustomOffline Cassette
 - OfflineCard Cassette
 - Blaze-Regelservers und Blaze Innovator Runtime Version 4.5.5
- IBM DB2 Universal Database Version 8.1 FP1
- IBM DB2 Extender 8.1 FP1 ( für OS/400 für iSeries nicht unterstützt)
- Intelligent Miner Version 8.1
- IBM HTTP Server 1.3.26 ( für OS/400 für iSeries nicht im Lieferumfang enthalten; Details hierzu enthält das Handbuch *WebSphere Commerce Installation für iSeries*)

- WebSphere Application Server Network Deployment Version 5.0 mit folgenden Komponenten:
 - WebSphere Application Server-Basisprodukt
 - Komponente Edge Server von WebSphere Application Server
 - WebSphere Application Server Toolkit
-   IBM Developer Kit Java Technology Edition 1.3.1 SR3W
-  Java 2 SDK Enterprise Edition 1.3.1 FP5
-  IBM Developer Kit Java Technology Edition 1.3.1 SR3W
- IBM Directory Server 4.1.1 ( für OS/400 für iSeries nicht im Lieferumfang enthalten; Details hierzu enthält das Handbuch *WebSphere Commerce Installation für iSeries*)
- WebSphere Commerce Recommendation Engine powered by LikeMinds 5.5
- Lotus SameTime 3.0
-  Lotus QuickPlace 3.0

Weitere Informationen zu Hard- und Softwarevoraussetzungen finden Sie im Handbuch *WebSphere Commerce Installation* für Ihre Plattform und Edition.

WebSphere Commerce-Komponenten

Dieser Abschnitt enthält detaillierte Informationen zu den Komponenten von WebSphere Commerce.

Erforderliche Komponenten

WebSphere Application Server

Im Lieferumfang von WebSphere Commerce ist der WebSphere Application Server enthalten. Dieser Web-Anwendungs-Server ist ein Hochleistungs-EJB-Server (EJB = Enterprise JavaBeans), der EJB-Komponenten implementiert, um Geschäftslogik zu integrieren. Er unterstützt mehrere Plattformen, Datenbanken und Transaktionssysteme sowie Servlets. Darüber hinaus bietet er Gateway- und EJB-Konnektivität auf Java-Basis. Informationen zur EJB-Spezifikation finden Sie auf der Website www.java.sun.com.

Web-Container-Unterstützung: Ein Web-Container ist eine Komponente des Web-Anwendungs-Servers, die Servlets verwaltet. Servlets sind Java-Programme, die auf einem Java-fähigen Server ausgeführt werden. Sie erweitern das Leistungsspektrum des Webservers. Ein Servlet kann beispielsweise als Antwort auf eine Client-Anforderung dynamische HTML-Seiten erstellen. Ein weiteres Servlet kann mehrere Client-Verbindungen verwalten, Client-Anforderungen akzeptieren und die Antwort an alle interessierten Clients weiterleiten.

In der Vergangenheit wurden serverseitige Anforderungen häufig von CGI-Programmen (CGI = Common Gateway Interface) bearbeitet. Servlets bieten gegenüber CGI-Programmen den Vorteil, dass sie mit weniger Systemaufwand ausgeführt werden können sowie besser portierbar und leichter zu pflegen sind.

Ein Webcontainer verwaltet die Erstellung und das Löschen von Servlets, wobei er das entsprechende Servlet für jede URL zuteilt, die er empfängt. Er gibt auch an, welche Servlets beim Systemstart automatisch in den Hauptspeicher geladen und welche auf die erste Anforderung hin geladen werden sollen.




Für Commerce Studio von großer Bedeutung ist das Servlet, das für die Kompilierung aller JavaServer Pages-Dateien verantwortlich ist, die Antworten für den Client generieren.


In der WebSphere Commerce-Umgebung dienen in Servlets kompilierte JSP-Dateien zur Anzeige von Kategorie- und Produktseiten des Katalogs. Darüber hinaus können die Erweiterungen der Servlet-API genutzt werden, die der WebSphere Application Server zur Verfügung stellt. Mit einer Erweiterung können Sie beispielsweise die Seite ermitteln, die Besucher auf Ihre Site verwiesen hat.

DB2 Universal Database





DB2 Universal Database ist die Standarddatenbank für das Produkt WebSphere Commerce. DB2 speichert alle Daten, die in Zusammenhang mit dem Geschäft und den darin geführten Produkten und Dienstleistungen stehen. Des Weiteren werden mit Hilfe dieses Produkts auch alle Kundendaten gespeichert.

    Im Lieferumfang von WebSphere Commerce ist DB2 Universal Database Enterprise Edition enthalten.

   Alternativ dazu können Sie Oracle als Datenbank verwenden. Diese Software ist jedoch nicht im Lieferumfang enthalten.

 Im Lieferumfang von OS/400 für iSeries ist DB2 Universal Database enthalten. Es muss sichergestellt werden, dass auch die aktuellsten PTFs installiert werden.

Web-Server

    Das Produkt IBM HTTP Server, das auf Apache basiert, ist der standardmäßige Webserver für das Produkt WebSphere Commerce. IBM hat den Apache-Webserver verbessert. IBM HTTP Server bietet unter anderem folgende Funktionen:

- Unterstützung für sichere SSL-Verbindungen
- Ferne Konfiguration
- SNMP-Unterstützung
- LDAP-Unterstützung
- Fast Response Cache Accelerator (Cache-Beschleuniger für schnelle Antworten) zur Bereitstellung statischer HTML-Seiten

   IBM HTTP Server ist der im Lieferumfang enthaltene Webserver. Sie können jedoch auch Domino Web Server oder Netscape iPlanet verwenden. Domino Web Server und Netscape iPlanet sind nicht im Lieferumfang enthalten.

 Der IBM HTTP Server für OS/400 für iSeries ist der standardmäßige Webserver für das Produkt WebSphere Commerce.

Blaze Advisor-Regel-Engine und -Regelserver

Die Blaze Advisor-Regel-Engine ermöglicht individualisierte e-business-Anwendungen, indem sie die Leistung von Personalisierungs- und Geschäftsregeln überwacht, ausführt und optimiert, die mit Blaze Advisor Builder erstellt wurden. Der Blaze Advisor-Regelserver bietet mehreren gleichzeitigen Kunden jeweils maßgeschneiderte e-business-Services, wenn er in die Blaze Advisor-Regel-Engine integriert ist. WebSphere Commerce verwendet den Blaze Advisor-Regelserver zur Verarbeitung von Regeln und zur Bereitstellung personalisierter Marketinginhalte, die aus Werbungen und Techniken zum suggestiven Verkaufen bestehen.

Der WebSphere Commerce-Server enthält diesen Server. Beide Produkte sind Teile des WebSphere Commerce-Installationspakets und für WebSphere Commerce Accelerator erforderlich.

Blaze Advisor Innovator Runtime

Mit Blaze Advisor Innovator Runtime können Sie Geschäftsregeln auf einfache Weise erstellen und ändern, ohne dabei programmieren zu müssen. Sie können Beurteilungskriterien, Preise und andere dynamische Geschäftsrichtlinien definieren oder anpassen sowie für den laufenden Betrieb übernehmen. Dies kann so schnell erfolgen, wie dies auf dem e-business-Markt erforderlich ist. Dieses Produkt ist im WebSphere Commerce-Installationspaket enthalten und für WebSphere Commerce Accelerator notwendig.

IBM WebSphere WebSphere Commerce Payments

WebSphere Commerce Payments ist ein von Protokollen unabhängiger Zahlungstransaktions-Server für einen Onlinehändler. WebSphere Commerce Payments wird in Händlersoftwaressysteme integriert und bietet eine Funktionalität zur Verwaltung der Zahlungsverarbeitung, die Ähnlichkeit mit einer Kasse in einem Geschäft aufweist.

Für WebSphere Commerce Payments können Kassetten als Plug-Ins verwendet werden, um so spezifische Zahlungsfunktionalität bereitzustellen. Eine Kassette ist eine Softwarekomponente, die die generischen WebSphere Commerce Payments-Nachrichten in Nachrichten interpretieren kann, die für ein bestimmtes Zahlungsprotokoll spezifisch sind. Diese Nachrichten werden dann für die weitere Verarbeitung zum entsprechenden Zahlungs-Gateway gesendet. Jede Kassette bietet Unterstützung für ein bestimmtes elektronisches Zahlungssystem. Das Framework kann mit mehreren Kassetten gleichzeitig arbeiten. Die Verwendung von Kassetten erleichtert die Implementierung von WebSphere Commerce Payments sowie Änderungen und Upgrades.

WebSphere Commerce stellt die folgenden Zahlungskassetten bereit:

WebSphere Commerce Payments Cassette for VisaNet

Diese Kassette ermöglicht es Benutzern von WebSphere Commerce Payments, Internet-Kreditkartentransaktionen in Echtzeit zur Verarbeitung an das VisaNet-System zu senden. Diese Kassette gibt Händlern die Möglichkeit, das E-Commerce-Kreditkartensegment der Berechtigungs- und Datenerfassungsdienste (Authorization und Data Capture) von VisaNet 6.0 zu nutzen. Die Berechtigungsnachrichten werden nach der Spezifikation EIS 1080 Version 6.0 formatiert. Datenerfassungsnachrichten werden nach der Spezifikation EIS 1081 Version 6.0 formatiert. Wenn Sie VisaNet zur Zahlungsverarbeitung verwenden wollen, müssen Sie die Cassette for VisaNet installieren.

BankServACH Cassette

Die BankServACH Cassette wird zusammen mit dem BankServ-Zahlungsgateway als Schnittstelle zum ACH-System (Automated Clearing House) verwendet, das von Federal Reserve (für die US-Regierung) betrieben wird. Die BankServACH Cassette ermöglicht die Durchführung von Onlinetransaktionen mit elektronischen Schecks bei verschiedenen Geldinstituten. Sie sammelt Zahlungen für Händler, indem sie Kontakt zum BankServ-Zahlungsgateway aufnimmt, der die Transaktionsdaten für die tägliche automatische Abrechnung zum ACH-System weiterleitet.

Paymentech Cassette

Die Cassette for Paymentech ermöglicht Benutzern von WebSphere Commerce Payments den Zugriff auf das Salem-Gateway von Paymentech über eine Standleitung. Sie umfasst die Onlineberechtigung und die Abrechnung von Zahlungen über Kreditkarten und Kundenkarten, die nicht auf PINs basieren. Die Cassette for Paymentech stellt für Händler die Möglichkeit bereit, in Echtzeit ausgeführte Internet-Kreditkartentransaktionen für die Verarbeitung an das Paymentech-System zu senden. Darüber hinaus unterstützt die Cassette for Paymentech Ermittlung vor der Berechtigung, AVS (Address Verification Service) und CVC (Card Verification Codes), um Datenintegrität und -prüfung sicherzustellen.

CustomOffline Cassette

Die CustomOffline Cassette ist für manuelle Zahlungsmethoden wie Nachnahme und Zahlung nach Rechnungserhalt verfügbar und ermöglicht es Händlern außerdem, eigene Methoden zur Offlinezahlungsverarbeitung zu definieren. In der CustomOffline Cassette wird jede Offlinemethode als eigenes Konto dargestellt.

OfflineCard Cassette




Die OfflineCard Cassette von Payments wird für Zahlungen verwendet, bei denen der Kunde die Zahlungskarteninformationen auf der Kassenseite bereitstellt. Die OfflineCard Cassette zeichnet diese Informationen in der WebSphere Commerce Payments-Datenbanktabelle für die OfflineCard Cassette auf. Der Händleradministrator kann die Zahlung dann unter Verwendung der Payments-Benutzerschnittstelle zu einem späteren Zeitpunkt verarbeiten.


In WebSphere Commerce Payments werden die Zahlungsmethoden SET und CyberCash nicht mehr unterstützt.

Beschreibungen der im WebSphere Commerce-Paket enthaltenen Software

Nachfolgend werden die Softwarekomponenten beschrieben, die im Lieferumfang von WebSphere Commerce enthalten sind. Sofern nicht anders angegeben, sind die Softwarekomponenten optional.

IBM SecureWay Directory

   IBM SecureWay Directory stellt ein gemeinsames Verzeichnis bereit, mit dem Sie die hohen Kosten verringern können, die anwendungsspezifische Verzeichnisse mit sich bringen. IBM SecureWay Directory ist ein plattformübergreifender LDAP-Verzeichnis-Server, der umfassend skaliert werden kann und sehr stabil ist. Er dient für Sicherheits- und e-business-Lösungen.

 OS/400 Directory Services stellt ein gemeinsames Verzeichnis bereit, mit dem Sie die hohen Kosten verringern können, die anwendungsspezifische Verzeichnisse mit sich bringen. Dieser Verzeichnisservice gehört zum Lieferumfang von OS/400 für iSeries und ist nicht im WebSphere Commerce-Paket enthalten.

IBM WebSphere Commerce Analyzer

WebSphere Commerce Analyzer besteht aus einer umfassenden Reihe von Tools für die Analyse von E-Commerce-Ergebnisdaten. Insbesondere das WebSphere Commerce Analyzer-Datamart enthält Auszüge aus den operativen WebSphere Commerce-Daten, was umfassende Informationen zu dem betreffenden Unternehmen ergibt. Wenn professionelle Anwender die bereitgestellten Berichte zur Analyse verwenden, können sie Einblicke in Trends und Kundenmerkmale

erhalten sowie bessere Entscheidungen treffen, Strategien entwickeln und Informationen zur Optimierung ihres Unternehmens erhalten.

Im vorherigen Release von WebSphere Commerce wurde die Berichterstellung zu Analysezwecken mit Hilfe von WebSphere Commerce Analyzer Entry Edition durchgeführt. Kunden benötigen tiefere Einblicke in ihre Daten sowie ein besseres Verständnis von Trends. Da Datenfilterung (Data Mining) und Business Intelligence integrale Bestandteile von WebSphere Commerce sind, wurde das Produkt WebSphere Commerce Analyzer aus den vorherigen Releases in den Bereichen integrierte Tools zur Datenanalyse und Berichterstellungsverfahren umfassend erweitert.

WebSphere Commerce Recommendation Engine

WebSphere Commerce Recommendation Engine ist eine optionale Anwendung, die im Lieferumfang von WebSphere Commerce enthalten ist. WebSphere Commerce Recommendation Engine basiert auf LikeMinds, einer leistungsfähigen Collaborative-Filtering-Engine, die Produktempfehlungen auf der Basis von Verhaltensmustern von Kunden bereitstellt.

WebSphere Commerce Recommendation Engine sammelt Profilinformatoren auf der Grundlage einer Anzahl von Algorithmen, um Mentorgruppen zu entwickeln. Diese Gruppen bilden die Basis für spätere Produktempfehlungen. Für Kunden, die in das Profil einer bestimmten Benutzergemeinschaft passen, werden auf der Basis der Vorlieben anderer Mitglieder dieser Benutzergemeinschaft Empfehlungen angezeigt. Dieses Personalisierungsmodell wird beim Vergleich mit anderen Modellen als *adaptiv* bezeichnet, da die Empfehlungen auf aktuellen Einkaufstrends von Kunden basieren und sich gewöhnlich im Lauf der Zeit ändern.

IBM WebSphere Commerce Studio

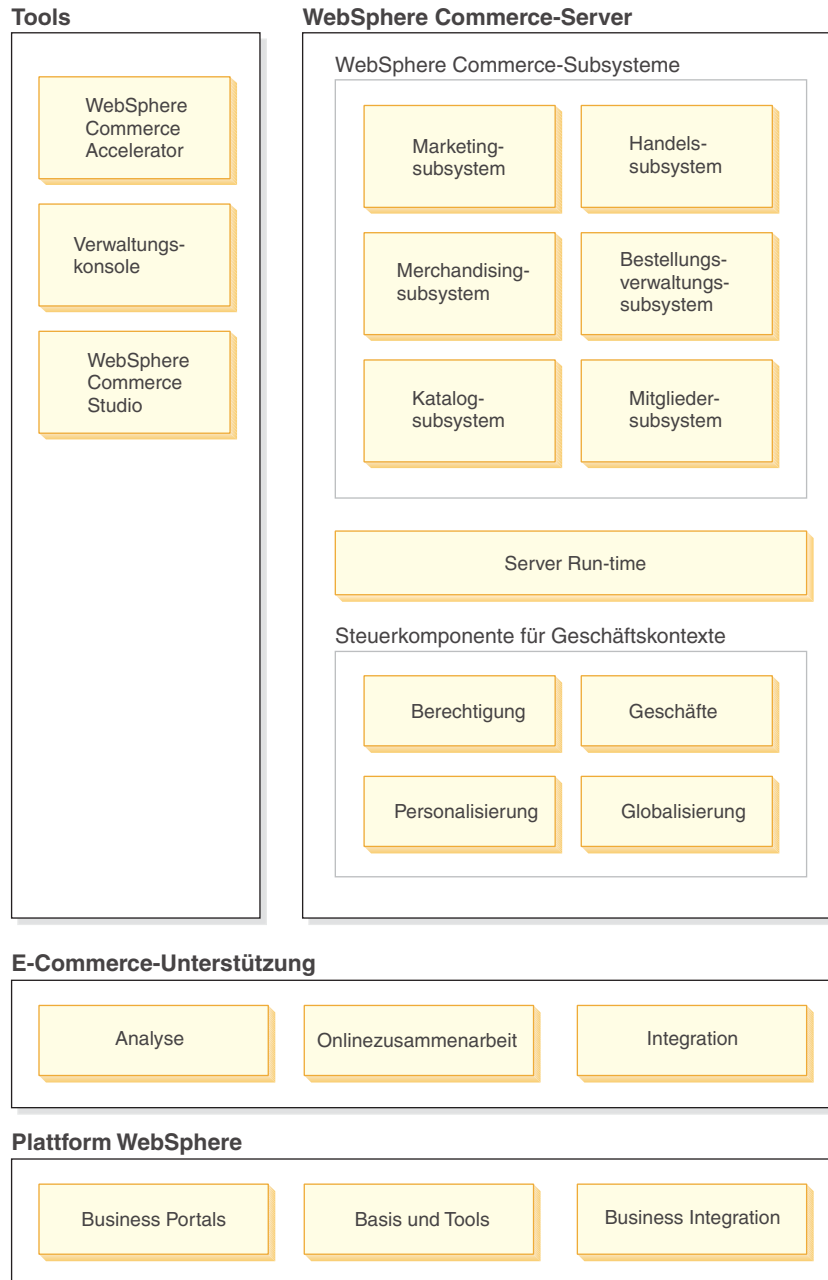
WebSphere Commerce Studio 5.5 ist als Professional Developer Edition und als Business Developer Edition erhältlich. Dieses Produkt vereint alle Tools zur Geschäftsentwicklung in einer einzigen Umgebung. Neben den Entwicklungstools enthält WebSphere Commerce Studio eine Entwicklungslizenz für WebSphere Commerce. WebSphere Commerce Studio bietet also sämtliche Komponenten, die dazu benötigt werden, ein Geschäft in einer Entwicklungsumgebung zu erstellen und zu testen. WebSphere Commerce Studio ist lediglich auf Windows 2000-Plattformen verfügbar. WebSphere Commerce Studio enthält nun WebSphere Studio Application Developer, eine Konfiguration von WebSphere Studio, die eine offene, umfassende Entwicklungsumgebung für die Erstellung dynamischer e-business-Anwendungen bietet. WebSphere Studio Application Developer ersetzt die Produkte WebSphere Studio, VisualAge für Java, Page Detailer, Applet Designer und IBM Distributed Debugger, die im Lieferumfang von früheren Releases enthalten waren. WebSphere Commerce Studio enthält außerdem das Commerce-Toolkit für WebSphere Studio.

In diesem Release von WebSphere Commerce ist die Onlinehilfe, die für Anwendungsentwickler vorgesehen ist, wie z. B. API- und Befehlsreferenzinformationen, vollständig in WebSphere Commerce Studio integriert. Das Hilfesystem enthält neue Funktionen, wie z. B. die Möglichkeit, für Abschnitte Lesezeichen zu setzen, sowie erweiterte Suchfunktionen.

Weitere Informationen zu Hard- und Softwarevoraussetzungen einschließlich der vorausgesetzten Komponenten finden Sie im Handbuch *WebSphere Commerce Studio Installation*.

Kapitel 3. WebSphere Commerce-Server

WebSphere Commerce enthält einen E-Commerce-Server auf Java-Basis, mit dem der Datenfluss im WebSphere Commerce-System gesteuert wird. Im nachfolgenden Diagramm sind die Komponenten des WebSphere Commerce-Servers dargestellt:



Tools

WebSphere Commerce stellt die folgenden Tools bereit:

WebSphere Commerce Accelerator

WebSphere Commerce Accelerator stellt einen zentralen Ort zur Verwaltung Ihres Geschäfts und zur Erleichterung der Umsetzung Ihrer Geschäftsstrategien bereit. WebSphere Commerce Accelerator bietet einen Integrationspunkt für den Betrieb eines Onlinegeschäfts, wie z. B. Geschäfts- und Produktverwaltung, Bestellabwicklung, Marketing, Kundenbestellungen sowie Kundendienst.

Nutzen Sie das Potenzial von WebSphere Commerce Accelerator zur Durchführung von "Beziehungsmarketing". Verwenden Sie WebSphere Commerce Accelerator dazu, die Aktivität auf Ihrer Website zu messen und wichtige Informationen zu Ihren Kunden und deren Kaufgewohnheiten zu sammeln. Anschließend können Sie diese Informationen analysieren und entsprechende Anpassungen auf der Basis Ihrer neuen Informationen vornehmen. Sie können Inhalt, Kundenprofile oder Werbeaktionen hinzufügen und dann Ihre Kampagnen entsprechend entwickeln.

Mit anderen Tools wie beispielsweise dem Notizbuch **Geschäftsprofil** können Sie Aspekte eines Geschäfts ändern.

- Geschäftsinformationen mit dem Notizbuch **Geschäftsprofil** definieren
- Steuer- und Versandinformationen definieren
- Geschäft auf dem WebSphere Commerce-Server publizieren

WebSphere Commerce Accelerator kann auch Berichte erstellen, die Ihre Anforderungen im Bereich Business Intelligence unterstützen.

Subsysteme

Mitglied

Das Mitgliedersubsystem ist eine Komponente des WebSphere Commerce-Servers, die Daten für Teilnehmer des WebSphere Commerce-Systems enthält. Ein Mitglied kann ein Benutzer, eine Gruppe von Benutzern (auch als Mitgliedsgruppe bezeichnet) oder eine Organisationsentität (was eine Organisation wie "IBM" oder eine Organisationseinheit innerhalb einer Organisation sein kann, wie z. B. "Unternehmensbereich für E-Commerce") sein. Geschäftslogik im Mitgliedersubsystem stellt Services zur Registrierung von Mitgliedern und zur Profilverwaltung bereit. Andere Services, die mit dem Mitgliedersubsystem nahe verwandt sind, sind u. a. Zugriffssteuerung, Authentifizierung und Sitzungsverwaltung.

Unter Verwendung des Mitgliedersubsystems können darin enthaltenen Benutzern und Mitgliedern von Organisationsentitäten Aufgabenbereiche in Abhängigkeit der Aktivitäten zugeordnet werden, an denen sie jeweils beteiligt sind. Die Zuordnung von Aufgabenbereichen liegt im Verantwortungsbereich eines Administrators, wie z. B. einem Site-Administrator. Der Site-Administrator ist ebenfalls ein Aufgabenbereich. Er erteilt Benutzern Rechte am System. Wenn einem Mitglied ein Aufgabenbereich zugeordnet wird, berechtigt die Zugriffssteuerungskomponente dieses Mitglied dazu, sich an Aktivitäten zu beteiligen, die diesem Aufgabenbereich zugeordnet sind. Eine Organisation kann beispielsweise ein Einkäufer, ein Verkäufer oder beides sein. Einem Benutzer können auch mehrere Aufgabenbereiche zugeordnet werden.

Mit dem Mitgliedersubsystem können Sie auch Mitgliedsgruppen erstellen. Dabei handelt es sich um Gruppen von Benutzern, die aus verschiedenen geschäftlichen Gründen kategorisiert werden. Diese Gruppierungen können für die Zugriffssteuerung, für die Genehmigung sowie für das Marketing verwendet werden, wie z. B. für die Berechnung von Rabatten und Preisen sowie für die Anzeige von Produkten.

Die folgenden Merkmale sind zum Mitgliedersubsystem zugeordnet:

- Registrierungsinformationen
- Profilverwaltung
- Zugriffssteuerung oder Authentifizierung
- Sicherheit, Authentifizierung und Sitzungsverwaltung

Katalog

Das Katalogsubsystem stellt Navigation im Onlinekatalog, Merchandising-Merkmale, Listen mit interessanten Artikeln und Suchfunktionen zur Verfügung. Es enthält die gesamte Logik und alle Daten, die für einen Katalog von Bedeutung sind, einschließlich Kategorien, Produkten und ihrer Attribute, Artikeln und aller Zuordnungen oder Beziehungen zwischen diesen. Es interagiert mit dem Mitglieder- und dem Bestellsystem, um Informationen zum Anzeigen von Schablonen und zu Preisen abzurufen. Die folgenden Merkmale werden bereitgestellt:

Gruppierungen

Für Kategorisierungen verschiedener Produkte wurde ein generisches Gruppierungskonstrukt eingeführt. Der Eigner einer Kataloggruppe muss nicht zwangsläufig der Eigner aller Katalogeinträge in der betreffenden Gruppe sein. Dadurch können Portaleigner die Kategorien der angebotenen Produkte definieren, während andere Lieferanten ihre Produkte zur Kataloggruppe hinzufügen können.

Katalogeinträge

Einer oder mehrere Katalogeinträge können zu einer Kataloggruppe gehören. Eine Reihe von Basisobjekttypen wird bereitgestellt, die Produkte, Artikelnummern, Pakete und Bundles in einem Katalogeintrag darstellen.

Merchandising-Zuordnungen

Mit Hilfe von Merchandising-Zuordnungen können Zuordnungen zwischen zwei beliebigen Katalogobjekten erstellt werden, aus denen Cross-Sells (Produkttempfehlungen für ein Produkt, das das momentan angezeigte oder ausgewählte Produkt ergänzt oder zu diesem in Beziehung steht), Up-Sells (Produkttempfehlungen für ein ähnliches, jedoch teureres Produkt aus derselben Produktlinie) und Werbeaktionen werden.

Globalisierungsunterstützung

Das Katalogdesign berücksichtigt die Anforderung zur Unterstützung von Globalisierungsmerkmalen, wie z. B. Produktanzeige und Währungsformat entsprechend der gewählten Ländereinstellung.

Handel

Das Handelssystem in WebSphere Commerce stellt die Logik, die Funktion und die Daten bereit, die für das Vereinbaren des Preises und der Menge eines Produkts bzw. einer Gruppe von Produkten zwischen Käufer- und Verkäuferorganisation erforderlich sind. Bei der Professional Edition sind im Handelssystem Auktionen enthalten. Bei der Business Edition umfasst das Handelssystem Komponenten für Auktionen, Verträge und Angebotsanfragen.

Bestellung

Das Bestellsystem ist eine Komponente des WebSphere Commerce-Servers, die Unterstützung für die Funktionen für Einkaufskörbe, Bestellverarbeitung und Bestellverwaltung bietet. Verwandte Services, wie die Preisgestaltung, die Besteuerung, Zahlung, Lagerbestand und Fulfillment, sind ebenfalls im Bestellsystem enthalten.

Das Leistungsspektrum zur Verarbeitung von Bestellungen umfasst u. a. Schnellbestellung oder -kauf, terminierte Bestellungen, mehrere anstehende Bestellungen, erneute Bestellungen sowie Aufteilen von Bestellungen oder Bestellungen mit Lieferrückstand.

Marketing

Das Marketingsystem ist eine Komponente des WebSphere Commerce-Servers und bietet für Ihre Site zahlreiche Marketingkonzepte. Komponenten des Marketingsystems stellen Funktionalität zur Erstellung von Marketingkampagnen bereit, wie Produktempfehlungen, Werbungen, elektronische Coupons, Rabatte, Kundenprofile und Onlinezusammenarbeit.

Lagerbestand

Das Lagerbestandssystem stellt Lagerbestandsverwaltung in Echtzeit zur Verfügung. Komponenten des Lagerbestandssystems stellen Funktionalität bereit, mit der Lagerbestand aufgezeichnet werden kann, der von Lieferanten gesendet und der von Kunden zurückgegeben wurde. Darüber hinaus können damit die Lagerbestandsmenge angepasst, der Zustand zurückgegebenen Lagerbestands ermittelt sowie Lagerbestand versendet und auch empfangen werden.

Common Server Run-time

Common Server Run-time stellt ein Gerüst (Framework) bereit, in dem die E-Commerce-Anwendungen implementiert und ausgeführt werden. Dieses Gerüst besteht aus dem Programmierungsmodell, dem Prozessmodell, der Behandlung von Ausnahmebedingungen, der Transaktionssteuerung, dem Datenzugriff und dem Permanenzmodell. Common Server Run-time nutzt die Laufzeitservices, die vom WebSphere Application Server bereitgestellt werden, zur Unterstützung von WebSphere Commerce-Serveranwendungen. Common Server Run-time nutzt die Vorteile vieler Funktionen, die im WebSphere Application Server verfügbar sind:

- JSP-Dateien (JSP = JavaServer Pages) stellen dynamisches Erstellen von Scripts von Webseiten auf der Serverseite bereit. Dadurch wird die Trennung der Präsentationslogik von der Geschäftslogik erleichtert. WebSphere Commerce bietet eine Reihe von JavaBeans zum Anzeigen von Benutzer-, Katalog- und Bestellinformationen. Ein Geschäftsentwickler kann diese Beans unter Verwendung des WebSphere Studio-Tools für Seitendesign in einer JSP-Datei speichern. Die JSP-Dateien werden in Servlets kompiliert und zur Anzeige dynamischer Daten zur Laufzeit wiedergegeben.

- WebSphere Commerce verwendet ein Enterprise-Bean-Entitätsgerüst. Entwickler können auf Daten wie z. B. Datenobjekte im System zugreifen, ohne dass sie direkt an das zu Grunde liegende Datenbankschema gebunden sind. Common Server Run-time stellt eine Reihe von Entity-Beans für das Basisschema bereit. Anwendungsentwickler können die Geschäftslogik anpassen und die Entitätsobjekte durch Erweitern des Basisschemas und erneutes Zuordnen der Entitätsobjekte ändern. Dieser Prozess wird mit Hilfe des Zuordnungstools für Enterprise-Beans von WebSphere Studio Application Developer durchgeführt.
- Alle WebSphere Commerce-Server- und Schedulerprozesse sind in WebSphere Application Server-Prozesse integriert. Verwenden Sie die WebSphere Application Server-Administrationskonsole, um diese Prozesse zu verwalten. Standardmäßig ist jeder WebSphere Commerce-Serverprozess als WebSphere Application Server-Exemplar konfiguriert, das zu einem einzigen Java-Prozess mit mehreren Threads zugeordnet sind. Dieser Prozess kann JSP-Dateien, Servlets und Enterprise-Beans ausführen. Mehrere WebSphere Commerce-Serverprozesse können mit mehreren WebSphere Application Server-Exemplaren geklont werden, um dadurch Auslastungsausgleich (Workload Balancing) und gute Verfügbarkeit bereitzustellen.

Weitere Informationen zu den Komponenten von Server Run-time finden Sie im Handbuch *WebSphere Commerce Programming Guide and Tutorials*.

Steuerkomponente für kontextuelle Interaktionen

Die Subsysteme und Server Run-time arbeiten in einer Interaktionssteuerkomponente (Engine), die für alle Komponenten den erforderlichen Geschäftskontext bereitstellt. Die Interaktionen werden von folgenden kontextuellen Gerüsten geregelt:

Richtlinien

Richtlinien sind Gruppen von Regeln, die ein Geschäft oder eine Gruppe von Geschäften befolgt. Sie definieren Geschäftsprozesse, Branchenpraktiken sowie den Bereich und die Merkmale der Angebote eines Geschäfts oder einer Gruppe von Geschäften.

Berechtigung

Die Berechtigung regelt den Zugriff von Benutzern auf verschiedene Aspekte eines Geschäfts, wie z. B., welche Produkte sie in einem Geschäft kaufen können, welchen Preis sie für ein Produkt bezahlen müssen und welche Zahlungsmethoden ein Geschäft von Kunden akzeptiert.

Geschäfte

Der Geschäftskontext stellt einen Onlinebereich bereit, in dem Geschäftstransaktionen ausgeführt werden. Ein Geschäft verwendet verschiedene Internettechnologien und besteht aus mehreren verschiedenen Ressourcen.

Globalisierung

Der Globalisierungskontext regelt das Verhalten der Site entsprechend der jeweiligen Ländereinstellung.

E-Commerce-Unterstützung

WebSphere Commerce erleichtert den E-Commerce durch Aufnahme der folgenden Komponenten:

Personalisierung

Die Personalisierung verbessert das Einkaufserlebnis der Kunden, indem die Site gemäß einer Anzahl von Bedingungen angepasst wird. Zu diesen Bedingungen gehören unter anderem Informationen zum Kundenprofil, der Inhalt des Einkaufskorbs und das Umsatzprotokoll.

Integration

WebSphere Commerce ist nahtlos in eine Anzahl von Produkten integriert.

Analyse

Diese Version von WebSphere Commerce verfügt über verbesserte Analysefunktionen, da WebSphere Commerce Analyzer darin integriert wurde. Diese verbesserten Analysefunktionen erweitern Ihre Möglichkeiten, die Verwendung Ihrer Site durch Ihre Kunden zu verstehen, und erleichtern als direktes Ergebnis von geschlossenen Analysekreisläufen das Anpassen Ihrer Site, sodass sie den Anforderungen Ihrer Kunden besser gerecht wird.

Onlinezusammenarbeit

WebSphere Commerce unterstützt darüber hinaus die Onlinezusammenarbeit sowohl im Site-Entwicklungs-Team als auch direkt zwischen Kundendienstmitarbeitern und Ihren Kunden in Echtzeit.

Plattform WebSphere

Die Basis für WebSphere Commerce bildet die Softwareplattform WebSphere: die branchenweit führende Infrastruktursoftware für bedarfsgesteuertes e-business. Zu den grundlegenden Aspekten der Plattform WebSphere gehören unter anderem die folgenden:

Business Portals

WebSphere Business Portals erleichtern das Erweitern und Personalisieren des Benutzererlebnisses. Dadurch wird die Zufriedenheit von Kunden, Mitarbeitern, Partnern und Lieferanten, der Wertschöpfungskette des Unternehmens, erhöht. Durch Aufteilen der Anwendung in Portlets stellen Sie kleine Komponenten bereit, die Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen gezielt anfordern können. Das Endergebnis stellt exakt die gewünschte Information bedarfsgesteuert bereit. Darüber hinaus haben Sie die Möglichkeit, Teile nach Bedarf zu aktualisieren.

Basis und Tools

Der WebSphere Application Server ist eine branchenweit führende Java-basierte Anwendungsumgebung für das Erstellen, Implementieren und Verwalten von Webanwendungen im Internet und in Intranets. Der WebSphere Application Server stellt darüber hinaus auch die Laufzeitunterstützung für JSP-Dateien bereit.

Business Integration

WebSphere Business Integration stellt fünf zentrale Funktionen bereit, mit denen die Umwandlung in ein bedarfsgesteuertes Unternehmen beschleunigt wird:

- Modellieren und Simulieren von Geschäftsprozessen, die sofort aktualisiert werden können
- Integrieren von Personen, Prozessen, Informationen und Systemen im gesamten Unternehmen
- Herstellen von Verbindungen zu Kunden und Partnern, um ein effizientes B2B-Unternehmen (Business to Business, Großhandel) zu ermöglichen
- Überwachen von Geschäftsprozessen über deren gesamte Laufzeit mit Hilfe von Echtzeit-Leistungsdaten
- Effizienteres Verwalten des Unternehmens mit der Funktion, Prozesse und Leistung zu prüfen, zu analysieren und zu verbessern

Teil 2. Geschäftsentwicklung

WebSphere Commerce Version 5.5 ist eine umfassende Gruppe integrierter Softwarekomponenten, die Anwendungsentwicklern die Erstellung, die Pflege und die Verwaltung von Geschäften sowie das Bereitstellen des Hosting-Service für Geschäfte zum Verkauf von Produkten und Dienstleistungen im Internet erleichtern. Dieser Teil des vorliegenden Handbuchs enthält Kapitel, in denen die Informationen beschrieben werden, die Sie zum Entwickeln Ihres Geschäfts benötigen.

Zunächst werden die Prozesse beschrieben, die bei der Siteplanung ausgeführt werden müssen. Beispielsweise müssen Sie sich vor der Erstellung eines Geschäfts mit WebSphere Commerce-Aufgabenbereichen vertraut machen und einige zentrale Fragen beantworten.

Danach folgt eine Beschreibung der Erstellung von Geschäften und Onlinekatalogen. Diese umfasst Details zum Beispielgeschäft, zu den Tasks, die bei der Erstellung eines Geschäfts ausgeführt werden müssen, und zu den Daten für Ihren Onlinekatalog.

Kapitel 4. Planen der Site

In diesem Abschnitt wird ein typischer WebSphere Commerce-Entwicklungszyklus beschrieben. Dieser Entwicklungszyklus besteht normalerweise aus den folgenden Phasen:

- Team zur Site-Entwicklung bilden
- Anforderungen sammeln
- Entwerfen
- Geschäft entwickeln
- Katalog entwickeln
- Testen
- Implementieren

Bilden des Teams zur Site-Entwicklung

Die Verwendung von E-Commerce-Software zur Implementierung eines Onlineunternehmens stellt eine beträchtliche Veränderung in der Art dar, wie ein Einzelhandelsunternehmen arbeitet. Einige der Aufgabenbereiche des Einzelhandels werden automatisiert, wie z. B. der des Kassierers. Für E-Commerce-Operationen müssen einige zentrale Aufgabenbereiche hinzugefügt werden, wie z. B. der des Site-Administrators.

In vielen Fällen kann ein Aufgabenbereich im Einzelhandel nicht auf einfache Weise online umgesetzt werden. Dies gilt beispielsweise für den Aufgabenbereich eines Fachverkäufers. In einer E-Commerce-Lösung gibt es keine direkte Entsprechung für diesen Aufgabenbereich. Einige der Aufgaben eines Fachverkäufers müssen in das Geschäftsdesign integriert werden, wie z. B. die Schaffung einer Atmosphäre, in der sich der Kunde willkommen fühlt, die Bereitstellung von Produktinformationen, das Vorschlagen zusätzlicher Artikel sowie die Kontaktaufnahme mit dem Kunden nach einem Kauf. Andere Aufgaben in einem Onlinegeschäft mit durchdachtem Design sind das Sammeln von Informationen von registrierten Kunden sowie das Überwachen des Einkaufsprotokolls dieser Kunden. Diese Informationen werden anschließend dazu verwendet, die zukünftigen Bedürfnisse des jeweiligen Kunden genauer zu ermitteln und bessere Vorschläge für zukünftige Einkäufe zu machen. Um eine fortschrittliche E-Commerce-Site zu erstellen und zu pflegen, sind Personen erforderlich, die eine Vielzahl von Aufgabenbereichen übernehmen.

Normalerweise ist ein ganzes Team erforderlich, um ein Geschäft zu erstellen, ob dies die Anpassung des Beispielgeschäfts zur Erstellung eines eigenen Geschäfts oder die Entwicklung eines völlig neuen Geschäfts ist. Die Größe dieses Teams ist abhängig von der Größe und vom Umfang des zu erstellenden Geschäfts bzw. der zu erstellenden Site. Unabhängig davon muss das Team aber Mitarbeiter für folgende Aufgabenbereiche enthalten:

- Web-Designer
- Anwendungsentwickler
- Datenbankentwickler
- Site-Administrator
- Verkäufer
- Marketingmanager
- Produktmanager

WebSphere Commerce verwendet viele der Standardaufgabenbereiche eines Einzelhandelsunternehmens und verbindet andere zu einem einzigen Aufgabenbereich. Dann werden die erforderlichen E-Commerce-Aufgabenbereiche hinzugefügt, sodass eine vollständige E-Commerce-Lösung für Ihre Site geschaffen wird. Darüber hinaus kann der Site-Administrator in der WebSphere Commerce-Verwaltung neue Aufgabenbereiche erstellen, wenn dies erforderlich ist. Im folgenden Abschnitt werden das für diese Aufgabenbereiche erforderliche Wissen und die nötige Erfahrung beschrieben. Ob diese Aufgabenbereiche nur von einigen wenigen Personen wahrgenommen werden oder ob dafür ein großes Team erforderlich ist, ist abhängig von der Größe des betreffenden Unternehmens.

Verkäufer

Der Verkäufer befasst sich mit den unternehmerischen Aspekten des Betriebs eines Geschäfts. Für diesen Aufgabenbereich ist detailliertes Wissen hinsichtlich des gesamten Unternehmens erforderlich. Der Verkäufer ist für Personalentscheidungen zuständig und ermittelt zusammen mit Personen, die andere Aufgabenbereiche betreuen, das Image des Geschäfts, das Kundenprofil und Charakteristika von Artikeln. Der Verkäufer überwacht die allgemeinen Ziele des Geschäfts, die Profitabilität und das Management. Zudem verfolgt er den Umsatz des Geschäfts.

Marketingmanager

Der Marketingmanager vermittelt den Kunden die Marketingstrategie und die Markenbotschaften. Dieser Aufgabenbereich überwacht, analysiert und versteht das Kundenverhalten. Darüber hinaus erstellt oder ändert der Marketingmanager Kundenprofile für gezielten Verkauf und erstellt und verwaltet Kampagnen und Werbeaktionen. Die Planung für Kampagnenereignisse kann von einem Team durchgeführt werden, dem der Verkäufer, der Marketingmanager und der Produktmanager angehören. Der Marketingmanager oder der Produktmanager plant die Verkäufe für ein Werbeereignis und analysiert seine Wirksamkeit.

Produktmanager

Der Produktmanager muss ein Verständnis für die Marketingstrategie und für die Art haben, wie die Kunden des betreffenden Geschäfts ihre Einkäufe tätigen. Der Produktmanager ermittelt die beste Art und Weise dafür, Produkte im Onlinegeschäft anzuzeigen, ihren Preis festzusetzen und sie zu verkaufen. Darüber hinaus überwacht er die Kundeneinkäufe und legt Rabatte, Auktionen sowie Techniken für suggestives Verkaufen fest.

Dieser Aufgabenbereich umfasst auch die Überwachung der Katalogverwaltung, die wiederum das Erstellen und das Verwalten von Onlineproduktkatalogen, zugeordneten Preisschemata, Produktkategorien und Produktberatung enthält. Die Person, die diesen Aufgabenbereich betreut, ist normalerweise ein Experte auf dem Gebiet der Produkte und kennt die Produktlinie sowie die Beziehungen zwischen den verschiedenen Produkten sehr genau.

Site-Administrator

Der Site-Administrator installiert, konfiguriert und pflegt WebSphere Commerce und die zugehörige Soft- und Hardware. Der Administrator reagiert auf Warnungen des Systems, Alerts und Fehler. Er stellt die Ursache von Systemfehlern fest und behebt sie. Dieser Aufgabenbereich steuert normalerweise den Zugriff und die Berechtigung (Erstellen und Zuordnen von Mitgliedern zu entsprechenden Aufgabenbereichen), verwaltet die Website, überwacht die Leistung und verwaltet Lastausgleichs-Tasks. Der Administrator kann auch für die Einrichtung und Pflege mehrerer Server-Konfigurationen für verschiedene Entwick-

lungsphasen verantwortlich sein: Test-, Staging- und Produktionsphase. Dieser Aufgabenbereich bearbeitet zudem wichtige Systemdatensicherungen und behebt Leistungsprobleme.

Der Site-Administrator hat die Fähigkeit, ein Geschäft zu erstellen und zu publizieren.

Der Site-Administrator benötigt Kenntnisse in den Bereichen Hardware und Betriebssysteme sowie Schulung im Umgang mit der Architektur und dem Betrieb von WebSphere Commerce.

Anwendungsentwickler

Anwendungsentwickler erstellen JavaServer Pages-Dateien und den erforderlichen angepassten Code. Sie können jede in WebSphere Commerce enthaltene Standardfunktionalität ändern. Anwendungsentwickler müssen über Fähigkeiten in der Programmierung mit Java, mit dem EJB-Komponentenmodell, mit VisualAge für Java, mit JavaScript, mit HTML und mit der JSP-Technologie verfügen. Außerdem müssen sie mit dem WebSphere Commerce-Programmierungsmodell vertraut sein.

Datenbankentwickler

Datenbankentwickler ändern und erweitern das WebSphere Commerce-Datenbankschema, um angepasste Geschäftsfunktionen zu implementieren oder in bestehende Datenbankinformationen zu integrieren. Dieses Mitglied verfügt normalerweise über Fähigkeiten eines Datenbankadministrators für DB2 oder Oracle.

Anmerkung: Der Aufgabenbereich eines Datenbankentwicklers ist im WebSphere Commerce-Server nicht definiert.

Web-Designer

Web-Designer entwickeln das Konzept für das Aussehen der Site und erstellen gemeinsam mit Geschäftsentwicklern Geschäftsseiten. Web-Designer sollten über Erfahrung im Umgang mit Multimedia-Tools sowie über Fähigkeiten in der HTML- und der JavaScript-Programmierung verfügen. Darüber hinaus sollten sie mit der JSP-Technologie vertraut sein.

Anmerkung: Der Aufgabenbereich eines Web-Designers ist im WebSphere Commerce-Server nicht definiert.

Sammeln von Anforderungen

Funktionale Anforderungen definieren die Geschäftsfunktionen, die das E-Commerce-System bereitstellen wird, sowie den Ablauf der Web-Seiten. Sie legen Ihre Anforderungen fest, indem Sie Ihr Verständnis für Ihre Geschäftserfordernisse für die Site und darüber ausbauen, was Sie über die Site zu erreichen hoffen. Ziehen Sie beispielsweise Bereiche wie Geschäftsziele, Zweck der Website und Fragen der Benutzerfreundlichkeit in Betracht. Wer Ihre Benutzer sind und wie diese mit Ihrem Geschäft interagieren möchten, sind beispielsweise Fragen aus diesem Themenkomplex. Wenn Sie sich Gedanken zu Ihren Anforderungen machen, müssen Sie auch an mögliche Konsistenzprobleme denken, wie z. B. an die Wiedergabe der Darstellung Ihres realen Einzelhandelsgeschäfts auf Ihrer Website. Es ist wichtig, dass Sie diese Anforderungen zu einem frühen Zeitpunkt sammeln und alle Probleme erkennen, die möglicherweise auf Sie zukommen, solange Sie sie noch auf einfache Weise lösen können.

Wenn Sie die funktionalen Anforderungen ermittelt haben, können Sie die technischen Anforderungen bzw. Systemanforderungen klären. Beispiele für technische Anforderungen sind u. a. Integrationsprobleme und Maschinenanforderungen.

Nachfolgend sind Beispiele für Fragen aufgelistet, die in der Phase des Sammelns von Anforderungen beantwortet werden sollten:

Funktionale Anforderungen

- Versorgt das Geschäft Geschäftskunden oder private Verbraucher?
- Welche Sprachen sollen im Geschäft unterstützt werden?
- Wie werden mehrere Währungen (falls erforderlich) gehandhabt?
- Welche Produkte und Dienstleistungen werden verkauft? Unterscheidet sich die Produktlinie für verschiedene Kundengruppen bzw. Länder und Regionen, in denen die Geschäfte getätigt werden?
- Falls sich die Geschäftstätigkeit auf mehrere Länder und Regionen ausdehnen soll: Erhält das Geschäft in verschiedenen Ländern jeweils ein anderes Aussehen, um es für unterschiedliche Kulturen geeigneter zu machen?
- Wie soll Ihr Geschäft aussehen?
- Können vorhandene Grafiken erneut verwendet werden? Wenn ja, welches Format ist erforderlich?
- Wie geht die Konkurrenz vor?
- Sollen Kunden aufgefordert werden, sich vor dem Einkauf von Produkten zu registrieren?
- Werden die Vorteile von Personalisierungsfunktionen genutzt, um für die einzelnen Kunden ein individuelles Einkaufserlebnis bieten zu können?
- Welche Arten von Kundeninformationen möchten Sie erfassen (und Menge)?
- Werden Produkte auf der Basis von Kundenprofilen oder Verhaltensweisen von Kunden beworben?
- Wie werden Bestellungen verarbeitet?
- Wie werden Zahlungen verarbeitet?
- Wie werden Steuern implementiert?
- Wie werden Versandkosten implementiert?
- Wie lautet die Kundendienststrategie?
- Wie wird der Ablauf von Web-Seiten sein?
- Werden Links zu anderen Sites bereitgestellt?

Technische Anforderungen

- Wie werden Daten von einem bestehenden System auf ein neues versetzt?
- Welche Art von Sicherheit wird verwendet?
- Welche Leistungsstufe ist erforderlich?
- Wie hoch ist die erwartete Menge an Kundenverkehr?
- Welche Größe muss die verwendete Maschine haben, damit alle interessierten Kunden berücksichtigt werden können?
- Wie werden die Server-Maschinen gepflegt und für bestmögliche Leistung optimiert?

Anforderungen für die Integration

- Erfolgt eine Integration in vorhandene Technologiesysteme?

Möglicherweise müssen Sie noch viele weitere Fragen hinsichtlich der Anforderungen für das Geschäft beantworten. Dies hängt von den jeweiligen Geschäftserfordernissen ab.

Am Ende der Phase, in der die Anforderungen gesammelt werden, sollte Ihr Team folgende Aufgaben ausgeführt haben:

- Erstellen eines Einkaufsablaufs und von Verwendungsbeispielen aus den funktionalen Anforderungen.
Verwendungsbeispiele sind u. a. die Registrierung von Kunden oder die Verarbeitung von Bestellungen.
- Ermitteln der Topologie der Site.

Entwurf

Auf die Phase des Sammelns von Anforderungen folgt die Entwurfsphase. In dieser Phase werden das Design der IT-Architektur (IT = Information Technology), das WebSphere Commerce-Design und das Datenbankdesign festgelegt.

Wenn alle Informationen gesammelt wurden, erstellen Sie einen statischen HTML-Prototyp des Geschäfts. Hierdurch wird sichergestellt, dass die Entwicklung vorangetrieben wird und keine Anforderungen vergessen wurden. Der Prototyp kann von einem Web- oder Media-Designer mit Hilfe des in WebSphere Studio integrierten Tools Page Designer erstellt werden. (Der Prototyp kann auch außerhalb der Commerce Studio-Umgebung entwickelt werden.) Dieser Schritt kann zusammen mit oder unabhängig von Verwendungsbeispielen erfolgen.

Geschäftsentwicklung

Die Geschäftsentwicklungsphase besteht hauptsächlich aus der Erstellung von Geschäftsressourcen. Der Anwendungsentwickler erstellt den Projektplan, der beschreibt, wie (und wann) das Projekt abgeschlossen wird. Dieser Aufgabenbereich des Anwendungsentwicklers kann von mehr als einer Person ausgeführt werden. Abhängig ist dies von den erforderlichen Fähigkeiten. Der Projektplan sollte folgende Punkte enthalten:

- Eine Personalplanung, in der die für den Anwendungsentwickler erforderlichen Kenntnisse zum Entwerfen und Entwickeln von Infrastruktur, Code und Seiten beschrieben werden.
- Eine Auflistung der Gesamtzahl an JavaServer Pages-Dateien, Tabellen, EJBs, Databeans und Befehlen, die entwickelt werden müssen (dies steigert die Größe des Projekts und der erforderlichen Ressourcen).
- Eine Auflistung der erforderlichen Grafik- und Mediendesignelemente.
- Ein Zeitplan, in dem die wichtigsten Kontrollpunkte und fertigzustellenden Teile aufgelistet werden. Dieser Plan muss auch die Systemtests am Ende der Entwicklungsphase berücksichtigen.
- Eine Beschreibung der Leistungs- und Belastungstests, die auf der Site ausgeführt werden.

Neben der Entwicklung des Projektplans erstellt der Anwendungsentwickler die Homepage des Geschäfts, die Anzeigeseiten für den Onlinekatalog sowie den Einkaufsablauf für das Geschäft.

Zum Erstellen eines Geschäfts empfiehlt es sich, dieses auf einem Beispielgeschäft aufzubauen. Die Geschäftserstellung wird in Kapitel 5, „Erstellen des Geschäfts“, auf Seite 33 beschrieben.

Datenverwaltung

Die Datenbankentwickler konzentrieren sich auf Datenverwaltungs-Tasks. Hierzu gehören unter anderem die folgenden Aktivitäten, die auf dem Entwicklungsdatenbank-Server ausgeführt werden:

- Erweitern des Datenbankschemas (optional, auf der Basis der Unternehmensanforderungen)
Das Erweitern des WebSphere Commerce-Datenbankschemas kann erforderlich sein, wenn das Geschäft in eine vorhandene Datenbank integriert wird, die ein anderes Schema verwendet, oder wenn WebSphere Commerce angepasst wird.
- Ermöglichen der Migration bestehender Daten
Wenn das Datenbankschema geändert wurde (falls erforderlich), können vorhandene Informationen wie Kundendaten auf die WebSphere Commerce-Datenbank migriert werden. Um die Informationen zu migrieren, schreibt der Datenbankentwickler Datenbank-Scripts und führt diese aus.
- Erstellen eines Mechanismus zum Füllen der Datenbank mit Daten (falls erforderlich)
Für WebSphere Commerce-Geschäfte, bei denen vorhandene Unternehmensanwendungen verwendet werden, können Mechanismen entwickelt werden, mit denen Daten von der Unternehmensanwendung automatisch dem WebSphere Commerce-System zugeführt werden. Dies ermöglicht die Synchronisation von Daten zwischen den beiden Systemen. Das Loader-Paket kann für diesen Zweck verwendet werden.

Während des gesamten Entwicklungsprozesses sollte der Quellencode für das Geschäft in einem SCM-System (SCM = Software Configuration Management) aufbewahrt werden, um die Dateiverwaltung zu erleichtern.

Der Anwendungsentwickler, dem die Aufgabe zugeteilt wird, die einzelnen Ressourcen zu einem funktionierenden Geschäft zusammenzustellen, verwendet Commerce Studio, um das Geschäft auf einer Testmaschine zu publizieren.

Wenn der Anwendungsentwickler außerhalb der Commerce Studio-Umgebung arbeitet, extrahiert er den gesamten Code aus dem SCM und überträgt das Geschäft auf die Testmaschine. Die Plattform der Testmaschine kann sich von der des Entwicklers unterscheiden.

Wenn das Geschäft erstellt ist, muss es getestet werden, damit eine hohe Qualität sichergestellt wird.

Katalogentwicklung

Der Onlinekatalog wird von Personen mit verschiedenen Aufgabenbereichen entwickelt. Der Produktmanager trifft die Entscheidungen, welche Produkte zu welchem Preis vom Geschäft verkauft werden. Diese Phase der Entwicklung kann in Verbindung mit der Geschäftsentwicklungsphase ablaufen. Die zum Erstellen des Katalogs verwendete Methode hängt von der Größe des Katalogs ab und davon, ob bereits Katalogdaten in einem elektronischen Format vorliegen.

Verwenden Sie das Loader-Paket zur Erstellung und Aktualisierung von Onlinekatalogen. Ein Katalogentwickler kann unter Verwendung des Loader-Pakets den Produktkatalog pflegen. Anschließend kann ein Anwendungsentwickler die Informationen so formatieren, dass das Loader-Paket damit die Datenbank füllen kann. Das Loader-Paket kann auch für die Migration von Daten von einem bestehenden WebSphere Commerce-Geschäft verwendet werden.

Wenn der Katalog entwickelt ist, wird er entweder auf einem Staging-Server (im Verlauf der Entwicklungsphasen) oder auf einem Produktions-Server (nach Abschluss der Entwicklung) publiziert. Weitere Informationen zur Katalogentwicklung finden Sie in Kapitel 6, „Erstellen des Onlinekatalogs“, auf Seite 43.

Tests

Normalerweise testet der Site-Administrator das Geschäft. Er sollte dabei Einheiten-, Funktions-, System-, Integrations- und Belastungstests sowie Funktionstests durchführen. Darüber hinaus können Tests hinsichtlich des visuellen Designs und der Benutzerinteraktionen ausgeführt werden.

Implementierung

Nach Beendigung der Tests aktualisiert der Site-Administrator das Produktionssystem. Dies erfolgt normalerweise in zwei Stufen: Zuerst wird die Datenbank repliziert, anschließend werden die Geschäftsressourcen (HTML, GIFs) auf dem Produktions-Server publiziert.

Kapitel 5. Erstellen des Geschäfts

Dieser Abschnitt bietet eine Übersicht über die Geschäftsmodelle und Beispielgeschäfte, die im Lieferumfang von WebSphere Commerce enthalten sind.

Definition eines Onlinegeschäfts

Ein Onlinegeschäft ist ein Geschäft, das Internet-Technologien zum Verkauf oder Austausch von Produkten und Dienstleistungen verwendet. Es besteht aus einer Gruppe von Web-Seiten, auf denen die Produkte gezeigt und verkauft werden. Die Homepage dient beispielsweise als virtuelles Schaufenster, bringt Kunden in das Geschäft und lenkt sie zu den Produkten. Auf Kataloggruppenseiten werden Produkte zu Gruppen zusammengestellt. Von diesen Seiten ausgehend werden Kunden zu den Produktseiten weitergeleitet, auf denen sie detaillierte Informationen zum jeweiligen Produkt finden können. Die Einkaufskorbseite erfüllt die Aufgabe, die auch ein physischer Einkaufskorb übernimmt: Sie können Produkte, die Sie kaufen möchten, zu dieser Seite hinzufügen und anschließend unter Verwendung von Kreditkarten oder anderen Zahlungsmethoden auf der Kassenseite dafür bezahlen.

Ihre Kunden sehen nur den externen Teil Ihrer Geschäftsseiten. Jede Seite enthält Grafiken und Bilder, die für die Kunden angezeigt werden, sowie Java-Befehle und Scripts, die die Kunden nicht sehen. Befehle und Scripts werden zum Aufruf anderer Seiten innerhalb des Geschäfts oder zum Ausführen von Aktionen verwendet, wie z. B. Anmeldung und Registrierung. Um die richtigen Produktinformationen sowie den richtigen Preis, die richtigen Steuern und den richtigen Versand anzuzeigen, greift das Geschäft auf Informationen aus Tabellen in der WebSphere Commerce-Datenbank zu. WebSphere Commerce-Databeans (eine Gruppe von Java-Beans, die im Lieferumfang von Commerce Studio und WebSphere Commerce enthalten sind) können in den JavaServer Pages-Dateien enthalten sein. Mit Hilfe dieser WebSphere Commerce-Databeans können Sie auf Informationen in der Datenbank zugreifen, wie z. B. auf den Preis oder auf die Attribute eines Produkts.

Geschäftsmodelle

WebSphere Commerce unterstützt die folgenden Typen von E-Commerce-Interaktionen:

Business **Wertschöpfungsketten**

Neu in WebSphere Commerce 5.5 ist die Möglichkeit, Wertschöpfungsketten zu unterstützen. Wertschöpfungsketten unterstützen Transaktionen, an denen mehrere Unternehmen oder Parteien beteiligt sind. Produkte, Waren, Dienstleistungen oder Informationen werden über die Parteien der Wertschöpfungskette von den Produzenten zu den Verbrauchern weitergeleitet. Eine Wertschöpfungskette verfügt auch über Beziehungs- und Verwaltungsaspekte. Das heißt, Sie können die Beziehung der Partner oder Unternehmen in Ihrer Wertschöpfungskette verwalten sowie für diese Parteien Verwaltungsservices anbieten.

WebSphere Commerce unterstützt die Transaktionen über die folgenden zwei Typen von Wertschöpfungsketten sowie die Beziehungsverwaltung dieser Typen:

Bedarfsketten

Bedarfsketten unterstützen sowohl indirekte als auch direkte Verkaufskanäle.

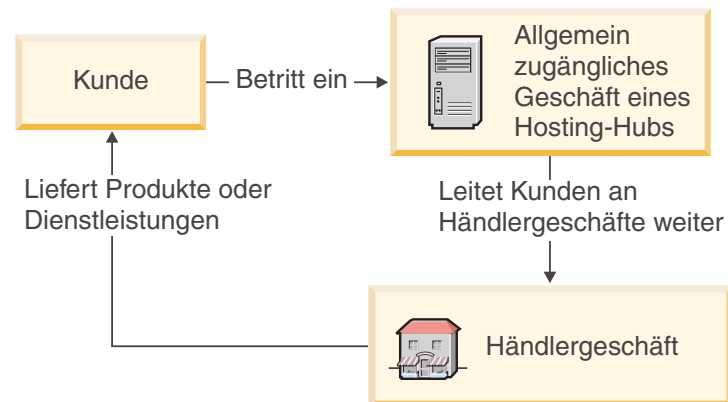
Lieferketten

Lieferketten unterstützen die Beschaffung und die Bezugsquellen-ermittlung von Produkten. WebSphere Commerce unterstützt die Bezugsquellen-ermittlung von Produkten über private Marketplaces. Ein privater Marketplace stellt ein Forum bereit, in dem Lieferanten ihre Produkte und Dienstleistungen Einkäufern zum Verkauf anbieten können, mit denen sie über ein Vertragsverhältnis verfügen. WebSphere Commerce stellt außerdem die Möglichkeit bereit, für Unternehmen in Ihrer Wertschöpfungskette den Hosting-Service bereitzustellen.

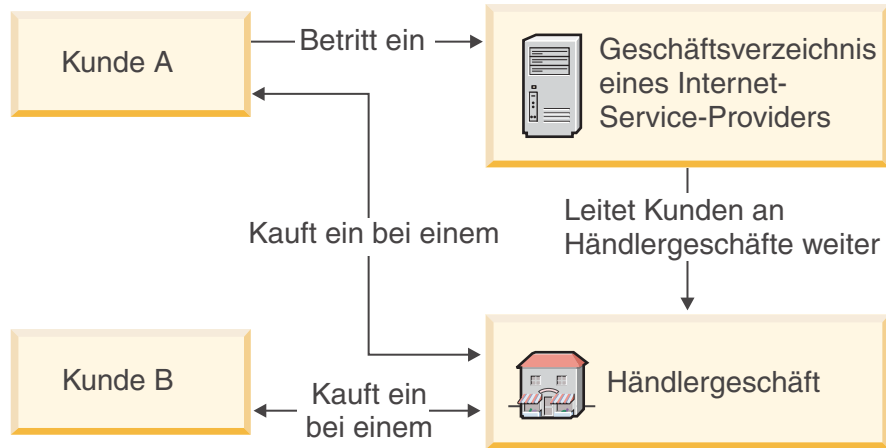
Business Hosting

Neben der Unterstützung für die Bereitstellung des Hosting-Service für Geschäftspartner im Wertschöpfungskettenmodell unterstützt WebSphere Commerce auch das Bereitstellen des Hosting-Service für Händler oder andere Unternehmen durch einen Internet-Service-Provider oder einen anderen Hosting-Provider.

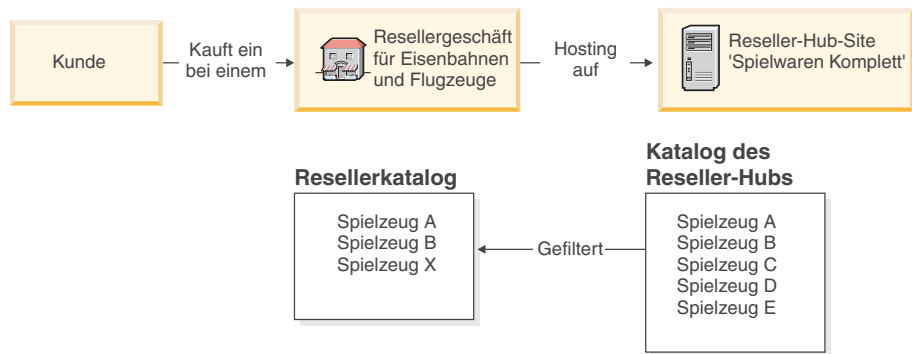
Ein Hosting-Hub ist eine Website, deren Eigner normalerweise ein Internet-Service-Provider ist und auf der Händler Geschäfte für Kunden erstellen können. Händlergeschäfte können über Kataloge verfügen, die aus dem Katalog eines Reseller-Hubs herausgefiltert wurden, oder eigene Kataloge verwenden. Hostinggeschäfte können Lagerbestand protokollieren und Bestellungen von Kunden abwickeln. Ein Hostinggeschäft hat mit anderen Hostinggeschäften ein einheitliches Seitendesign gemeinsam, verfügt jedoch über einen eigenen Namen sowie ein eigenes Logo, die im Geschäft angezeigt werden.



Im nachfolgenden Beispiel stellt ein Internet-Service-Provider den Hosting-Service für Händlergeschäfte bereit. Jedes Händlergeschäft verfügt über einen Katalog (der Katalog kann entweder dem Geschäft gehören oder gemeinsam benutzt werden). Kunde A ruft die Site des Internet-Service-Providers auf, erhält eine Liste der Händler und ruft ein Händlergeschäft auf. Kunde B ruft das Händlergeschäft direkt auf.



Im nachfolgenden Beispiel wird der Hosting-Service für ein Reseller-geschäft, das auf Eisenbahnen und Flugzeuge spezialisiert ist, von der Site bereitgestellt, deren Eigner der Hersteller 'Spielwaren Komplett' ist. Der Katalog, dessen Eigner der Hersteller 'Spielwaren Komplett' ist, wird gefiltert, sodass im Resellergeschäft nur Eisenbahnen und Flugzeuge angezeigt werden. Der Reseller kann auch Produkte zu dem Geschäft hinzufügen, die nicht im Katalog des Herstellers enthalten sind.



Direktverkauf

WebSphere Commerce unterstützt weiterhin das Geschäftsmodell für den Direktverkauf (Direct Sales). Mit Hilfe von WebSphere Commerce können Sie Sites oder Geschäfte erstellen, die den Austausch von Produkten, Dienstleistungen oder Informationen direkt zwischen Unternehmen und Kunden oder zwischen zwei Unternehmen bzw. Parteien unterstützen.

Geschäftstypen

Zur Unterstützung der neuen Geschäftsmodelle in WebSphere Commerce 5.5 wurden mehrere neue Geschäftstypen eingeführt. WebSphere Commerce unterstützt die folgenden Geschäftstypen:

Geschäft

Eine Online-Site, auf der Benutzer Informationen zu Produkten erhalten und Geschäftstransaktionen für diese Produkte ausführen können. Geschäftstransaktionen können unter anderem Einzelhandelskäufe, Transaktionen zwischen Unternehmen und Transaktionen zwischen einer Regierungsorganisation und Bürgern bzw. Unternehmen sein.

WebSphere Commerce verwendet den generischen Begriff 'Geschäft', um den Onlinebereich zu beschreiben, in dem alle diese Geschäftstransaktionen ausgeführt werden.

Hubgeschäft

Ein für Kunden ausgerichtetes Geschäft, das Partner oder Klienten ermöglicht.

Direktverkaufsgeschäft

Ein Geschäft, das den Austausch von Produkten, Dienstleistungen oder Informationen direkt zwischen Unternehmen und Kunden oder zwischen zwei Unternehmen bzw. Parteien unterstützt.

Hostinggeschäft

Ein Geschäft, für das der Betreiber der Site den Hosting-Service für den Geschäftseigner bereitstellt. Der Geschäftseigner hat unter Umständen die Möglichkeit, das Geschäft zu verwalten.

Ressourcengeschäft

Ein Geschäft, das eine Gruppe von Datei- oder Datenressourcen enthält, die von anderen Geschäftstypen als Ressourcen verwendet werden können. Beispielsweise besteht ein Katalogressourcengeschäft aus einer Gruppe von Datenressourcen, die den Inhalt eines Katalogs darstellt. Ein Schaufensterressourcengeschäft ist eine Gruppe von JSP-Dateien, Befehlen und anderen Ressourcen, die ein virtuelles Schaufenster bilden. Ressourcengeschäfte führen keine Geschäftstransaktionen durch und zeichnen auch keine auf. Sie sind einfach Behältnisse für Ressourcen, die von anderen Geschäften verwendet werden können.

Proxygeschäft

Ein Geschäft, das die Betriebsressourcen eines Geschäftspartners darstellt. Dieses Geschäft bearbeitet außerdem die Geschäftslogik, die einer WebSphere Commerce-Site die Interaktion mit einem externen Geschäftspartner ermöglicht. Beispielsweise kann ein Proxygeschäft die Bestellungen, die an ein fernes Bestellerfassungssystem übertragen werden, sowie die Lagerbestandsinformationen eines Lieferanten bzw. die Informationen erfassen, die an die Fulfillment-Center eines Lieferanten gesendet werden. In einem Proxygeschäft gibt es kein virtuelles Schaufenster. Benutzer können nicht darauf zugreifen. Administratoren, die für das externe Unternehmen arbeiten, haben unter Umständen über WebSphere Commerce Accelerator Verwaltungszugriff auf das Proxygeschäft.

Beispielgeschäfte

WebSphere Commerce stellt mehrere Beispielgeschäfte bereit, die Sie als Basis für eigene Geschäfte verwenden können. Jedes Geschäft wurde so entworfen, dass darin die Funktionen der besten aktuellen Einzelhandelssites enthalten sind, und kann angepasst werden.

WebSphere Commerce stellt Beispiele für Onlinegeschäfte bereit, die Sie als Basis für die Erstellung eines eigenen Geschäfts verwenden können.

Wenn Sie Ihre Site planen, besteht dabei ein zentraler Schritt in der Planung Ihres Einkaufsablaufs, damit dieser die Anforderungen und Erwartungen Ihrer Kunden erfüllt. Während ein Händler sich dazu entschließen kann, seinen Kunden ein einzigartiges Einkaufserlebnis zu bieten, erwarten die meisten Kunden Konsistenz und Vertrautheit mit Struktur und Abfolge eines Einkaufs. Anstatt sich auf einen einzigartigen Einkaufsablauf zu konzentrieren, sollten Sie gezielte Werbemaßnahmen, personalisierte Empfehlungen und eine bessere Auswahl von Produkten und Dienstleistungen in Betracht ziehen, um die Treue der Kunden zu Ihrer Site verbessern. WebSphere Commerce stellt in WebSphere Commerce Accelerator die Tools für gezielte Werbeaktionen und ein personalisiertes Einkaufserlebnis bereit.

Ein Beispielgeschäft dient als Schablone für die Funktionsweise Ihres Geschäfts. Es gibt den Informationsablauf beim Prozess des Suchens und Einkaufens von Artikeln im Geschäft vor. Das Beispielgeschäft ist in einem Geschäftsarchivformat gespeichert.

Ein Beispielgeschäft verfügt über eine ausreichende Menge an Ressourcen, die zu seiner fehlerfreien Ausführung erforderlich sind. Diese Ressourcen umfassen unter anderem Folgendes: JavaServer Pages-Dateien, statische HTML-Dateien, Bild-dateien und Datenbankeinträge, (Katalog-, Steuer-, Versand- und Abwicklungsein-träge).

Wenn Sie einige ähnliche Geschäfte erstellen müssen, die Merkmale oder Funktio-nen enthalten, die nicht in den bereitgestellten Beispielgeschäften enthalten sind, können Sie ein eigenes Beispielgeschäft erstellen. Wenn Sie ein eigenes Beispiel-geschäft erstellen wollen, können Sie WebSphere Commerce und Commerce Studio für einen der beiden folgenden Zwecke verwenden:

- Erstellen eines eigenen Geschäftsarchivs
- Auswählen, Kopieren und Ändern des Beispielgeschäfts

Die folgenden Beispielgeschäfte sind im Lieferumfang von WebSphere Commerce enthalten:

Consumer Direct-Beispiele

FashionFlow:

Das Consumer Direct-Beispiel (FashionFlow) enthält ein Onlinemodegeschäft, das direkten Verkauf an Kunden unterstützt. FashionFlow vereint die Merkmale aller vorherigen B2C-Beispielgeschäfte (InFashion, WebFashion, WebAuction und New-Fashion), wozu noch einige funktionale Erweiterungen kommen:

- Registrierte Kunden können auf ihre Einkäufe Coupons anwenden.
- Unter Verwendung des Produktberaters (Produkterforschungs- und Produkt-vergleichsmetaphern) können Kunden die Suche nach Produkten eingrenzen und diese in einer resultierenden Suchliste vergleichen.
- Unter Verwendung erweiterter Suchverfahren können Kunden Suchvorgänge auf der Basis der Größe, der Farbe und des Preisbereichs durchführen.
- Vier regelbasierte Rabatte wurden in das Geschäft aufgenommen:
 - Kostenloser Versand.
 - Beim Kauf von X erhält der Kunde für den nächsten Artikel Y % Rabatt.
 - Wenn der Kunde X für Einkäufe ausgibt, erhält er für die nächsten Y Z % Rabatt.
 - Wenn der Kunde X einkauft, erhält er ein Gratisgeschenk.
- Die Verwendung von Cross-Sell veranlasst Kunden dazu, Alternativprodukte in Betracht zu ziehen oder weitere Produkte zu ihrer ursprünglichen Bestellung hinzuzufügen.
- Die Verwendung von Up-Sell veranlasst Kunden dazu, ein teureres Produkt als ursprünglich geplant zu kaufen.
- Bei Verwendung von interessanten E-Mail-Artikeln empfangen Kunden Werbe-E-Mails auf der Basis ihrer Interessen.

MiniFashion:

Es gibt ein neues Basisbeispielgeschäft, in dem eine minimale Menge an Ressourcen bereitgestellt wird, die für ein funktionierendes Geschäft erforderlich sind. Dieses Geschäft wird als Alternative zum Löschen großer Datenmengen angeboten. Statt Daten zu löschen, können Sie das Basisbeispielgeschäft als Grundlage für ein Geschäft verwenden und dann entsprechend Ihren Anforderungen darauf aufbauen.

B2B Direct-Beispiel

Das B2B Direct-Beispiel (ToolTech) enthält ein Online-Geschäft für Eisenwaren, das direkten Verkauf an andere Unternehmen unterstützt. Bei ToolTech stehen die Tasks im Mittelpunkt, die ein Einkäufer auf der E-Commerce-Site eines Verkäufers ausführen kann. Neu enthalten sind Anforderungstools für Angebotsanfragen, die von WebSphere Commerce Accelerator in ToolTech versetzt wurden. ToolTech unterstützt nun die Erstellung einer Angebotsanfrage für einen kundenspezifischen Artikel durch den Einkäufer und ermöglicht das Ersetzen von Produkten. Die Liste der interessanten Artikel wurde entfernt und durch eine Anforderungsliste ersetzt.

► Business

ToolTech ist das erste B2B-Onlinegeschäft für Eisenwaren (B2B = Business to Business, Großhandel), das im Lieferumfang von WebSphere Commerce enthalten ist. Bei ToolTech stehen die Tasks im Mittelpunkt, die ein Einkäufer auf der E-Commerce-Site eines Verkäufers ausführen kann. Nachfolgend sind einige der Merkmale aufgeführt, die im Beispielgeschäft ToolTech enthalten sind:

- Einkaufen auf der Basis des jeweiligen Vertrags
- Anforderungslisten
- Durchsuchen der Site auf der Basis der Berechtigung
- Preisgestaltung auf der Basis des jeweiligen Vertrags
- Erstellung von Angebotsanfragen
- Aufteilen von Bestellungen
- Mehrere Versandadressen
- Versand auf Basis des Gewichts
- Funktion zur Produktsuche
- Registrierung von Einkäufern
- Kundenbetreuung
- Onlinezusammenarbeit

Das Geschäft ToolTech stellt alle Seiten und Merkmale bereit, die für ein funktionierendes B2B-Onlinegeschäft notwendig sind. ToolTech ist im Paket mit WebSphere Commerce als Geschäftsarchiv enthalten. Daher ist dafür keine weitere Installation erforderlich. Für das Anzeigen des Beispielgeschäfts ist es lediglich notwendig, auf der Basis von ToolTech ein neues Geschäftsarchiv zu erstellen, wozu die Tools aus den Geschäftsservices verwendet werden. Anschließend muss dieses Geschäftsarchiv auf dem WebSphere Commerce-Server publiziert werden.

Da die Erstellung von Geschäften in WebSphere Commerce auf der Auswahl eines Beispielgeschäftsarchivs und Änderungen daran basiert, wurde ToolTech so entworfen, dass es als Basis für Ihr Geschäft dienen kann.

Seine Grundlage ist ein einfacher, aber bewährter Einkaufsablauf, und sämtliche Seiten können auf einfache Weise angepasst werden. Für alle Seiten des Beispielgeschäfts ToolTech werden JSPs und XML zum Laden der erforderlichen Daten verwendet.

Bedarfskettenbeispiel

Das Beispiel für das Bedarfsketten-Geschäftsmodell enthält die Website Commerce Plaza, das Katalogressourcengeschäft, das Resellerressourcengeschäft und das Distributor-Proxy-Geschäft. Commerce Plaza ermöglicht Resellern den Erwerb von Produkten direkt von ihren Distributoren. Im Verlauf des Erwerbs ermöglicht es diese Site Resellern außerdem, von den Distributoren Preise und Verfügbarkeit aller interessanten Produkte anzufordern.

Commerce Plaza - WebSphere Commerce Business Edition stellt einen Reseller-Hub bereit, bei dem es sich um eine kennwortgeschützte Website handelt, deren Eigner normalerweise ein Hersteller oder Distributor ist. Reseller-Hubs unterstützen das Bewegen von Produkten von Lieferanten an Reseller und letztlich an Konsumenten. Der Reseller meldet sich beim Reseller-Hub an, durchsucht einen Produktkatalog und fügt Produkte zu einem Einkaufskorb hinzu. Die Produkte sind unter Umständen von mehr als einem Lieferanten verfügbar, sodass der Reseller die Produktverfügbarkeit, den Standort des betreffenden Lieferanten sowie Preise für verschiedene Lieferanten überprüfen kann. Wenn der Reseller die Bestellung abschließt, wird der Einkaufskorb an den/die Lieferanten geschickt, damit die Transaktion ausgeführt wird.

Die Website Commerce Plaza umfasst unter anderem die folgenden Merkmale:

- Registrierung im Marketplace durchführen
- Kontoinformationen editieren
- Produkte suchen
- Eine Liste der Favoriten erstellen, indem Produkte zu dieser Liste hinzugefügt werden
- Eine Bestellung aufgeben
 - Ein Angebot anfordern
 - Produkte zum Einkaufskorb hinzufügen
 - Preis und Verfügbarkeit anfordern
 - Bestellungen zu Distributoren zuordnen
 - Einkaufskörbe an Sites von Distributoren übertragen
 - Kassenprozess auf Sites von Distributoren durchführen
 - Den aktualisierten Bestellstatus anzeigen
- Den Inhalt eines Einkaufskorbs speichern (Produkte zum Einkaufskorb hinzufügen, Preise und Verfügbarkeit anfordern)
- Den Status einer vollständig übertragenen Bestellung prüfen
- Ein Resellergeschäft mit dem Assistenten für die Geschäftserstellung erstellen
- Das Geschäft verwalten

Hostingbeispiel

Das Beispiel für das Hostinggeschäftsmodell enthält die Website Commerce Hosting Hub, das Geschäftsverzeichnis, einen Beispielkatalog und die Ressourcen, die für ein Geschäft erforderlich sind. Händler können dieses Modell verwenden, wenn sie ein Geschäft einsetzen wollen, eine andere Organisation aber den Hosting-Service dafür bereitstellen soll. Wenn der Händler genehmigt ist, kann das Geschäft über den Assistenten für die Geschäftserstellung erstellt werden, und der Händler kann es verwalten.

Das Geschäft wird zu einem Geschäftsverzeichnis hinzugefügt, das wie ein Einkaufszentrum funktioniert. Kunden können in diesem Verzeichnis suchen, das für sie interessante Geschäft ausfindig machen und darin ihre Einkäufe tätigen. Commerce Hosting Hub umfasst unter anderem die folgenden Merkmale:

- Registrierung beim Hosting-Hub durchführen
- Anfordern, für ein Geschäft den Hosting-Service bereitzustellen
- Ein Hostinggeschäft mit dem Assistenten für die Geschäftserstellung erstellen und anschließend dessen Darstellung und Funktionsweise ändern
- Den gemeinsamen Hauptkatalog auswählen oder einen eigenen Katalog verwenden
- Ein Geschäft verwalten
- Kunden ermöglichen, Produkte zu suchen, wenn das Geschäft zum Geschäftsverzeichnis hinzugefügt wurde

Lieferantenbeispiel

Das Beispiel für das Lieferantengeschäftsmodell enthält die Website Commerce Supplier Hub (Commerce-Lieferanten-Hub), einen zusammengefassten Katalog oder Hauptkatalog und die Ressourcen, die für ein Geschäft erforderlich sind. Der Hub ist ein Ort, der für Händler oder Lieferanten sowie für Kunden oder Einkäufer als Treffpunkt dient. Ein Grund, weshalb Lieferanten dieses Modell verwenden, liegt darin, dass sie selbst über ein Geschäft verfügen wollen, der Hosting-Service jedoch von einer anderen Organisation bereitgestellt werden soll. Ganz allgemein gesprochen können Lieferanten von der Beteiligung bei einem Hub und der gesteigerten Frequentierung durch Einkäufer profitieren. Die Einkäufer profitieren davon, dass sie an einem einzigen Ort Produkte verschiedener Händler suchen und deren Preise vergleichen können. Die Einkäufer können darüber hinaus im Hostinggeschäft Einkäufe tätigen, wenn sie dies wollen. Commerce Supplier Hub umfasst unter anderem die folgenden Funktionen:

- Registrierung beim Lieferantenhub durchführen
- Anfordern, für ein Geschäft den Hosting-Service bereitzustellen
- Ein Lieferantengeschäft mit dem Assistenten für die Geschäftserstellung erstellen und anschließend dessen Darstellung und Funktionsweise ändern
- Den Katalog mit dem Hauptkatalog zusammenlegen
- Ein Geschäft verwalten
- Mit Auktionen arbeiten
- Mit Angebotsanfragen arbeiten

Globalisierungsmerkmale in den Beispielgeschäften

Mit WebSphere Commerce können Anwendungsentwickler Geschäfte mit multikulturellen Onlineproduktkatalogen entwickeln. Kunden können dann entsprechend ihrer Ländereinstellung Beschreibungen in der bevorzugten Sprache und Währung anzeigen. Wenn diese Informationen also im Verlauf des Geschäftsentwicklungsprozesses eingegeben wurden, können Kunden kulturelle Parameter auswählen, wie z. B. Sprache, Steuer- und Versandkosten, Datums- und Währungsformat sowie Zahlungsmethoden.

Die im Lieferumfang von WebSphere Commerce enthaltenen Beispielgeschäfte sind globalisiert. Um ein globalisiertes Geschäft zu erstellen, müssen Sie einfach das Geschäftsbeispiel auswählen, das Ihren Anforderungen am besten gerecht wird.

Mit WebSphere Commerce können Sie ein Geschäft erstellen, das an die Bedürfnisse einer internationalen bzw. aus verschiedenen Kulturkreisen stammenden Kundengruppe angepasst werden kann. Sie können beispielsweise ein Geschäft mit einigen oder allen der folgenden Merkmale erstellen:

Mehrere Sprachen

Ein Geschäft kann in mehr als einer Sprache angezeigt werden. Sie können beispielsweise Kunden ermöglichen, die Sprache auszuwählen, in der sie Ihr Geschäft anzeigen möchten. Alternativ dazu können Sie auch veranlassen, dass automatisch eine Standardsprache ausgewählt wird, die vom Standort des Geschäfts abhängt.

Mehrere Währungen

Ein Geschäft kann mehr als eine Währung anzeigen und bearbeiten.

Optionale Datenformate

Daten können in verschiedenen anpassbaren Formaten dargestellt werden. Menschen aus verschiedenen Kulturkreisen haben möglicherweise unterschiedliche Erwartungen in Bezug darauf, wie Informationen angezeigt werden sollen. Beispielsweise kann eine Dezimale in Abhängigkeit von Sprache und Land oder Region des betreffenden Kunden unter Verwendung eines Kommas oder eines Punkts angezeigt werden.

Mehrere Adressformate

Adressen können in verschiedenen Formaten angezeigt werden, die verschiedenen internationalen Standards entsprechen.

Besteuerung

Verschiedene Regeln zur Besteuerung können für verschiedene Jurisdiktionen definiert werden. Dies umfasst unter anderem Umsatzsteuer und andere Unternehmens- oder Bundessteuern.

Versand

Verschiedene Versandregeln und -unternehmen können für verschiedene Regionen definiert werden.

Mehrere Zahlungsmethoden

Verschiedene Zahlungsmethoden können definiert werden.

Preise

Dasselbe Produkt kann in verschiedenen Jurisdiktionen zu unterschiedlichen Preisen verkauft werden.

Onlinekatalogdaten

Beschreibungen, Attribute und Bilder können zur Anzeige für Kunden aus verschiedenen Regionen angepasst werden. Sie können auch einen Hauptonlinekatalog verwenden, der von einigen Geschäften gemeinsam benutzt werden kann.

Seitendesign

Mit WebSphere Commerce können Sie für jedes Anzeigeformat angepasste Seiten erstellen. Sie können eine generische Seitenschablone für alle Kulturkreise erstellen, so dass das Design immer gleich ist, kulturell sensitive Informationen jedoch dynamisch sind. Andernfalls können Sie eigene Anzeigeseiten für jeden Kulturkreis verwenden.

Weitere Informationen zu den Beispielgeschäften finden Sie im Handbuch *WebSphere Commerce Sample Store Guide*.

Kapitel 6. Erstellen des Onlinekatalogs

Dieser Abschnitt bietet eine Übersicht über den Onlinekatalog. In diesem Kapitel werden auch unterschiedliche Methoden zum Erstellen des Katalogs und zum Importieren bereits vorhandener Katalogdaten in die Datenbank erläutert.

Funktionsweise des Onlinekatalogs

Bevor Sie Ihren Onlinekatalog erstellen und pflegen, sollten Sie verstehen, wie ein Katalog in WebSphere Commerce funktioniert.

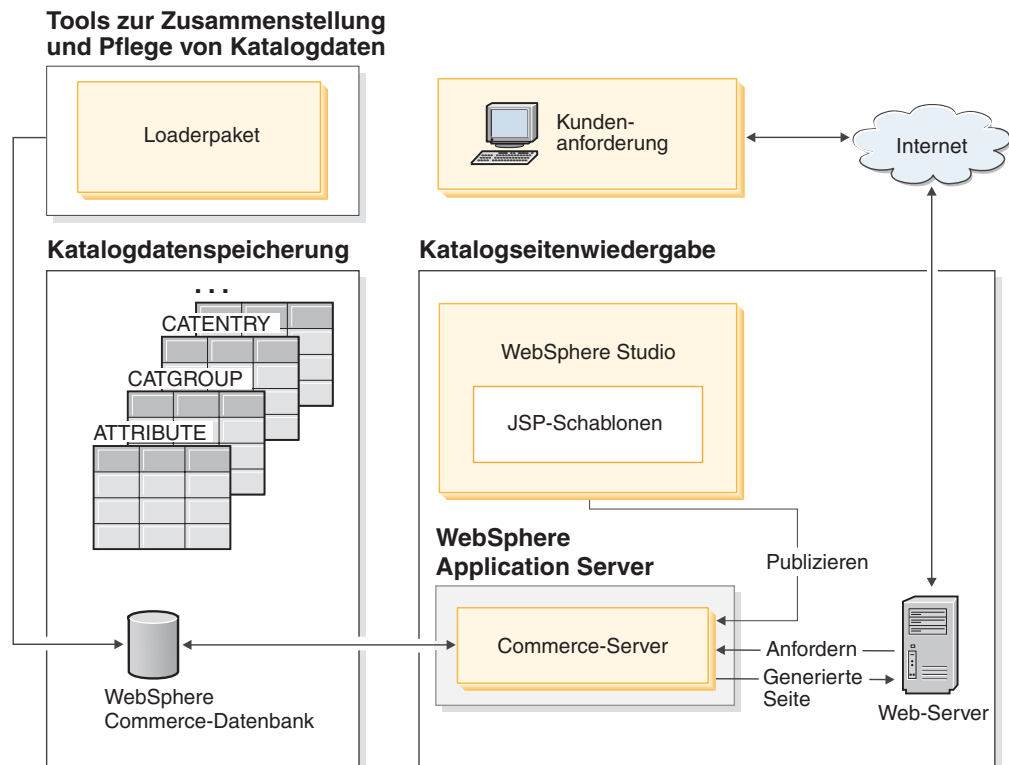
Im WebSphere Commerce-System gibt es zwei Arten von Katalogen: Hauptkatalog und Navigationskatalog. Ein Hauptkatalog ist das wichtigste Tool zur Verwaltung der Artikel in Ihrem Geschäft. Dabei handelt es sich um den einzigen Katalog, der alle Produkte und Artikelnummern sowie die Standardpreisgestaltung für alle Entitäten enthält. Jedes Geschäft im WebSphere Commerce-System muss über einen Hauptkatalog verfügen. Sie können den Hauptkatalog für mehrere Geschäfte gemeinsam verwenden und so viele Geschäfte wie erforderlich definieren.

Wenn es notwendig ist, können Sie einen oder mehrere Navigationskataloge erstellen, um die Kataloganzeige für Kunden zu ändern. Ein Navigationskatalog enthält dieselben Einträge wie der Hauptkatalog, hat jedoch eine weitaus flexiblere Struktur für die Anzeige durch Kunden. Sie können so viele Navigationskataloge verwenden, wie für Ihre Werbeerfordernisse notwendig sind. Um die Verwaltungskosten einzuschränken, die mit dem Verwalten mehrerer Navigationskataloge verbunden sind, empfiehlt es sich zu versuchen, einen einzigen Hauptkatalog zu verwenden und Navigationskataloge nach Bedarf hinzuzufügen.

Für Kataloginformationen, die für Kunden angezeigt werden, ist Folgendes erforderlich:

- Katalogdaten oder -ressourcen
- Kataloganzeigeseiten
- Katalogbeziehungen

Im folgenden Diagramm wird der Ablauf von Kataloginformationen zwischen den WebSphere Commerce-Komponenten gezeigt.



Katalogdaten

Katalogdaten werden in der WebSphere Commerce-Datenbank gespeichert. Sie können das Loader-Paket dazu verwenden, eine Datenbank mit den Kataloginformationen neu zu füllen.

Katalogdaten bestehen aus Beschreibungen, Beziehungen, Preisen und Bildern für alle Einträge in Ihrem Katalog. Für die Verwaltung und zur Verbesserung der Navigation werden die Katalogdaten in *Kataloggruppen* oder *Kategorien* aufgeteilt. Wie der Name schon andeutet, ist eine Kataloggruppe eine Kombination aus Katalogdaten und anderen Kataloggruppen. Daraus werden dann verschiedene Teile eines Onlinekatalogs gebildet. Mit richtig strukturierten Kataloggruppen können Kunden ein Onlinegeschäft auf einfache Weise durchsuchen und das gewünschte Produkt schnell finden. Kataloggruppen stellen Wege bereit, auf denen Kunden durch das Geschäft navigieren können. Diese Wege beginnen auf der Homepage und enden auf der Produktseite. In einer Kataloggruppe sind Katalogeinträge enthalten, die bestellbare Artikel in einem Onlinekatalog darstellen. WebSphere Commerce unterstützt Standardtypen von Katalogeinträgen, wie Produkte, Artikelnummern (auch als Artikel bezeichnet), Bundles und Kits (dynamische Kits und Prebuilt Kits, die früher als Pakete bezeichnet wurden). Darüber hinaus können in WebSphere Commerce neue Arten von Katalogeinträgen erstellt werden, falls dies erforderlich ist.

Ein *Produkt* dient als Schablone für die Erstellung von Artikelnummern, einzelnen Artikeln, die letztendlich an einen Kunden verkauft werden. *Artikelnummern* sind spezifische Exemplare eines Produkts, die durch Attribute definiert werden.

Baumwollhosen sind beispielsweise ein Produkt, da sie nicht eindeutig identifiziert werden können, wenn für die Attribute für Größe und Farbe nicht Werte bereitgestellt werden. Das Produkt 'Baumwollhosen' stellt die Gruppe aller Baumwollhosen dar, während die bestimmte Artikelnummer ('Baumwollhose mit der Größe 32 und der Farbe schwarz') ein spezifisches Exemplar des Produkts darstellt. Denken Sie daran, dass die Begriffe 'Artikelnummer' und 'Artikel' synonym verwendet werden. Wenn Sie die Tools zur Produktverwaltung in WebSphere Commerce Accelerator verwenden, wird dieser bestellbare Artikel bzw. diese bestellbare Dienstleistung aus Gründen der Einfachheit Artikelnummer genannt, während er im WebSphere Commerce-Schema als Artikel bezeichnet wird, damit er mit dem Datenbankschemaobjekt übereinstimmt.

Ein *Bundle* ist eine Gruppe von Katalogeinträgen. Ein Bundle für einen Computer kann beispielsweise aus einer Zentraleinheit, einem Monitor, einem Festplattenlaufwerk und einem CD-ROM-Laufwerk zusammengesetzt sein. Bundles können Gruppierungen von Artikelnummern oder eine Kombination aus Produkten, Artikelnummern und Prebuilt Kits sein. Wenn ein Bundle zu einer Bestellung hinzugefügt wird, wird es in einzelne bestellbare Komponenten aufgeteilt. Mit Hilfe von Bundles können Kunden mehrere Artikel in einem Vorgang kaufen. Der Preis eines Bundles ist der Gesamtpreis, der aus allen Preisen für die Bundlekomponenten gebildet wird.

Ein *Prebuilt Kit* (früher als Paket bezeichnet) ist eine nicht teilbare Gruppe von Katalogeinträgen. Ein Computerpaket kann beispielsweise eine bestimmte Zentraleinheit, einen bestimmten Monitor und ein bestimmtes Festplattenlaufwerk enthalten, wobei diese Teile unter Umständen nicht einzeln verfügbar sind. Ein Paket verfügt über einen eigenen Preis und ist eine getrennt bestellbare Artikelnummer, die zu einer Bestellung hinzugefügt werden kann. Ein Paket kann nicht aufgeteilt oder geändert werden.

Ein *dynamischer Kit* ist eine Gruppe von Produkten, die als Einheit bestellt werden. Die Komponenten eines dynamischen Kits werden in der WebSphere Commerce-Datenbank nicht statisch gespeichert, sondern durch ein externes Produktkonfigurationsprogramm konfiguriert. Benutzer interagieren mit diesem Produktkonfigurationsprogramm, um einen dynamischen Kit zu erstellen, der dann zur Bestelleingangszeit für WebSphere Commerce bereitgestellt wird. Einzelne Komponenten eines dynamischen Kits können in einer Bestellung nicht geändert werden, jeder dynamische Kit kann jedoch rekonfiguriert werden. Zur Verwendung bei der Konfiguration von dynamischen Kits sind mehrere Produktkonfigurationsprogramme verfügbar. WebSphere Commerce stellt zwar kein Produktkonfigurationsprogramm bereit, es ist jedoch vollständige Unterstützungsintegration für ein externes Produktkonfigurationsprogramm verfügbar.

Kataloganzeigeseiten

Kataloganzeigeseiten passen Ihr Kataloglayout für die Präsentation an. Sie geben an, wie eine Seite für Kunden angezeigt wird und wie ein konsistentes Erscheinungsbild für die verschiedenen Katalogseiten bereitgestellt wird. Anzeigeseiten, die unter Verwendung der JSP-Technologie erstellt wurden, verbessern die Effizienz beim Betrieb Ihres Geschäfts, da Sie nicht für jedes Produkt eine eigene HTML-Datei benötigen. Stattdessen sind die Produktinformationen in der Datenbank vorhanden, während sich die Anzeigesite auf dem Server befindet. Wenn ein Kunde eine Seite anfordert, werden anzeigbare Seiten generiert und zum Browser des Kunden zurückgegeben.

Sie können verschiedene Kataloganzeigeseiten verwenden, um die verschiedenen Arten von Katalogdaten darzustellen. Beispielsweise können Sie mit einer Produktseite Produkte oder mit einer Paketseite Pakete anzeigen. Sie können Anzeigeseiten für einzelne Produkte und Artikelnummern anpassen. Sie können z. B. eine besondere Seite für die Präsentation eines Mantels im Sonderangebot oder anderer Artikel verwenden, die im Angebot sind. Sie können auch verschiedene Anzeigeseiten für die einzelnen Kundengruppen erstellen, wie z. B. ein spezielles Angebot für die Gruppe der häufigen Kunden.

Eine weitere Methode zum Anpassen der Kataloganzeige besteht im Angeben von Produktgruppen. Produktgruppen stellen einen Mechanismus bereit, mit dem Sie Ihren Katalog in logische Untergruppen aufteilen können. Mit Hilfe dieser Aufteilung können Sie unterschiedlichen Benutzern unterschiedliche Teile Ihres Katalogs zeigen. Sie können einen Vertrag erstellen und angeben, dass die Teilnehmer dieses Vertrags nur dazu berechtigt sind, Produkte zu kaufen, die einer vordefinierten Produktgruppe zugehören. WebSphere Commerce bietet ein leicht zu verwendendes Katalogfiltertool, mit dem aus dem Hauptkatalog Produktgruppen erstellt und diese in Verträgen zur Filterung nach Berechtigungen verwendet werden können.

Katalogbeziehungen

Ein Katalog umfasst mehrere Arten von *Beziehungen* zwischen den darin enthaltenen Daten. Wie bereits oben festgestellt wurde, enthält ein Katalog Kataloggruppen und verschiedene Katalogeinträge in Form von Produkten, Artikelnummern, Bundles und Kits (dynamische Kits und Prebuilt Kits). Ein Katalog partitioniert die Katalogeinträge und Kataloggruppen in Sichten, die für Kunden sinnvoll sind.

Beispielsweise verwenden viele Einzelhandelsgeschäfte für Ihre Artikel eine Rotation, die auf den Jahreszeiten basiert. Ein Katalog kann jahreszeitliche Ansichten des zu Grunde liegenden Produktuniversums erstellen. Kataloge ermöglichen die vollständige oder partielle Verwendung von Kataloggruppen oder eine Kombination dieser beiden Möglichkeiten. Bei dem eben genannten Beispiel für ein Einzelhandelsgeschäft erscheint eine Kataloggruppe mit dem Namen **Herren** und eine mit dem Namen **Damen** sowohl im Katalog 'Sommer' als auch im Katalog 'Winter'. Wenn die Kataloggruppen **Herren** und **Damen** im Katalog 'Sommer' enthalten sind, umfassen sie Sommerkleidung (z. B. Sandalen, kurze Hosen und Badekleidung). Wenn sie im Katalog 'Winter' enthalten sind, umfassen sie Winterkleidung (z. B. Stiefel und Oberbekleidung aus Wolle). Beide Kataloggruppen können bestimmte Katalogeinträge gemeinsam verwenden, die identische und im Hinblick auf Jahreszeiten neutrale Bekleidungsstücke wie Hemden und Hosen enthalten.

Im Sommer kann jedoch nur auf Kataloggruppen und Katalogeinträge zugegriffen werden, die im Katalog 'Sommer' enthalten sind. Auf gleiche Weise wird im Winter nur der Katalog 'Winter' mit den zugeordneten Kataloggruppen und -einträgen für den Kunden angezeigt.

Jedes Geschäft im WebSphere Commerce-System ist mindestens einem Katalog zugeordnet. Kataloge können für viele Geschäfte gemeinsam verwendet werden, und jeder Katalog kann mit einer oder mehreren Kataloggruppen in Zusammenhang stehen. Eine Kataloggruppe kann einen oder mehrere Katalogeinträge enthalten.

Erstellen eines Hauptkatalogs

Wenn Sie Ihr Geschäft erstellt haben, müssen Sie Ihren Hauptkatalog erstellen. WebSphere Commerce bietet dafür mehrere Erstellungsmethoden.

Jedes WebSphere Commerce-Beispielgeschäft enthält einen Hauptkatalog. Sie können einen der Hauptkataloge aus diesen Beispielen als Basis für einen eigenen Hauptkatalog verwenden. Benutzen Sie die Tools zur Produktverwaltung, um die vorhandenen Daten für Ihren Katalog zu ändern. Weitere Informationen hierzu finden Sie unter Schritt „Pflegen des Onlinekatalogs“ auf Seite 48.

Wenn Sie beim Publizieren Ihres Geschäftsarchivs einen Beispielkatalog verwenden, enthält Ihr Geschäft bereits Beispielprodukte. In diesem Fall sollten Sie die Beispielprodukte löschen, bevor Sie Ihre eigenen Produkte hinzufügen.

Außerdem können Sie Ihren Hauptkatalog auch komplett neu erstellen, indem Sie die XML-Dateien von WebSphere Commerce aktualisieren. Informationen zur Erstellung eines neuen Hauptkatalogs finden Sie im Kapitel über Katalogressourcen im Handbuch *WebSphere Commerce Store Development Guide*. In diesem Kapitel wird der Hauptkatalog des Geschäfts ToolTech als Beispiel für die Erstellung eines neuen Hauptkatalogs verwendet.

Loader-Paket

Das Loaderpaket lädt Katalogdaten sowie andere Daten in Ihre WebSphere Commerce-Datenbank. Das Loaderpaket ist das ideale Tool für den Import großer Mengen bestehender Produktinformationen in die Datenbank oder für Aktualisierungen bestehender Daten auf Zellebene. Ein Beispiel für eine Aktualisierung auf Zellebene ist die Aktualisierung eines Werts in einer bestimmten Zeile und Spalte. Überlegene Merkmale in Bezug auf Leistung und Skalierbarkeit machen das Loader-Paket zum geeigneten Tool dafür, die WebSphere Commerce-Server-Daten in großen Mengen aufzufüllen und zu einem späteren Zeitpunkt zu aktualisieren.

Das Loaderpaket verwendet Daten im XML-Format als Eingabe für die WebSphere Commerce-Datenbank. Mit dem Paket können Sie eine Dokumentartdefinition (Document Type Definition, DTD) generieren, Kennungen in den Daten auflösen und Daten laden. Das Loader-Paket enthält darüber hinaus Dienstprogramme zum Extrahieren von Daten und zur XML-Datenkonvertierung. Im Lieferumfang des Loader-Pakets ist jetzt TextTransformer enthalten, womit ein ASCII-Dokument mit begrenzter Satzlänge (ASCII-delimited Document) in ein XML-Dokument umgewandelt werden kann.

Wenn Sie unter Verwendung der im Lieferumfang von WebSphere Commerce enthaltenen DTD eine XML-Datei erstellen oder die im Beispielgeschäftsarchiv bereitgestellten XML-Dateien ändern, müssen Sie keine weitere DTD generieren.

Im Loader-Paket ist eine Protokolleinrichtung enthalten, mit der Sie Nachrichten von Komponenten des Pakets erfassen und speichern können. Sie können beispielsweise Fehler protokollieren, die im Verlauf der Generierung einer DTD oder während des Ladens von Daten für das Debugging auftreten.

Publizieren und das Loader-Paket

Die Publizierungsfunktion in der Verwaltungskonsolle ruft das Loader-Paket zum Laden von Informationen in die Datenbank auf. Die Publizierungsfunktion verwendet die im Lieferumfang von WebSphere Commerce enthaltene DTD, löst dann die Kennungen auf und lädt die Daten für Sie. Die DTD befindet sich im Verzeichnis *WC-installationsverzeichnis/schema/wcs.dtd*.

Wenn Sie Ihre Daten unter Verwendung der Publizierungsfunktion in der Verwaltungskonsolle laden möchten, müssen Sie sicherstellen, dass Sie die Datei 'wcs.dtd' verwenden, um Ihre XML-Dateien zu erstellen, und anschließend die XML-Dateien zu einem Geschäftsarchiv hinzufügen.

Pflegen des Onlinekatalogs

Das Pflegen des Katalogs ist ein fortlaufender Prozess, da ständig Artikel hinzugefügt oder entfernt, Kategorien oder Kataloggruppen erstellt und zugeordnet und Produktinformationen, wie Beschreibungen und Preise, aktualisiert werden müssen.

Wenn Sie Ihren Hauptkatalog erstellt und Ihre Katalogdaten hinzugefügt haben, können Sie den Inhalt des Katalogs aktualisieren oder neue Katalogdaten erstellen, wozu Sie die Tools zur Produktverwaltung verwenden können, die in WebSphere Commerce Accelerator enthalten sind. Die Tools zur Produktverwaltung sind eine Kombination aus Assistenten und Notizbüchern, die so entworfen wurden, dass sie die Verwaltung sämtlicher Katalogdaten erleichtern. Insbesondere folgende Tasks können Sie damit ausführen:

- Produkte und Produktdetails erstellen, aktualisieren und löschen
- Artikelnummern für den Einkauf generieren, aktualisieren und löschen
- Kategorien (oder Kataloggruppen) erstellen, aktualisieren und löschen
- Produkte und Artikelnummern zu Kategorien zuordnen
- Attribute und Attributwerte für Produkte erstellen
- Katalogpreisgestaltung erstellen, aktualisieren und löschen sowie Produkten zuordnen

Weitere Informationen dazu finden Sie in Kapitel 9, „Verwalten des Katalogs“, auf Seite 65. Daneben finden Sie auch im Abschnitt zur Produktverwaltung in der Onlinehilfefunktion detaillierte Anweisungen zu allen Tasks.

Katalogsuche

Mit Hilfe des Merkmals zur Katalogsuche können Sie für Ihre Kunden ein Such-Tool implementieren. Indem Sie zur Ihrer Site eine einfache Schnittstelle hinzufügen, können Sie für Kunden eine zusätzliche Methode zum Suchen Ihrer Produkte bereitstellen. Dadurch finden möglicherweise Verkäufe statt, die andernfalls verhindert worden wären, weil der Kunde nicht zu dem Produkt navigieren konnte, das er suchte.

Die Funktionalität zur Katalogsuche wird durch eine Databean implementiert, die für die Datenbank SQL-Abfragen generiert. Diese Abfragen können auf der Basis von Zeichenfolgenkombinationen einfache Suchvorgänge oder auf der Basis von Booleschen Ausdrücken leistungsfähigere Suchvorgänge ausführen. Es können auch Suchvorgänge nach Spalten sowie nach Attributen mit mehreren Werten (Rich Attributes) durchgeführt werden.

Darüber hinaus unterliegt das Merkmal zur Katalogsuche dem Basisformat für Suchbereiche des Produktberaters.

Einfache Katalogsuche

Wenn die einfache Version des Merkmals zur Katalogsuche implementiert wird, wird zur Seite ein Feld zur Texteingabe sowie ein Knopf hinzugefügt, über den die Suche gestartet wird. In dem Feld werden Textzeichenfolgen akzeptiert, die dann mit dem Inhalt der Datenbank verglichen werden. Die dabei gefundenen Übereinstimmungen werden auf der Ergebnisseite angezeigt. Wenn die Suchzeichenfolge aus mehreren Wörtern besteht, die durch Leerzeichen getrennt sind, werden diese Leerzeichen von der Suchmaschine jeweils als 'logisches Und' behandelt.

Die einfache Version der Katalogsuche wurde so entworfen, dass sie nur ein Minimum des Platzes auf einer Seite in Anspruch nimmt. Daher können Sie sie auf jeder Seite unterbringen, ohne größere Teile davon neu entwerfen zu müssen. Um für Ihre Kunden den größten Nutzen zu bieten, sollten Sie auf den meisten Geschäftsseiten eine Databean für eine einfache Katalogsuche platzieren.

Erweiterte Katalogsuche

Die erweiterte Version des Merkmals zur Katalogsuche stellt eine zuverlässige Suchfunktion für Ihre Kunden bereit. Dabei sind mehrere Eingabefelder zulässig, wodurch Ihre Kunden eine viel komplexere Suchzeichenfolge erstellen können. Dieses Merkmal macht auch je nach ausgewähltem Attribut Unterstützung für Boolesche Ausdrücke verfügbar. Darüber hinaus können Ihre Kunden Suchvorgänge auf der Basis von Attributen mit mehreren Werten (Rich Attributes), wie z. B. Farbe und Größe, durchführen. Diese beiden erweiterten Suchverfahren werden zwar unterstützt, allerdings können Boolesche Ausdrücke nicht dazu verwendet werden, nach Attributen mit mehreren Werten zu suchen.

Auf Grund der Vielzahl von Suchoptionen und der Möglichkeit, mehrere Eingabefelder anzugeben, wird die Schnittstelle für die erweiterte Suche für die Kunden normalerweise im Geschäft als eigene Seite angezeigt. In vielen Fällen befindet sich der Link zur Seite für die erweiterte Suche auf der Seite für die Ergebnisse von einfachen Suchvorgängen. Dadurch wird Kunden angeboten, die empfangenen Ergebnisse einzugrenzen oder ihre Suche in Fällen auszuweiten, in denen keine Ergebnisse zurückgegeben wurden.

Hinzufügen der Katalogsuchfunktion zur Site

Um die Katalogsuchfunktion zu Ihrer Site hinzuzufügen, müssen Sie die Databean CatalogSearch zu allen Seiten hinzufügen, auf denen Sie Suchvorgänge verfügbar machen möchten. Richtlinien zur Implementierung finden Sie auf den Suchseiten, die in den Beispielgeschäften enthalten sind. Diese Suchseiten werden in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion beschrieben.

Konfigurierbare Produkte

Konfigurierbare Produkte geben einem Kunden die Möglichkeit, Produkte zu gruppieren oder zu erstellen, während er im Onlinekatalog blättert. Diese Gruppierung von Produkten wird auf der Basis der Anforderungen des Kunden zusammen mit einer Gruppe von Konfigurationsregeln konstruiert, die für die Gruppierung definiert wird. In WebSphere Commerce wird diese Produktgruppierung als *dynamischer Kit* bezeichnet und basiert auf vordefinierten Regeln und Benutzerinteraktion mit einem Konfigurationsprogramm. Das Hinzufügen eines dynamischen Kits zu einer Bestellung ist vergleichbar mit dem Hinzufügen eines Pakets. Wie bei einem Paket können die einzelnen Komponenten eines dynamischen Kits nicht geändert werden, und die gesamte Konfiguration muss als Ganzes abgewickelt werden. Wenn Sie konfigurierbare Produkte in Ihren Katalog aufnehmen, können Sie Flexibilität bereitstellen, um die Anforderungen Ihrer Kunden zu erfüllen.

In WebSphere Commerce ist zwar kein Produktkonfigurationsprogramm enthalten, jedoch wird Unterstützung für die Integration in externe Produktkonfigurationsprogramme bereitgestellt.

Um eine bessere Vorstellung davon zu erhalten, wie ein Produktkonfigurationsprogramm in WebSphere Commerce arbeitet, können Sie das folgende Einkaufsszenario betrachten:

Beim Blättern in einem Onlinekatalog für Elektronikartikel findet ein Kunde einen Personal Computer, an dem er interessiert ist. Da dieser Computer ein dynamischer Kit ist, muss er über ein externes Konfigurationsprogramm konfiguriert werden, bevor er ausgewählt werden kann. Der Kunde wählt den Link zum **Konfigurieren dieses Produkts** aus und interagiert dann mit dem Konfigurationsprogramm. Diese Interaktion kann einfach in der Beantwortung einer Reihe von Fragen bestehen oder auch so komplex sein, dass detaillierte Konfigurationsoptionen für den Computer manuell ausgewählt werden müssen. Wenn der Kunde die Interaktion mit dem Konfigurationsprogramm abgeschlossen hat, gibt das Konfigurationsprogramm eine Stückliste zurück, die die Gruppierung von Artikelnummern darstellt, die den vollständig konfigurierten dynamischen Kit des Computers bilden. Der Kunde kann anschließend entscheiden, ob er diesen konfigurierten Computer zum WebSphere Commerce-Einkaufskorb hinzufügen möchte. Wenn der Kunde die Konfigurationsoptionen für diesen Computer ändern möchte, leitet WebSphere Commerce ihn zum externen Konfigurationsprogramm weiter, in dem eine geänderte Gruppierung von Artikelnummern ausgewählt werden kann.

Teil 3. Verwalten und Pflegen von Site und Geschäft

Dieser Teil des vorliegenden Handbuchs bietet eine Einführung in wichtigsten Informationsquellen, die für Site-Administratoren zur Verwaltung und Pflege einer WebSphere Commerce-Site verfügbar sind.

Kapitel 7. Site-Verwaltung

In WebSphere Commerce installiert, konfiguriert und pflegt ein Site-Administrator WebSphere Commerce und die zugehörige Soft- und Hardware. Der Administrator reagiert auf Warnungen des Systems, Alerts und Fehler. Er stellt die Ursache von Systemfehlern fest und behebt sie. Dieser Aufgabenbereich steuert normalerweise den Zugriff und die Berechtigung (Erstellen und Zuordnen von Mitgliedern zu entsprechenden Aufgabenbereichen), verwaltet die Website, überwacht die Leistung und verwaltet Lastausgleichs-Tasks. Der Administrator kann auch für die Einrichtung und Pflege mehrerer Serverkonfigurationen für verschiedene Entwicklungsphasen verantwortlich sein, wie z. B. die Test-, Staging- und Produktionsphase. Dieser Aufgabenbereich bearbeitet zudem wichtige Systemdatensicherungen und behebt Leistungsprobleme.

Der Site-Administrator sollte über die folgenden erforderlichen Vorkenntnisse verfügen:

- Know-how in der Datenbankverwaltung
- Know-how in der Web-Server-Verwaltung
- Know-how in der WebSphere Application Server-Verwaltung
- Grundlegendes Know-how für den Einsatz von XML

Der Site-Administrator kann die nachfolgend aufgeführten Tools und Ressourcen verwenden.

Systemverwaltung

Die Komponente zur Systemverwaltung von WebSphere Commerce stellt Zuverlässigkeit, Verfügbarkeit und Wartungsfreundlichkeit für das System bereit. WebSphere Commerce protokolliert Nachrichten, um Administratoren über Unregelmäßigkeiten im System zu informieren. Mit Hilfe der Diagnoseinformationen kann der Administrator die Ursache von Fehlern ermitteln und das vorliegende Problem beheben.

Darüber hinaus stellen der IBM HTTP Server, der WebSphere Application Server sowie DB2 Universal Database Systemverwaltungstools zur Konfiguration, Überwachung und Optimierung bereit.

In diesem Release wurden an der Systemverwaltung mehrere funktionale Erweiterungen vorgenommen:

- Funktionale Erweiterungen der Verwaltung:
 - Systemverwaltungsoptionen können unter Verwendung der Funktion 'Angepasste Installation' von WebSphere Commerce separat installiert werden.
- Funktionale Erweiterungen der Fehlerbestimmung:
 - Das WebSphere Commerce-Tool zur Fehlerbestimmung (Problem Determination, PD) prüft die Richtigkeit der WebSphere Commerce-Installation und -Exemplarerstellung automatisch.
 - JRas, die WebSphere Commerce-Protokollierungsinfrastruktur, wurde mit dem WebSphere Application Server verbunden, um die Verwendung von einheitlichen Tools zu ermöglichen und Protokollierungsdaten im gesamten System in Korrelation zu bringen.

- Erweiterte Nachrichteninformationen, eine vereinte Bibliothek von Erklärungen und Vorschlägen für Aktionen für jede von über 1.300 Commerce-Nachrichten. Diese Informationen wurden in die Onlinehilfefunktion sowie in die Hilfe zu WebSphere Application Server Log Analyzer, WebSphere Studio Application Developer und AST oder die WebSphere Application Server-Administrationskonsole integriert und können daraus abgerufen werden. Alle erweiterten Nachrichten sind in der Onlinehilfefunktion von WebSphere Commerce und von WebSphere Commerce Studio verfügbar.
- Funktionale Erweiterungen der Leistungsüberwachung:
 - Die integrierte Verwendung von WebSphere Application Server PMI (Performance Monitoring Interface) ermöglicht es, dass WebSphere Commerce-Daten über Tivoli Performance Viewer angezeigt werden.

Weitere Informationen zur Systemverwaltung finden Sie im Handbuch *WebSphere Commerce Administration Guide*.

Nachrichtenservice

Der Nachrichtenservice sendet Nachrichten von WebSphere Commerce an Benutzer und Systeme. Er bietet eine allgemeine Nachrichten-API (Application Programming Interface, Anwendungsprogrammierschnittstelle) für unterschiedliche Benachrichtigungsarten. Unterstützt werden unter anderem Broadcast-E-Mails für Händler und Kunden sowie Bestellungsbenachrichtigung über einen SMTP-Server (SMTP = Simple Mail Transfer Protocol). Der Nachrichtenservice stellt außerdem asynchrone Nachrichtenübermittlung über WebSphere MQSeries zur Verfügung.

Das WebSphere Commerce-Nachrichtensystem ermöglicht es WebSphere Commerce, mit der externen Umgebung zu kommunizieren. Diese Kommunikation umfasst das Senden von Nachrichten an Back-End-Systeme oder externe Systeme und das Empfangen von Nachrichten von diesen sowie das Senden von Benachrichtigungen an Kunden und Administratoren, in denen mitgeteilt wird, dass bestimmte Ereignisse in WebSphere Commerce aufgetreten sind. In vergangenen Releases von WebSphere Commerce wurde IBM Common Connector Framework (CCF) für das Nachrichtensystem verwendet. In WebSphere Commerce 5.5 wurde auf den Standard Java 2 Enterprise Edition Connector Architecture (J2EE/CA) migriert, wobei die Funktionalität des Nachrichtensystems dennoch gleich bleibt.

Verwaltungskonsole

Mit Hilfe der Verwaltungskonsole kann ein Site-Administrator Tasks in Zusammenhang mit der Site- und Geschäftskonfiguration ausführen. Der Site-Administrator führt unter Verwendung der Verwaltungskonsole unter anderem folgende Tasks aus:


- Angeben von WebSphere Commerce Payments-Einstellungen
- Konfigurieren von Protokollierung und Trace
- Aktivieren und Inaktivieren von WebSphere Commerce-Komponenten
- Terminieren von Jobs, die für die Site ausgeführt werden
- Aktualisieren von Komponenten der Registrierungsdatenbank

Konfigurationsmanager

Der Konfigurationsmanager schafft und ändert die Infrastruktur, die zur Implementierung und Ausführung von WebSphere Commerce erforderlich ist. Die Schaffung der Infrastruktur umfasst den Erwerb von Informationen über die Position der Datenbank, des Webservers und von WebSphere Commerce Payments. Darüber hinaus gehören dazu alle Informationen, die erforderlich sind, um diese Anwendungen zur Verwendung mit WebSphere Commerce zu konfigurieren. Zu diesem Bereich gehört auch das Ermitteln der Konfigurationsinformationen für Ihre Maschine sowie aller Informationen, die zur Initialisierung der WebSphere Commerce-Anwendung selbst notwendig sind.

Mit dem Konfigurationsmanager kann der Site-Administrator Verwaltungs- und Konfigurations-Tasks ausführen, ohne syntaxgebundene Konfigurationsdateien verwenden zu müssen. Nachfolgend sind einige der Funktionen aufgeführt, die der Site-Administrator ausführen kann:

- Ein WebSphere Commerce-Exemplar erstellen oder löschen
- Die Konfigurationseinstellungen für ein WebSphere Commerce-Exemplar ändern
- Den Web-Server konfigurieren
- Die Datenbank zur Verwendung als Staging-Server konfigurieren
- Parameter für WebSphere Commerce Payments eingeben

 Der Konfigurationsmanager enthält nun Tools zur Erstellung von Oracle-Tabellenbereichen und -Benutzern sowie zur Konfiguration ferner Web-Server.

Außerdem neu in diesem Release ist das Tool Kennwortmanager, das es Benutzern ermöglicht, ihre WebSphere Commerce-Kennwörter zentral zu verwalten.

Weitere Informationen zum Konfigurationsmanager finden Sie im Handbuch *WebSphere Commerce Installation* für Ihre Plattform und Edition.

Verwaltungskonsole für Organisationen

Die Verwaltungskonsole für Organisationen ermöglicht es Ihnen und den Einkäuferadministratoren, die Organisationen, die auf Ihre Website oder Ihr Geschäft zugreifen, zu kontrollieren. Diese einkäuferseitige Schnittstelle gibt dem Einkäuferadministrator die Möglichkeit, die Kunden innerhalb ihrer Organisation sowie die von diesen Kunden aufgegebenen Bestellungen zu genehmigen. Der Einkäuferadministrator hat zudem die Möglichkeit, zu den Mitgliedern der betreffenden Organisation Zugriffsebenen zuzuordnen.

In Version 5.4 wurde die gesamte Funktionalität für die Organisationsverwaltung von der Verwaltungskonsole zur Verwaltungskonsole für Organisationen verschoben. Im aktuellen Release werden die folgenden neuen Funktionen unterstützt:

- Suche nach Organisationen im Menü **Organisationsverwaltung**. In der Organisationsliste werden die Organisationen angezeigt, die die Suchkriterien (z. B. Name oder übergeordnete Organisation) erfüllen.
- Einschließen oder Ausschließen von Mitgliedern in eine bzw. aus einer Gruppe, zu der diese implizit gehören, im Menü **Mitgliederverwaltung**.
- Sperren oder Freigeben einer Organisation im Menü **Mitgliederverwaltung**. Das Sperren einer Organisation verhindert, dass sich untergeordnete Benutzer der betreffenden Organisation anmelden.

Weitere Informationen zur Verwaltungskonsolle für Organisationen finden Sie in der Onlinehilfefunktion und im Handbuch *WebSphere Commerce Administration Guide*.

Informationsquellen

Nachfolgend werden die Produktinformationsquellen für Site-Administratoren aufgelistet:

Installation und Konfiguration

- *WebSphere Commerce Einstieg*
- *WebSphere Commerce Installation*
- *WebSphere Commerce Zusätzliche Software*

Migration

- *WebSphere Commerce Migration Guide*

Sicherheit

- *WebSphere Commerce Security Guide*

Verwaltung

- *WebSphere Commerce Administration Guide*
- *WebSphere Commerce Connectivity and Notification*

Herstellen von Verbindungen zu externen Systemen

- *WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion*

Fehlerbestimmung

- Informationen dazu finden Sie bei den technischen Hinweisen (Technotes) auf der Seite 'Support' (Unterstützung) von WebSphere Commerce.

Aktualisierte Versionen dieser Veröffentlichungen sind auf der Seite 'Technical Library' (Technische Bibliothek) von WebSphere Commerce verfügbar.

Teil 4. Ausführen des virtuellen Schaufensters

Dieser Teil des vorliegenden Handbuchs bietet eine Einführung in die Haupt-Tasks, die beim normalen täglichen Betrieb Ihres virtuellen Schaufensters ausgeführt werden müssen. Zur Ausführung der in diesem Abschnitt beschriebenen Tasks verwenden Sie das browserbasierte Tool WebSphere Commerce Accelerator.

Mit WebSphere Commerce Accelerator können Sie Onlinegeschäfte, Hubs und Kataloge verwalten, indem Sie verschiedene Geschäftsoperationen von der Verwaltung der Darstellung und Funktionsweise Ihres Geschäfts sowie der Erstellung und Verwaltung von Bestellungen bis hin zur Überwachung der Geschäftsaktivitäten ausführen.

Wenn Sie dazu berechtigt sind, mit mehreren Geschäften zu arbeiten, müssen Sie das Geschäft und die Sprache auswählen, mit denen Sie arbeiten möchten, wenn Sie sich bei WebSphere Commerce Accelerator anmelden. Wenn Sie dazu berechtigt sind, mit einem einzigen Geschäft zu arbeiten, ist der Name dieses Geschäfts bei der Anmeldung bereits ausgewählt. Darüber hinaus können Sie die Sprache auswählen, mit der Sie arbeiten möchten, wenn das Geschäft mehr als eine Sprache unterstützt. Wenn Ihnen ein Aufgabenbereich mit Verpflichtungen im Bereich Bestellabwicklung zugeordnet wurde, können Sie außerdem auch das Fulfillment-Center auswählen, das dem betreffenden Geschäft zugeordnet ist, wenn Sie sich anmelden.

Tasks, für deren Ausführung Sie in Ihrem Aufgabenbereich berechtigt sind, werden in den Menüs auf der WebSphere Commerce Accelerator-Homepage angezeigt. Diese Tasks basieren auf Benutzeraufgabenbereichen, Berechtigungsstufen, dem Geschäftsmodell und dem Geschäftstyp.

Die folgenden Geschäftsmodelle und Geschäftstypen werden von WebSphere Commerce Accelerator unterstützt. Je nach Ihrem Benutzeraufgabenbereich bei der Anmeldung bei WebSphere Commerce Accelerator werden auf der Homepage verschiedene Menüs und Menüoptionen angezeigt, auf die Sie zugreifen können.

- Consumer Direct-Sicht
- B2B Direct-Sicht
- Wertschöpfungskettensichten:
 - Katalogressourcengeschäft
 - Hosting:
 - Hosting-Hub
 - Hosting-Schaufensterressourcengeschäft
 - Hostinggeschäft
 - Bedarfskette:
 - Bereichshub
 - Reseller-Schaufensterressourcengeschäft
 - Hostinggeschäft für Reseller
 - Lieferkette:
 - Lieferantenhub
 - Lieferantenressourcengeschäft
 - Hostinggeschäft für Lieferanten

Rufen Sie die folgende URL auf:
`https://hostname:8000/accelerator`

Dabei ist `hostname` der Name des WebSphere Commerce-Servers.

Kapitel 8. Verwalten von Lagerbestand

In diesem Kapitel werden zentrale Tasks beschrieben, die bei der Einrichtung des Lagerbestandssystems und zur Verwaltung des Lagerbestands im Fulfillment-Center erforderlich sind. Mehrere verschiedene Aufgabenbereiche oder Arten von Benutzern arbeiten im Fulfillment-Center mit Lagerbestand. In jedem Abschnitt wird ein bestimmter Aufgabenbereich beschrieben.

► **B2C** **Verarbeitungsmanager** oder ► **B2B** **Logistikmanager**

- Pflegen von Daten zu Fulfillment-Centern
- Pflegen von Rückgabegründen
- Rückgabeverwaltungsberichte

Einkäufer

- Pflegen von Lieferantendaten
- Pflegen von Produktinformationen
- Verwalten von erwartetem Lagerbestand

Empfänger

- Empfangen von erwartetem Lagerbestand
- Korrigieren der Lagerbestandsmenge
- Erstellen eines Spontanbelegs für Lagerbestand
- Empfangen von zurückgegebenen Artikeln

Rückgabeadministrator

- Disposition von zurückgegebenen Artikeln

Festlegen, wie Lagerbestand verwaltet werden soll

Lagerbestand umfasst alles, was in einem Fulfillment-Center physisch vorhanden ist. Es gibt spezifische Definitionen für Arten von Lagerbestand, für die die Abwicklung ausgeführt werden kann, wie Artikel, Produkte, Artikelnummern, Bundles, Pakete und dynamische Kits. Alle diese Arten gelten jedoch als Lagerbestand. Im Verlauf der Installations- und Planungsphase Ihrer Site sollte der

► **B2C** **Verarbeitungsmanager** oder ► **B2B** **Logistikmanager** mit dem Team zur Geschäftsentwicklung zusammenarbeiten, damit gemeinsam eine geeignete Methode zur Verwaltung von Lagerbestand ermittelt werden kann.

WebSphere Commerce unterstützt die folgenden Methoden zur Verwaltung von Lagerbestand:

- Verwenden Sie die ATP-Tools (Available to Promise) in WebSphere Commerce Accelerator, um Lagerbestand zu verfolgen und zu verwalten.

Diese Methode betrifft nur Lagerbestand, der über Ihr Onlinegeschäft verkauft wird. WebSphere Commerce ignoriert alle anderen Methoden zum Verkauf Ihrer Produkte.

- Verwenden Sie ein externes System, um Lagerbestand zu verfolgen und zu verwalten.

Bei dieser Methode konfiguriert die Site WebSphere MQSeries und das Nachrichtensystem für die Kommunikation zwischen WebSphere Commerce und dem Fulfillment-Center.

- Verwenden Sie WebSphere Commerce ohne ATP-Unterstützung (Available to Promise).

Wenn Sie in vorangegangenen Produkt-Releases Task-Befehle, wie beispielsweise die Befehle ResolveFulfillmentCenter, CheckInventory, UpdateInventory und ReverseUpdateInventory, als Schnittstelle zu Ihrem eigenen Lagerbestandssystem verwendet haben, können Sie die standardmäßigen Task-Befehlsimplementierungen für diese Befehle aus Gründen der Abwärtskompatibilität weiterhin benutzen. Das WebSphere Commerce-System ermittelt mit Hilfe einer Einstellung einer Konfigurationsmarkierung, welche Gruppe von Schnittstellen verwendet werden soll.


Wenn für Ihre Site eine der ersten beiden Methoden verwendet wird, verfügen Sie über die Tools, mit deren Hilfe Sie wissen, welcher Lagerbestand ATP (Available to Promise) ist. ATP stellt einen Mechanismus bereit, mit dem sichergestellt wird, dass Verpflichtungen, die Kunden gegenüber eingegangen wurden, auf Informationen basieren, die ein Verkäufer über erwarteten Lagerbestand hat, sowie auf Lagerbestand, der momentan verfügbar ist. Sie können Datensätze zum erwarteten Lagerbestand verwalten (Erwartung des Eintreffens von Lagerbestand von einem Lieferanten bei einem Fulfillment-Center) und Lagerbestand verfolgen und verwalten.

Zuordnen von Lagerbestand

Verfügbarer Lagerbestand wird durch Prüfen aller Belege für einen Artikel, die für ein bestimmtes Geschäft verfügbar sind, sowie durch Miteinbeziehen von Lagerbestand ermittelt, der reserviert (für eine Auktion oder einen anderen Zweck) oder für eine Bestellung mit Lieferrückstand zugeordnet wurde.

Verwalten von Lagerbestand mit WebSphere Commerce Accelerator

WebSphere Commerce bietet Ihnen folgende Tools zur Verwaltung von Lagerbestand:

- Eine Schnittstelle zur Lagerbestandsverwaltung ermöglicht das Verfolgen und Verwalten von Produktlagerbestand.
- Aktualisieren des Produktlagerbestands in Echtzeit, wenn Produkte von Kunden bestellt oder zurückgegeben werden.
 - Kunden können sehen, ob sich Produkte aus ihrer Bestellung momentan im Lieferrückstand befinden. Auf der Basis dieser Informationen können sie sich entscheiden, ob sie ihre Bestellung stornieren oder aufteilen.
 - Kundendienstmitarbeiter oder Bearbeiter des Kundenkontos können sehen, ob sich Produkte momentan im Lieferrückstand befinden, wenn sie das Notizbuch **Kundenbestellung aufgeben** verwenden.
 - Der  Verkaufsmanager und der Einkäufer können den Lagerbestandsstatus sehen, indem sie den Bericht **Lagerbestandsstatus** ausführen. Informationen dazu finden Sie auf Seite 124.



- Unterstützung für Bestellungen mit Lieferrückstand.
 - Um für bestimmte Bestellungen Lieferrückstand zuzulassen, wählt der Produktmanager im Notizbuch **Produkt** auf der Seite **Auftragserfüllung für Produkt** die Option **Bestellungen mit Lieferrückstand zulassen** aus.
 - Der Produktmanager kann auch für ein bestimmtes Produkt einen Lieferrückstand erzwingen. Dazu muss er im Notizbuch **Produkt** auf der Seite **Auftragserfüllung für Produkt** die Option **Bestellungen mit Lieferrückstand erzwingen** angeben.
 - Um anzuzeigen, welche Produkte sich in Bestellungen mit Lieferrückstand befinden, müssen Sie den Bericht **Produkte in Bestellungen mit Lieferrückstand** ausführen. Informationen dazu finden Sie auf Seite 124.
- Erstellen eines Datensatzes zum erwarteten Lagerbestand.
- Erstellen von Spontanbelegen für Lagerbestand für ein Fulfillment-Center.
- Empfangen von Lagerbestand für einen Beleg für erwarteten Lagerbestand für ein Fulfillment-Center.
- Prüfen, ob ein Beleg für erwarteten Lagerbestand vollständig ist.

Einrichten des Lagerbestandssubsystems

Um die Lagerbestands- und ATP-Funktionen in Ihrem Geschäft zu nutzen, müssen die folgenden Funktionen definiert werden:

- Fulfillment-Center
- Bestandskorrekturcodes (Informationen dazu sind im Handbuch *WebSphere Commerce Store Development Guide* enthalten)
- Ursachencodes für Rückgaben
- Lieferanten
- Produkte

Fulfillment-Center

Fulfillment-Center werden von Geschäften als Lagerbestands-Warehouses sowie als Center für den Versand und den Empfang von Waren verwendet. Einem Geschäft können ein oder mehrere Fulfillment-Center zugeordnet werden. In WebSphere Commerce Accelerator wählt ein Benutzer mit dem Aufgabenbereich eines Verkäufers,  **B2C** Verarbeitungsmanagers oder  **B2B** Logistikmanagers, Einkäufers, Rückgabeadministrators, Empfängers oder Entnahmepackers bei der Anmeldung ein Fulfillment-Center aus. Sie können ohne Abmelden zu einem anderen Fulfillment-Center wechseln, indem Sie das Symbol in der oberen linken Ecke von WebSphere Commerce Accelerator anklicken.

Der  **B2C** Verarbeitungsmanager oder  **B2B** Logistikmanager kann ein Fulfillment-Center anzeigen, erstellen, ändern oder löschen.

Lieferanten

Ein Lieferant ist eine Organisation, von der Ihr Geschäft Artikel kauft. Lieferanten werden vom Einkäufer definiert. Der Einkäufer kann eine Liste mit allen Lieferanten anzeigen, einen neuen Lieferanten erstellen, einen bestehenden Lieferanten ändern und einen Lieferanten löschen.

Um einen neuen Lieferanten zu erstellen, müssen Sie die folgenden Informationen bereitstellen: Name und Adresse des Lieferanten, Kontaktinformationen des Lieferanten.

Datensätze zum erwarteten Lagerbestand werden auf der Seite **Erwarteter Lagerbestand** nach Lieferant, externer ID (normalerweise eine Bestellnummer) und Bestelldatum angezeigt.

Produkte

Bevor im Fulfillment-Center Lagerbestand empfangen werden kann, muss ein entsprechender Produktdatensatz vorhanden sein. Produktdatensätze werden bei der Erstellung des Geschäfts erstellt. Der Produktmanager kann unter Verwendung von WebSphere Commerce Accelerator Produkte erstellen und aktualisieren. Weitere Informationen dazu finden Sie in Kapitel 9, „Verwalten des Katalogs“, auf Seite 65.

Verwalten von Lagerbestand

In diesem Abschnitt wird der Zyklus vom Aufzeichnen von erwartetem Lagerbestand bis zum Empfang des Lagerbestands und seiner Klassifizierung als verfügbarem Lagerbestand beschrieben. Lagerbestand kann über eine der folgenden Methoden empfangen werden:

- Erwarteter Lagerbestand, der über einen zugeordneten Datensatz zum erwarteten Lagerbestand verfügt
- Spontanlagerbestand oder Lagerbestand, der nicht wie erwartet aufgezeichnet wurde

Datensätze zum erwarteten Lagerbestand

Ein Datensatz zum erwarteten Lagerbestand listet Artikel auf, deren Empfang ein Fulfillment-Center erwartet. Jeder Datensatz zum erwarteten Lagerbestand enthält folgende Informationen: Name des Lieferanten, Bestelldatum, Details zum Lagerbestand und optional eine externe ID. Details zum Lagerbestand enthalten Informationen, wie z. B. die Artikelnummer des Produkts, das Fulfillment-Center, erwartetes Datum, Menge, Maßeinheit und Kommentare. Ein Datensatz zum erwarteten Lagerbestand kann Informationen zu einem oder mehreren Produkten enthalten. Der Einkäufer kann Datensätze zum erwarteten Lagerbestand anzeigen, ändern, hinzufügen, schließen, empfangen und löschen.

Ein Datensatz zum erwarteten Lagerbestand kann nicht gelöscht werden, wenn dafür Lagerbestand empfangen wurde, und Details zum erwarteten Lagerbestand können nicht geändert oder gelöscht werden, wenn ein beliebiger Teil dieses Lagerbestands empfangen wurde.



Wenn Bestellungen für Lagerbestand erteilt werden, der in einem Fulfillment-Center verfügbar ist, ordnet WebSphere Commerce diesen Bestellungen Lagerbestand zu. Wenn Lagerbestand zu einer Bestellung zugeordnet wird, ist er für das Bestellsystem nicht mehr verfügbar. Wenn die Bestellung storniert wird, wird der Lagerbestand wieder verfügbar.

Wenn eine Bestellung für Lagerbestand erteilt wird, der nicht verfügbar ist, kann eine Bestellung mit Lieferrückstand erstellt werden. Wenn erwarteter Lagerbestand vorhanden ist, der zur Abwicklung der Bestellung verwendet werden könnte, wird Lagerbestand über einen Datensatz zum erwarteten Lagerbestand zugeordnet.

Spontanbelege für Lagerbestand

Spontanbelege für Lagerbestand werden erstellt, wenn bei einem Fulfillment-Center Lagerbestand ohne einen entsprechenden Datensatz zum erwarteten Lagerbestand ankommt. Ursache dafür kann die Ankunft von unerwartetem Lagerbestand sein, oder der Verkäufer kann beschließen, zur Aufzeichnung von Lagerbelegen keine Datensätze zum erwarteten Lagerbestand zu verwenden.

Schrittweises Vorgehen

Mögliche Aktionen		Siehe Abschnitt...
Anwendungsentwickler	Verstehen und Konfigurieren des Lagerbestandssystems	<i>Inventory assets</i> im Handbuch <i>WebSphere Commerce Store Development Guide</i>
	Verstehen, wie das Lagerbestandssystem in einem Geschäft implementiert ist	<i>WebSphere Commerce Sample Store Guide</i>
	Verstehen des Datenmodells und wie es zum Lagerbestand und zur Bestellabwicklung in Beziehung steht	<i>Datenmodell</i> in der <i>WebSphere Commerce Studio-Onlinehilfefunktion</i>
 B2C Verarbeitungsmanager oder  B2B Logistikmanager	Arbeiten mit Lagerbestands- und Bestellabwicklungsmerkmalen in WebSphere Commerce Accelerator	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Fulfillment-Center</i> • <i>Freigaben und Lieferungen</i> • <i>Bestandskorrekturen</i> • <i>Spontanbelege für Lagerbestand</i> in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion

Kapitel 9. Verwalten des Katalogs

In diesem Kapitel werden die folgenden Tasks beschrieben:

- Verwalten von Kategorien
- Verwalten von Produkten

In WebSphere Commerce sind die primären Tools zur Erstellung und Verwaltung von Katalogdaten das Loader-Paket und die Tools zur Produktverwaltung in WebSphere Commerce Accelerator. Weitere Informationen zur Verwendung des Loaderpakets zur Erstellung eines Katalogs finden Sie in Kapitel 6, „Erstellen des Onlinekatalogs“, auf Seite 43. Dieses Tool wird vom Site-Administrator ausgeführt. Der Produktmanager und der Kategoriemanager können Produkte aktualisieren, wofür sie die Tools verwenden, die in WebSphere Commerce Accelerator bereitgestellt werden. Im Lieferumfang von WebSphere Commerce Accelerator ist außerdem ein Tool zum Hochladen von Katalogdaten aus einer CSV-Datei (Comma Separated Value, durch Kommata getrennte Werte) enthalten.

Kategorieverwaltung

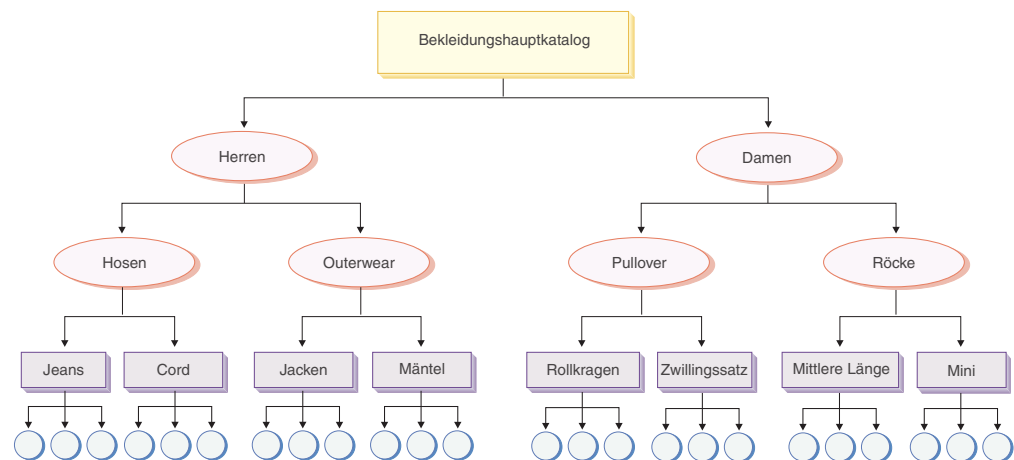
Der Kategoriemanager verwaltet die Kategoriehierarchie, indem er Kategorien erstellt, ändert und löscht.

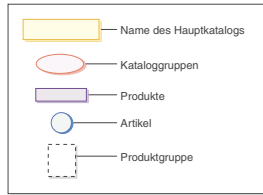
Der Hauptkatalog ist das wichtigste Tool zur Verwaltung der Artikel in Ihrem Geschäft. Er enthält alle Kataloginformationen, die für das Geschäft erforderlich sind. Er ist der einzige Katalog, der alle Katalogeinträge enthält. In WebSphere Commerce ist der Katalog mehrsprachig, das heißt, die Beschreibungen, Attribute und Bilder können je nach Sprache unterschiedlich sein.

Welche Katalogstruktur in Ihrem Geschäft verwendet wird, hängt vom Geschäftsmodell des Geschäfts ab.

Der Hauptkatalog in einem Consumer Direct-Geschäft

Wenn Sie zum Anzeigen Ihres Katalogs das Tool zur Produktverwaltung verwenden, wird für Sie eine Darstellung des Hauptkatalogs bereitgestellt.

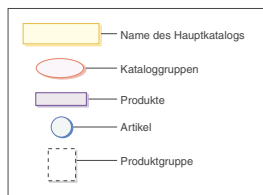
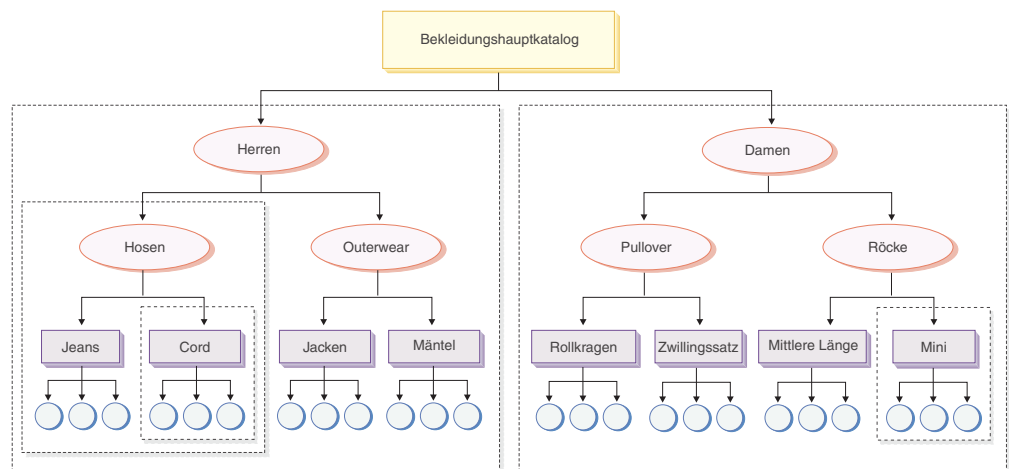




Dieser Teil des Hauptkatalogs enthält eine grundlegende Navigation für ein Geschäft, das Kleidung für Damen und Herren enthält. Unterhalb der beiden obersten oder übergeordneten Kataloggruppen sind weitere Kataloggruppen (Hosen, Outerwear, Pullover und Röcke) und dann Produkte (Jeans, Cord, Jacken, Mäntel, Rollkragen, Zwillingssatz, Mittlere Länge und Mini) und die zugeordneten Artikelnummern angeordnet.

Der Hauptkatalog in einem Business Direct-Geschäft

Wenn Sie zum Anzeigen Ihres Katalogs das Tool zur Produktverwaltung verwenden, wird für Sie eine Darstellung des Hauptkatalogs bereitgestellt.



Dieser Teil des Hauptkatalogs enthält eine grundlegende Navigation für ein Geschäft, das Kleidung für Damen und Herren enthält. Unterhalb der beiden obersten oder übergeordneten Kataloggruppen sind weitere Kataloggruppen (Hosen, Outerwear, Pullover und Röcke) und dann Produkte (Jeans, Cord, Jacken, Mäntel, Rollkragen, Zwillingssatz, Mittlere Länge und Mini) und die zugeordneten Artikelnummern angeordnet.

Dieser Abschnitt des Hauptkatalogs enthält Produktgruppen, die den Katalog in logische Untergruppen aufteilen, wodurch Sie die Möglichkeit erhalten, verschiedene Teile des Katalogs für verschiedene Vertragsteilnehmer anzuzeigen. Produktgruppen können für die folgenden Zwecke verwendet werden:

1. Anpassen des Preises von Produkten innerhalb einer Preisliste.
2. Aufnehmen oder Ausschließen von Teilen des Hauptkatalogs für einen Vertrag. Dies wird als *Berechtigung* oder als *Produktauswahleinschränkungen* bezeichnet.

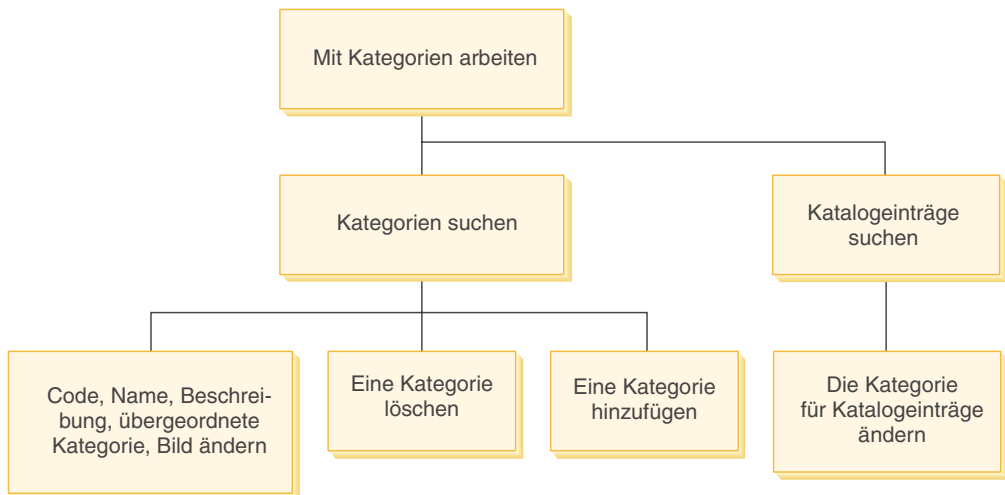
Eine Preislistenrichtlinie gibt die Preise für eine Gruppe von Produkten an. Diese Preise können in mehreren Währungen vorliegen. Die Preislistenrichtlinie kann Preise auf Mengebasis enthalten. WebSphere Commerce erstellt eine einzige Preisliste für alle Produkte im Hauptkatalog eines Geschäfts. Die Preislistenrichtlinie ist die Basispreisgestaltung für alle Produkte im Hauptkatalog. Verträge verweisen auf die Preislistenrichtlinie. Der betreffende Vertrag kann prozentuale Anpassungen gegenüber dem Basispreis anbieten. Mit Hilfe von Verträgen können Kundenorganisationen von einem Geschäft oder einer Gruppe von Geschäften für einen festgelegten Zeitraum und unter bestimmten Bedingungen Produkte zu einem festgelegten Preis erwerben. Auf jede Produktgruppe kann durch einen oder mehrere Verträge verwiesen werden. In diesem Fall kann eine Gruppe von Benutzern die Produktgruppe inklusive der Hosen anzeigen, wohingegen eine andere die Produktgruppe inklusive Cord anzeigen kann usw. Benutzer können an mehr als einem Vertrag teilnehmen.

Verwalten von Kategorien

Sie können die Kategorien und die Kategoriehierarchie für den Katalog anzeigen. Durch das Anzeigen der Überordnungs- und Unterordnungszuordnungen zwischen Kategorien können Sie ermitteln, an welchen Stellen möglicherweise weitere Kategorien erforderlich sind und an welchen Stellen bestehende Kategorien geändert oder gelöscht werden müssen. Wenn Sie beispielsweise eine Kategorie für Musikvideos hinzufügen wollen, können Sie die Liste der Kategorien überprüfen, um festzustellen, ob die neue Kategorie eine übergeordnete Kategorie sein muss oder ob sie zu einer bestehenden Kategorie zugeordnet werden sollte.

In WebSphere Commerce verfügen Sie über eine unbegrenzte Anzahl von Hierarchieebenen.

Eine Kategorie ist eine Gruppe von Objekten, die über ähnliche Eigenschaften verfügen. Kategorien werden dazu verwendet, Produkte oder Dienstleistungen zu organisieren, die in einem Geschäft angeboten werden. Der Kategoriemanager kann Kategorien erstellen, suchen, auflisten, ändern und löschen. Sie können Produkte und Artikelnummern unter verschiedenen übergeordneten Kategorien klassifizieren.



Schrittweises Vorgehen

Mögliche Aktionen		Siehe Abschnitt...
Kategoriemanager	<ul style="list-style-type: none"> • Erstellen einer Kategorie • Ändern einer Kategorie • Ändern der übergeordneten Kategorie für eine untergeordnete Kategorie • Löschen einer Kategorie 	"Mit dem Katalog arbeiten" in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion
Kategoriemanager Produktmanager	Ändern einer Kategorie, unter der ein Katalogeintrag angezeigt wird	"Mit dem Katalog arbeiten" in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion
Kategoriemanager	Erstellen einer Produktgruppe	"Eine Kategorie zur Verwendung durch einen Vertrag auswählen" in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion

Katalog

Kataloggeschäftsrichtlinien definieren den Bereich und die Kerndaten der Produkte, die zum Verkauf stehen. Dies umfasst auch Preise und die Kategorisierung im Hauptkatalog des betreffenden Geschäfts. Sie können die folgenden Kataloggeschäftsrichtlinien erstellen:

Produktverwaltung

Der Begriff Produktverwaltung bezieht sich auf den Prozess des Verwaltens von Katalogeinträgen. In WebSphere Commerce gibt es folgende verschiedenen Typen von Katalogeinträgen:

Produkte

Produkte dienen als Schablonen für Artikelnummern, die einzelnen Artikel, die letztendlich an einen Kunden verkauft werden. Mit dem Assistenten **Produkt** können Sie für Ihren Katalog neue Produkte erstellen. Verwenden Sie das Notizbuch **Produkt**, um Produktdetails, wie Namen, Beschreibungen und Bilder, anzuzeigen oder zu ändern oder Produkte aus dem Katalog zu löschen. Für jedes Produkt können Produktsteuern, Rabatte und Versandkategorien aktualisiert und Versandmaßeinheiten hinzugefügt werden. Darüber hinaus können auch Bestellabwicklungsoptionen für das Produkt angepasst werden, wie z. B. die Protokollierung von Lagerbestand oder das Nachliefern eines Produkts für eine Bestellung.

Artikelnummern

Wenn Sie Ihr Produkt erstellt haben, müssen Sie für jeden bestellbaren Artikel, der zum Verkauf steht, Artikelnummern erstellen. Alle Artikelnummern, die sich auf ein bestimmtes Produkt beziehen, verfügen über dieselbe Attributgruppe und lassen sich durch ihre Attributwerte unterscheiden. Erstellen Sie Artikelnummern mit dem Assistenten **Artikelnummer**. Alternativ dazu können Sie Artikelnummern für ein Produkt auch automatisch generieren lassen, wenn Sie alle erforderlichen Produktattribute erstellt haben. Mit Hilfe des Notizbuchs **Artikelnummer** können Sie Details von Artikelnummern, wie Namen, Beschreibungen und Bilder, anzeigen oder ändern und Artikelnummern aus dem Katalog löschen.

Für jede Artikelnummer können die Umsatzsteuer, Rabatte und Versandkategorien aktualisiert und Versandmaßeinheiten hinzugefügt werden.

Bundles und Kits

Bundles und Kits sind Gruppierungen von Katalogeinträgen. Die Katalogeinträge in Bundles und Kits werden für Werbezwecke verwendet und werden so gruppiert, dass sie das Interesse von Kunden wecken.

Prebuilt Kit

Eine Gruppe von Katalogeinträgen, die nicht einzeln verkauft werden können. Ein Prebuilt Kit eines Computers kann beispielsweise eine bestimmte Zentraleinheit sowie einen bestimmten Monitor und ein bestimmtes Festplattenlaufwerk enthalten. Ein Prebuilt Kit verfügt über einen eigenen Preis und kann zum Einkaufskorb hinzugefügt werden. Wenn ein Prebuilt Kit zum Einkaufskorb hinzugefügt wurde, können Sie seinen Inhalt nicht ändern. Ein Prebuilt Kit wird ähnlich wie ein Produkt betrachtet und verfügt über definierende Attribute.

In der folgenden Abbildung wird ein Kit im Beispielgeschäft FashionFlow gezeigt.

The screenshot shows a web browser window displaying the FashionFlow website. The browser title is "Produkt - Microsoft Internet Explorer". The address bar shows the URL: <https://vtx416a.torolab.ibm.com/webapp/wcs/stores/servlet/ProductDisplay?catalogId=10001&storeId=10001&productId=10759&langId=-3&parent>.

The website header includes the FashionFlow logo and navigation links: EINKAUFSKORB, MEIN KONTO, MEINE COUPONS, KONTAKTIEREN SIE UNS, HILFE, ABMELDEN. Below the header are links for Home, Herren, Damen, and Neue Trends.

On the left side, there are sections for language selection (EINE SPRACHE AUSWÄHLEN) with "Deutsch" selected, currency selection (EINE WÄHRUNG AUSWÄHLEN) with "Euro" selected, a search bar (SUCHEN) with "Erweiterte Suche" link, and a "RABATTE" section with a link to register for coupons.

The main content area displays the product "Träger-Top und Rock im Set". The description states: "Diese Kombination aus Baumwoll-Top und -Rock sorgt für unbeschwerte Sommerlaune. In vielen Farbkombinationen erhältlich. Summe: € 49,28".

Two product images are shown: a yellow tank top and a purple skirt. For the tank top, the size is set to "S" and the color to "Weiß". For the skirt, the size is set to "8" and the color to "Grau".

Below the images, there is a quantity selector set to "1". Two buttons are present: "Dem Einkaufskorb hinzufügen" and "Zur Wunschliste hinzufügen".

The footer contains navigation links: Home | Einkaufskorb | Mein Konto | Meine Coupons | Kontaktieren Sie uns | Datenschutz | Hilfe.

Beachten Sie, dass der Kunde keine Artikelnummern aus dem Kit entfernen kann.

The screenshot shows the 'Einkaufskorb' (Shopping Cart) page of the FashionFlow website. The browser is Microsoft Internet Explorer. The page header includes navigation links like 'EINKAUFSKORB', 'MEIN KONTO', 'MEINE COUPONS', 'KONTAKTIEREN SIE UNS', 'HILFE', and 'ABMELDEN'. The main content area is titled 'Einkaufskorb' and displays the items in the cart. The items are listed in a table with columns for 'Menge', 'Artikel', 'Preis', and 'Summe'. Each item has a quantity of 1 and an 'Entfernen' (Remove) link. The total amount is €195,07, and there is a button to 'Gesamtsummen aktualisieren' (Update total). At the bottom, there are buttons for '< Weiter einkaufen' (Continue shopping), 'Schnellkasse >' (Express checkout), and 'Zur Kasse >' (Go to checkout).

Menge	Artikel	Preis	Summe	
1	Kapuzen-Sweat-Jacke Größe: XL Farbe: Denim	€ 42,82	€ 42,82	Entfernen
1	Flanellhemd Größe: M Farbe: Lila	€ 37,21	€ 37,21	Entfernen
1	Träger-Top und Rock im Set Top-Größe: S Farbe: Weiß Rockgröße: 8 Farbe: Grau	€ 49,28	€ 49,28	Entfernen
1	Klassischer Gürtel Größe: 28 Farbe: Schwarz	€ 35,14	€ 35,14	Entfernen
1	Klassische Brieftasche Farbe: Schwarz	€ 30,62	€ 30,62	Entfernen
Zwischensumme:			€ 195,07	Gesamtsummen aktualisieren

Bundle

Eine Gruppe von Katalogeinträgen, die es Kunden ermöglicht, mehrere Artikel mit einem Klick zu erwerben. Wenn ein Bundle für einen Computer beispielsweise aus einer Zentraleinheit, einem Monitor, einem Festplattenlaufwerk und einem CD-ROM-Laufwerk besteht, können diese Komponenten einzeln verkauft werden. Der Preis eines Bundles setzt sich aus dem Preis der verschiedenen Katalogeinträge zusammen, die darin enthalten sind. Ein Bundle kann nicht direkt erworben werden.

In der folgenden Abbildung wird ein Bundle im Beispielgeschäft FashionFlow gezeigt.

FashionFlow

[EINKAUFSKORB](#) | [MEIN KONTO](#) | [MEINE COUPONS](#) | [KONTAKTIEREN SIE UNS](#) | [HILFE](#) | [ABMELDEN](#)

[Home](#) | [Herren](#) | [Damen](#) | [Neue Trends](#)

EINE SPRACHE AUSWÄHLEN
Deutsch

EINE WÄHRUNG AUSWÄHLEN
Euro

SUCHEN

[Erweiterte Suche](#)

RABATTE
Registrieren Sie sich jetzt für die Zusendung von Coupons und Rabatten!

Legere Kombination

Diese Kombination bestehend aus Hemd, Hose und Gürtel ist der perfekte Begleiter für weniger offizielle Tage im Büro. Als besonderes Highlight gehört noch eine formschöne Lederbrieftasche dazu.

Festliches Hemd
€ 48,30

Festliches Hemd aus 100% Baumwolle mit klassischem Hemdkragen und einfachen Nähten. Sieht mit und ohne Krawatte hervorragend aus! Maschinenwäsche.

Menge:

Größe:

Farbe:

Klassische Baumwollhose
€ 42,27

Tragen Sie diese bequeme und schicke Hose aus 100% Baumwolle zur Arbeit. Zwei geknöpfte Gesäßtaschen, Reißverschluss und Gürtelschlaufen. Vorgewaschen. Maschinenwäsche.

Menge:

Farbe:

Größe:

Klassische Brieftasche
€ 30,62

Diese klassische Brieftasche aus Leder ist mit einem Klarsichtfach für Ausweise, einem Münzfach und sechs Kartenfächern ausgestattet.

Menge:

Farbe:

Klassischer Gürtel
€ 35,14

Dieser klassische Gürtel sieht zu Ihren Lieblingsjeans ebenso toll aus wie zu Ihrem Business-Outfit. Er ist ca. 3,8 cm breit und aus Strukturleder mit einer soliden Nickelschließe gefertigt.

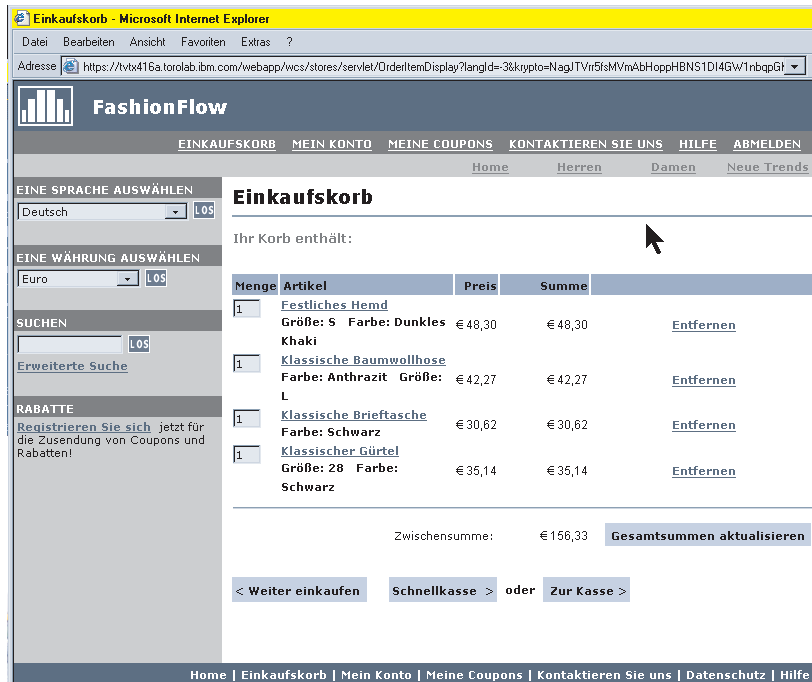
Menge:

Größe:

Farbe:

[Home](#) | [Einkaufskorb](#) | [Mein Konto](#) | [Meine Coupons](#) | [Kontaktieren Sie uns](#) | [Datenschutz](#) | [Hilfe](#)

Beachten Sie, dass der Kunde eine oder mehrere Artikelnummern aus dem Bundle entfernen kann.



Statische Kits

Ein statischer Kit ist eine Gruppe von Produkten, die als Einheit bestellt werden. Die Informationen zu den Produkten, die in einem statischen Kit enthalten sind, werden in WebSphere Commerce vordefiniert und gesteuert. Die einzelnen Komponenten in der Bestellung können nicht geändert werden. Ihre Bestellabwicklung muss gemeinsam erfolgen. Ein statischer Kit ist im Lieferrückstand, wenn darin enthaltene Komponenten nicht verfügbar sind.

Dynamische Kits

Ein dynamischer Kit ist eine bestellbare Artikelnummer, die aus einer oder mehreren Artikelnummern oder Komponenten besteht. Die Definition der Komponenten, aus denen sich der Kit zusammensetzt, ist erst dann bekannt, wenn der Kit bestellt und konfiguriert wurde. Daher kommt der Name dynamischer Kit.

Einige Katalogeinträge können auch über Attribute verfügen. Zwei Attributtypen werden unterschieden:

Definierende Attribute

Definierende Attribute sind Eigenschaften von Artikelnummern in einem Onlinegeschäft, wie Farbe oder Größe. Attributwerte sind die Eigenschaft eines Attributs, wie z. B. eine bestimmte Farbe (blau oder gelb) oder Größe (M). Attributwerte müssen vordefiniert werden, bevor sie zu Artikelnummern zugeordnet werden können. Attributwerte sind implizit mit ihren Attributen verwandt. Jede mögliche Kombination von Attributen und Attributwerten entspricht einer neuen Artikelnummer. Nach dem Erstellen von Attributen und ihren Werten können Sie Informationen wie den Namen, die Beschreibung und den Typ (Text, ganze Zahlen oder Dezimalzahlen) aktualisieren. Definierende Attribute werden außerdem für die Auflösung von Artikelnummern verwendet.

Beschreibende Attribute

Beschreibende Attribute sind einfach zusätzliche Beschreibungen. Beispielsweise sollten bestimmte Kleidungsstücke nur chemisch gereinigt, nicht gewaschen werden. Ein beschreibendes Attribut kann die Bedingung 'Nur chemische Reinigung' angeben. Ein anderes Beispiel sind Elektronikgeräte, für die jeweils nur bestimmte Batterietypen verwendet werden können. Beschreibende Attribute werden nicht für die Auflösung von Artikelnummern verwendet.

Merkmale von Produkten, Artikelnummern, Bundles und Kits

In WebSphere Commerce Accelerator können Katalogeinträge die folgenden Merkmale enthalten:

Anmerkung: Beachten Sie, dass dynamische Kits in den Tools zur Produktverwaltung angezeigt aber nicht erstellt werden können. Statische Kits werden erst als Prebuilt Kits erstellt (und können in den Tools zur Produktverwaltung nur als solche angezeigt werden). Danach kann der Site-Administrator das betreffende Prebuilt Kit in einen statischen Kit ändern, indem er einen SQL-Befehl ausführt.

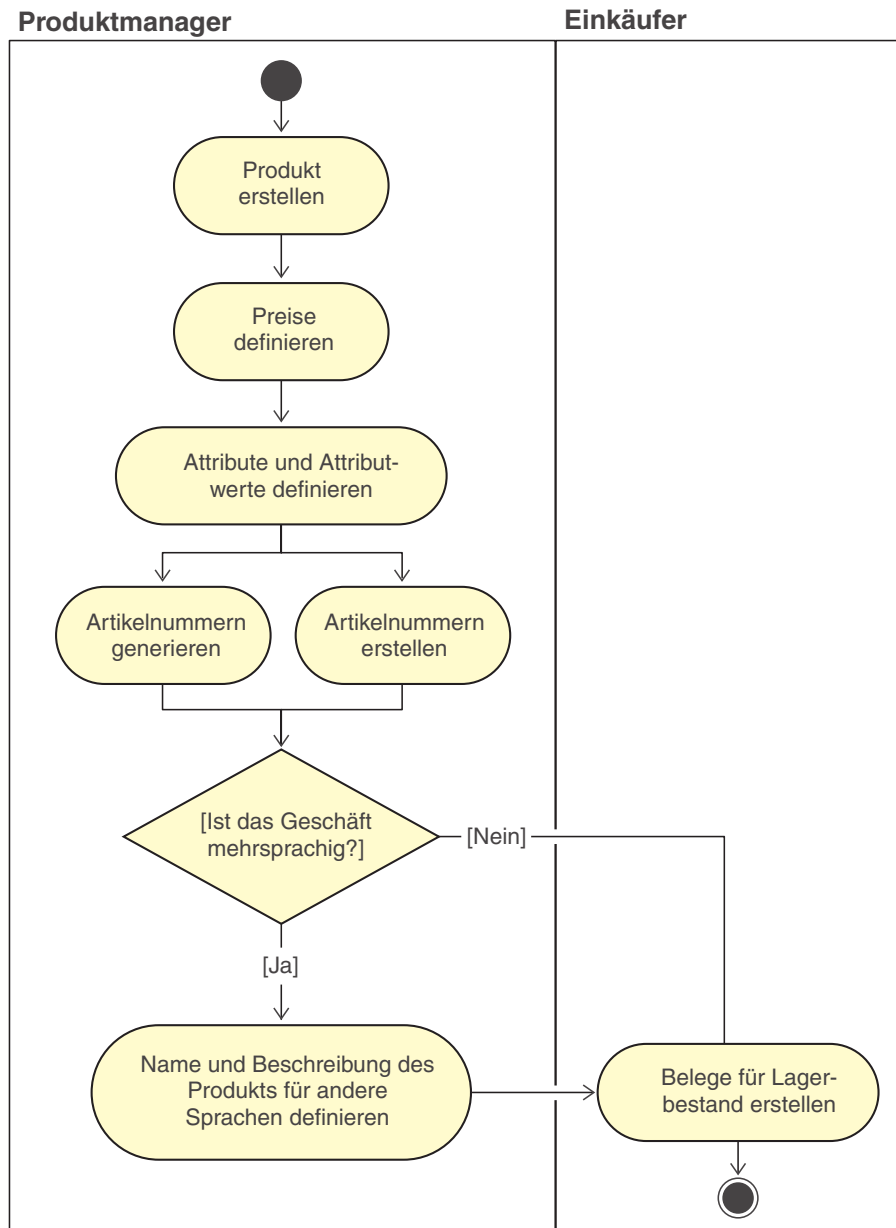
	Produkt	Artikelnummer	Bundle	Kits	
				Prebuilt	Dynamisch
Allgemeine Informationen Code Name Ankündigungsdatum Ausgabedatum Letzte Aktualisierung Für Kunden anzeigen Zum Kauf In Auktion	X	X	X	X	X
Beschreibung Kurzbeschreibung Ausführliche Beschreibung 1 Ausführliche Beschreibung 2 Ausführliche Beschreibung 3	X	X	X	X	X
Bilder, die auf Geschäftsseiten angezeigt werden Bild in Vollgröße Piktogrammbild	X	X	X	X	X
Rabattcode	X	X		X	X
Herstellerinformationen Herstellerteilenummer Herstellername	X	X	X	X	X
Umsatzsteuer	X	X	X	X	X
Versandsteuer	X	X	X	X	X
URL	X	X	X	X	X

	Produkt	Artikelnummer	Bundle	Kits	
				Prebuilt	Dynamisch
Maßeinheiten für den Versand Gewicht Maßeinheit für Gewicht Als Mehrfaches dieser Menge verkauft Anzahl Artikel pro Paket Maßeinheit	X	X	X	X	X
Bestellabwicklung des Produkts Lagerbestand protokollieren Bestellungen mit Lieferrückstand zulassen Bestellungen mit Lieferrückstand erzwingen Getrennt freigeben Mit Rückgaberecht Erstattungsfähig Betrag der Lagerbestandsprotokollierung Maßeinheit der Lagerbestandsprotokollierung	X			X	X
Kategorie Gruppieren des Produkts und aller zugeordneten Artikelnummern unter einer Kategorie	X		X	X	X
Attribut Hinzufügen oder Pflegen definierender Attributwerte für eine Artikelnummer		X		X	X

Erstellen von Produkten, Attributen und Artikelnummern

Nachdem der Kategoriemanager im Katalog Kategorien erstellt hat, kann der Produktmanager Katalogeinträge erstellen.

Im folgenden Diagramm werden die Schritte gezeigt, die zum Erstellen eines neuen Produkts unter Verwendung von WebSphere Commerce Accelerator erforderlich sind. Nach dem Ausführen aller Schritte können Kunden das betreffende Produkt auf den Seiten des Geschäfts anzeigen und erwerben.



Schrittweises Vorgehen

Schritt-für-Schritt-Anweisungen zum Verwalten des Katalogs in Ihrem Geschäft finden Sie in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion.

Mögliche Aktionen		Siehe Abschnitt...
Produktmanager	Ankündigen eines Produkts	Ein Produkt hinzufügen
	Entfernen eines Produkts aus dem Sortiment	Ein Produkt ändern
	Zurückziehen eines Produkts	Ein Produkt ändern
	Angaben, ob das Produkt für Kunden angezeigt wird	Ein Produkt verdecken
	Angaben, ob ein Produkt während eines bestimmten Zeitraums gekauft oder nicht gekauft werden kann	Ein Produkt ändern
	Ändern einer Information für viele Produkte gleichzeitig (z. B. Ändern des Herstellernamens für alle Produkte in einer bestimmten Kategorie)	Text in der dynamischen Tabelle suchen und ersetzen
	Auflisten aller Produkte, die einen bestimmten Attributwert aufweisen	Einen Katalogeintrag suchen
	Preisgestaltung Festlegen eines Preisbereichs für ein Produkt Festlegen eines Preisbereichs für eine Artikelnummer Festlegen eines Preisbereichs für einen Prebuilt Kit	Einem Produkt einen Preis hinzufügen, Den Preis für ein Produkt ändern
	Hinzufügen einer zusätzlichen Beschreibung zu einem Produkt, z. B. dass ein Hemd nur chemisch gereinigt werden sollte	Ein beschreibendes Attribut hinzufügen
	Erstellen einer Gruppierung von Produkten, um Kunden die Möglichkeit zu geben, mehrere Produkte auf einfache Weise in einem Vorgang zu erwerben, während sie dennoch einen oder mehrere Artikel aus der Gruppe entfernen können	Ein Bundle erstellen
	Erstellen einer Gruppe von Produkten, die nicht einzeln verkauft werden können; Kunden können aus der Gruppe keine Artikel entfernen	Einen Kit erstellen
	Hinzufügen eines zusätzlichen Attributs zu einem Produkt, wie Farbe oder Größe	Ein definierendes Attribut hinzufügen
	Hinzufügen eines zusätzlichen Attributwerts zu einem Produkt, wie 'Blau' oder 'S'	Einen Attributwert hinzufügen
Löschen von Katalogeinträgen	Ein Produkt löschen Eine Artikelnummer löschen Ein Bundle oder Kit löschen	
Site-Administrator	Erstellen eines statischen Kits	Einen statischen Kit erstellen
Anwendungs-entwickler	Erstellen eines Katalogs	<i>WebSphere Commerce Store Development Guide</i>

Kapitel 10. Verwalten von Kundeninformationen

In diesem Kapitel werden die Registrierungsinformationen von Kunden beschrieben, die von einem Kundendienstmitarbeiter oder einem Bearbeiter des Kundenkontos geändert werden können. Neben dem Ändern von Registrierungsinformationen von Kunden kann der Kundendienstmitarbeiter auch einen Kunden für ein Geschäft registrieren, das Kennwort von Kunden zurücksetzen und das Konto von Kunden sperren oder freigeben.

Registrierungsinformationen von Kunden

Ein Kundendienstmitarbeiter kann Kundeninformationen für registrierte Kunden verwalten. Für nicht registrierte Kunden oder Gastkunden sind keine Informationen in der Datenbank gespeichert, weshalb es für sie auch keine Kundeninformationen gibt, die verwaltet werden können.

Nicht registrierter Kunde

Ein nicht registrierter Kunde ist ein Kunde, der nicht über eine Kundenanmelde-ID und ein zugehöriges Kennwort zum Einkauf im Geschäft verfügt. Der Kunde hat keine Registrierungsinformationen, wie Kontaktinformationen oder demografische Informationen, bereitgestellt. Listen mit interessanten Artikeln oder Artikel im Einkaufskorb werden nicht für spätere Besuche aufbewahrt. Ein nicht registrierter Kunde wird als Gast betrachtet.

Registrierter Kunde

Ein registrierter Kunde ist ein Kunde, der Informationen für die Erstellung eines Registrierungsprofils bereitgestellt hat. Dieser Kunde hat eine Anmelde-ID und ein zugehöriges Kennwort, die beim Abschicken von Bestellungen im Geschäft erforderlich sind. Listen mit interessanten Artikeln oder Artikel im Einkaufskorb werden im Geschäft gespeichert, damit der Kunde bei späteren Besuchen den Onlinekatalog nicht erneut durchsuchen muss.

Ändern von Registrierungsinformationen von Kunden

Kundendienstmitarbeiter oder Bearbeiter des Kundenkontos können zum Verwalten von Kundeninformationen, wie z. B. der Adresse oder des Kennworts bzw. des Kontostatus eines Kunden, nach Kunden suchen und anschließend die betreffenden Informationen aktualisieren. Welche Registrierungsinformationen Kunden bereitstellen, ist abhängig von den Informationen, die auf der Registrierungsseite des betreffenden Geschäfts gesammelt werden. Einige Registrierungsinformationen sind unter Umständen optional. Um Kundeninformationen anzuzeigen oder zu aktualisieren, müssen Sie das Notizbuch **Kundeninformationen** verwenden. In diesem Notizbuch werden folgende Informationen angezeigt:

Allgemein

Sicherheitsinformationen, eine Bestätigungsfrage und die Antwort darauf für die Identifikation sowie ein Status für das X.509-Sicherheitszertifikat, falls zutreffend. Allgemeine Informationen umfassen auch den vollständigen Namen des Kunden, die bevorzugte Sprache und Währung für den Einkauf sowie den Kontostatus (aktiviert oder inaktiviert).

Adresse

Vollständige Adresse.

Kontakt


Kontaktinformationen, wie z. B. E-Mail-Adresse, Telefon- und Faxnummer. Kunden können ihr bevorzugtes Kommunikationsmittel und die günstigste Zeit für einen Anruf angeben. Kunden können daneben angeben, ob sie vom Geschäft Werbematerial erhalten möchten.

Demografische Angaben

Demografische Informationen, wie z. B. Alter, Geschlecht, Familienstand, Jahreseinkommen, Anzahl der im Haushalt lebenden Personen, Anzahl der Kinder, Kunde zurückgeben, Beruf, Arbeitgeber und Hobbies.

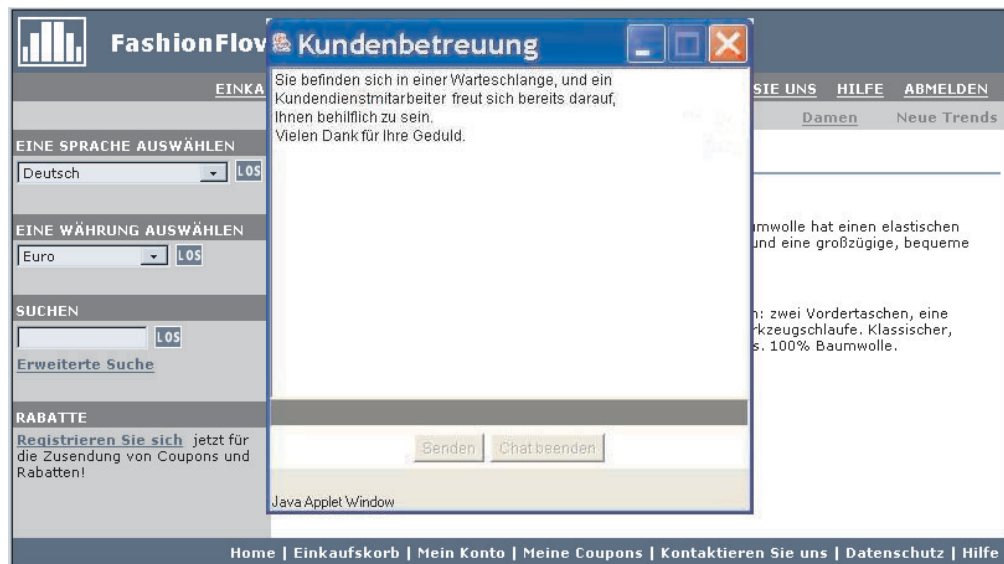
Schrittweises Vorgehen

Bearbeiter des Kundenkontos oder Kundendienstmitarbeiter können die folgenden Tasks ausführen:

Mögliche Aktionen		Siehe Abschnitt...
Kundendienstmitarbeiter Bearbeiter des Kundenkontos	Suchen eines Kunden Registrieren eines Kunden in einem B2C-Geschäft Anzeigen einer Kundenzusammenfassung Sperrern oder Freigeben des Kontos eines Kunden Zurücksetzen des Kennworts des Kunden Ändern der Adresse des Kunden Ändern der demografischen Informationen des Kunden Ändern der Kontaktinformationen des Kunden Angaben, dass der Kunde keine Werbe-E-Mails vom Geschäft erhalten will	Informationen dazu finden Sie im Abschnitt "Kundeninformationen" in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion.
 Business Site-Administrator	Erstellen eines Benutzers Ändern eines Benutzers	Informationen dazu finden Sie im Abschnitt "Kundeninformationen" in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion.

Kapitel 11. Kundenbetreuung

Die Kundenbetreuungsfunktion stellt Kundendienstunterstützung in Echtzeit bereit, wofür zwischen einem Kundendienstmitarbeiter und Geschäftskunden oder Einkäufern eine synchrone Textschnittstelle (Instant Messaging - IM) unter Verwendung von Lotus Sametime eingesetzt wird. Ein Kunde kann die Site besuchen und einen Link auf der Geschäftsseite anklicken, um eine Verbindung zu einem Kundendienstmitarbeiter herzustellen. Auf diese Weise können die beiden Beteiligten über das Internet kommunizieren ("chatten").



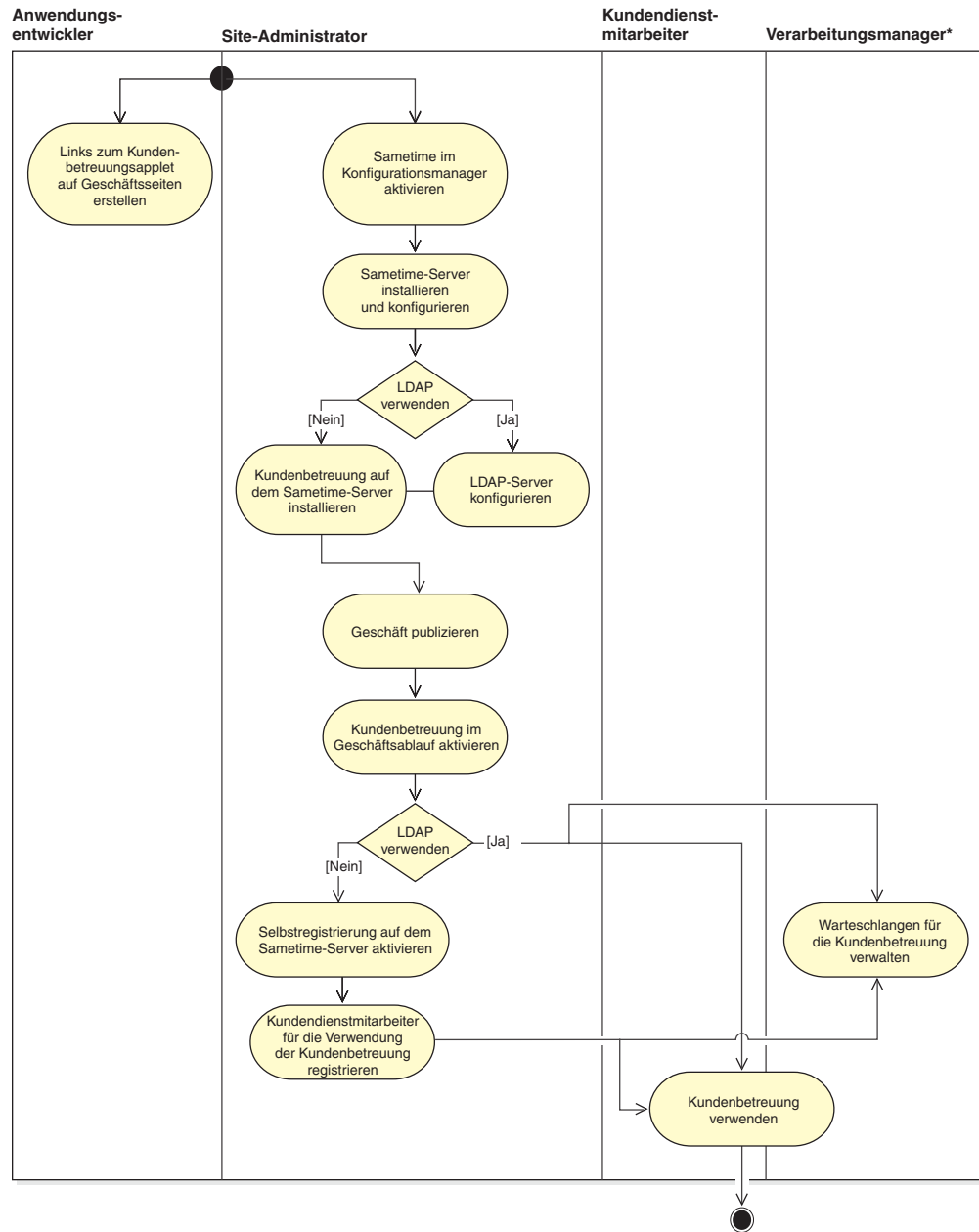
Ein Kundendienstmitarbeiter greift über WebSphere Commerce Accelerator auf die Kundenbetreuungsschnittstelle zu. Darüber hinaus kann der Kundendienstmitarbeiter die Geschäftsseite anzeigen, auf der der Kunde Unterstützung benötigt, und Informationen zum Einkaufskorb und zum Profil abrufen. Mit Hilfe dieser Schnittstelle kann der Kundendienstmitarbeiter darüber hinaus mit anderen Kundendienstmitarbeitern "chatten".

In diesem Release von WebSphere Commerce unterstützt die Kundenbetreuungsfunktion nun Warteschlangen. Nachfolgend sind einige der zentralen Funktionen von Warteschlangen für die Kundenbetreuung aufgeführt:

- Mehrere Warteschlangen und die Möglichkeit für Kundendienstmitarbeiter, Kunden, die auf Hilfe warten, weiterzuleiten. Der Verarbeitungsmanager kann Warteschlangen mit Hilfe von WebSphere Commerce Accelerator erstellen, ändern, löschen und sie zu Kundendienstmitarbeitern zuordnen. Kundendienstmitarbeiter können jeden in ihren Warteschlangen befindlichen Kunden bedienen.
- Kundendienstmitarbeiter können angepasste Kundenattribute in einem Geschäft überwachen.

Konfigurieren und Verwenden der Kundenbetreuung

Im folgenden Diagramm wird der Prozess des Konfigurierens und Verwendens der Kundenbetreuung in einem Geschäft gezeigt. Eine Liste, in der die Stellen aufgeführt sind, an denen Sie weitere Informationen zur Ausführung der einzelnen Tasks finden, ist unter „Schrittweises Vorgehen“ auf Seite 83 enthalten.



Schrittweises Vorgehen

Mögliche Aktionen		Siehe Abschnitt...
Site-Administrator	Installieren und Konfigurieren des Lotus Sametime-Servers und der Kundenbetreuungsfunktion	"Installieren der Kundenbetreuung" im Handbuch <i>WebSphere Commerce Zusätzliche Software</i> .
	Konfigurieren des Geschäfts zur Verwendung der Kundenbetreuung	"Geschäfte mit WebSphere Commerce konfigurieren" in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion.
	Ändern von Kundenbetreuungseinstellungen (Überwachungstyp, Sitzungsbegrenzung, Einkaufskörbe, Sametime-Server)	"Änderungen, die vom Administrator vorgenommen werden können" in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion. Informationen dazu finden Sie außerdem im Handbuch <i>WebSphere Commerce Zusätzliche Software</i> .
Verarbeitungsmanager	Arbeiten mit Warteschlangen für die Kundenbetreuung	<ul style="list-style-type: none"> • Eine Warteschlange für die Kundenbetreuung zuordnen • Eine Warteschlange für die Kundenbetreuung löschen • Eine neue Warteschlange für die Kundenbetreuung erstellen • Eine Warteschlange für die Kundenbetreuung ändern
Kundendienstmitarbeiter	Verwenden der Kundenbetreuung, um Kunden Hilfe auf der Site zu bieten	"Kundenbetreuung verwenden" in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion.
Anwendungsentwickler	Aktivieren der Kundenbetreuung auf Geschäftsseiten	Informationen dazu finden Sie im Abschnitt über die Kundenbetreuung im Handbuch <i>WebSphere Commerce Store Development Guide</i> und im Handbuch <i>WebSphere Commerce Sample Store Guide</i> .

Kapitel 12. Verwalten von Bestellungen

Ein Kundendienstmitarbeiter oder - auf einer B2B-Site - ein Bearbeiter des Kundenkontos kann Details zu Bestellungen verfolgen und verwalten. Diese Details sind beispielsweise der Kunde, der Empfänger, Produkte und ihre Menge, die Gesamtkosten (einschließlich Steuern und Versandkosten), die Versandspezifikationen, die Zahlungsmethode und beliebige Kommentare.

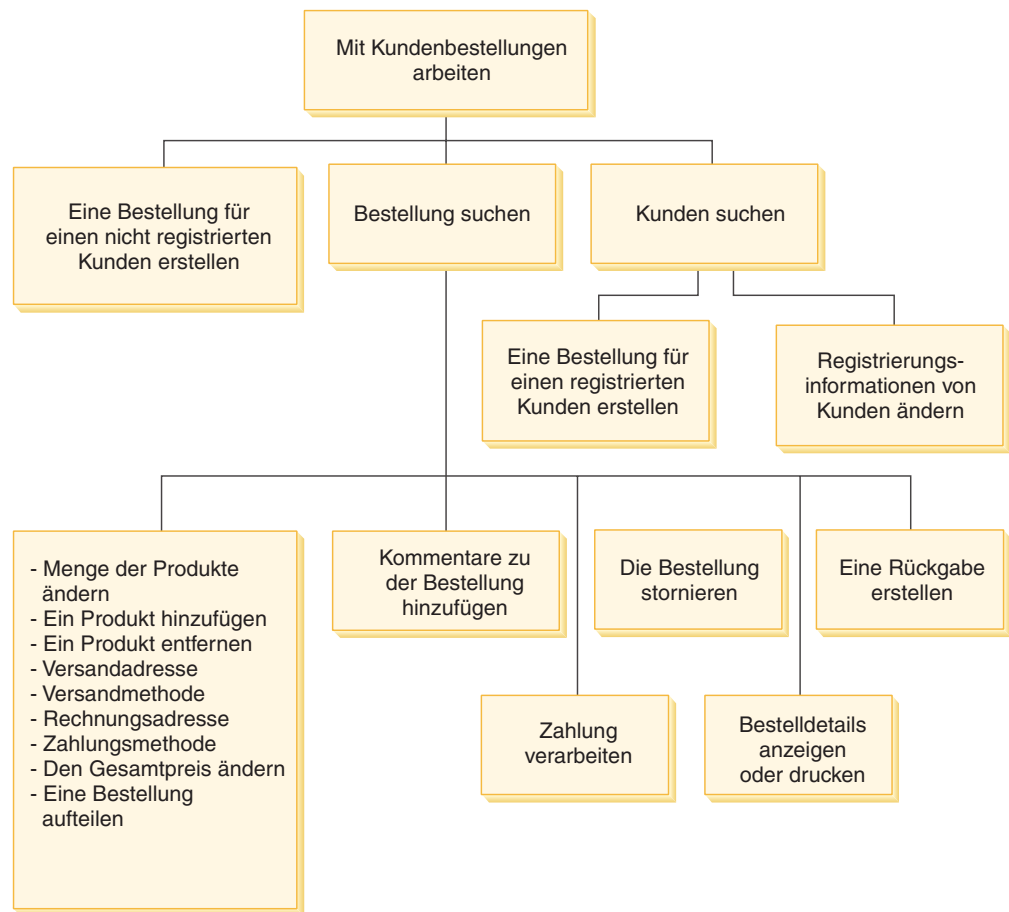
In WebSphere Commerce ist eine Bestellung als ein oder mehrere Produkte, ihr Preis und die angegebene Menge definiert, die ein Kunde für den Einkauf ausgewählt oder bereits eingekauft hat. Eine Bestellung kann auch von einem Kundendienstmitarbeiter im Auftrag eines Kunden aufgegeben werden. Zusätzlich zu Produkten enthält eine Kundenbestellung auch die folgenden Informationen:

Rechnungsanschrift, Versandadresse (außer bei gekauften Produkten, die heruntergeladen werden können, z. B. bei Software), Versandmethode, Versandunternehmen, Service, Zahlungsinformationen, Steuern und Versandkosten sowie alle Kommentare oder Preisanpassungen, die von der Person, die die Bestellung aufgegeben hat, definiert wurden.

Dieses Kapitel bietet eine Einführung in allgemeine Tasks, die mit Bestellungen im Zusammenhang stehen.

Arbeiten mit Kundenbestellungen

Im folgenden Diagramm werden allgemeine Tasks gezeigt, die mit Bestellungen im Zusammenhang stehen.



Suchen von Kundenbestellungen

Sie können auf der Basis der Bestellnummer, der Kundenanmelde-ID, des Bestellstatus oder der Kontonummer nach einer Bestellung suchen. Bestellungen können auch sortiert werden, um die gesuchten Informationen auf klarere Weise anzuzeigen. Beispielsweise können Sie Bestellungen nach dem jeweiligen Bestellstatus oder dem Nachnamen des Benutzers sortieren.

Bestellstatuscodes helfen beim Verfolgen von Bestellungen, die von Benutzern aufgegeben wurden. Bestellstatuscodes können zum Verfolgen des Fortschritts einer Bestellung verwendet werden. Einige gebräuchliche Bestellstatuscodes werden in den folgenden Tabelle aufgeführt:

Code	Name	Beschreibung
I	Abgeschickt	Der Kunde hat die Bestellung abgeschickt, hat die Zahlung jedoch noch nicht eingeleitet.
S	Versendet	Alle Bestellartikel wurden in das Inhaltsverzeichnis aufgenommen.
X	Storniert	Die Bestellung wurde storniert.
R	Freigegeben	Alle Bestellartikel wurden für die Bestellabwicklung freigegeben.
D	Gebucht	Die Zahlung wurde erfasst.

Sie können alle Bestellungen suchen, die in der WebSphere Commerce-Datenbank enthalten sind.

Ändern von Kundenbestellungen

An einer abgeschickten Bestellung können Änderungen vorgenommen werden, bis die Bestellung zur Abwicklung freigegeben wurde. Bestellungen, deren Status 'Versendet', 'Storniert', 'Freigegeben' oder 'Gebucht' ist, können nicht geändert werden.

Stornieren einer Bestellung

Bestellungen, deren Status 'Versendet', 'Storniert', 'Freigegeben' oder 'Gebucht' ist, können nicht storniert werden. Wenn Sie eine Kundenbestellung stornieren, können Sie dafür einen Grund angeben. Beispiele hierfür sind, dass der Kunde aus Versehen das falsche Produkt bestellt hat oder dass das ausgewählte Produkt vorübergehend nicht auf Lager ist und der Kunde nicht auf neuen Lagerbestand warten möchte. Sie können auswählen, ob Sie dem Kunden eine E-Mail schicken möchten, die den Text dieses Kommentars enthält. *Nachdem eine Bestellung storniert wurde, kann sie nicht mehr wiederhergestellt werden.*

Hinzufügen von Kommentaren zu einer Bestellung

Sie können zu einer Bestellung einen Kommentar für eigene Zwecke hinzufügen oder den Kommentar per E-Mail an den Kunden senden. Wenn der Lagerbestand beispielsweise nicht dazu ausreicht, eine Bestellung abzuwickeln, können Sie den Grund in einem Kommentar angeben und diesen in einer E-Mail an Kunden versenden. Auf diese Weise sind Kunden über verspätete Lieferungen informiert.

Verarbeiten der Zahlung für eine Bestellung

Bevor eine Bestellung versendet werden kann, muss die Zahlung genehmigt werden. Zur Verarbeitung von Zahlungen wird WebSphere Commerce Payments verwendet. Um den Zahlungsstatus einer Kundenbestellung zu ändern, können Kundendienstmitarbeiter und Bearbeiter des Kundenkontos von WebSphere Commerce Accelerator aus eine Verbindung zu WebSphere Commerce Payments herstellen.

Erstellen einer Bestellung für einen nicht registrierten Kunden

Bearbeiten Sie die Seiten **Gastbestellung aufgeben** in der vorgegebenen Reihenfolge, und stellen Sie dabei die Informationen bereit, die für eine Bestellung erforderlich sind. Dies sind z. B. Produkte, Menge, Rechnungsadresse, Versandadresse, Versandmethode, Zahlungsoption und ein Kommentar oder eine spezielle Preisanpassung, falls gewünscht.

Erstellen einer Bestellung für einen registrierten Kunden

Bearbeiten Sie die Seiten des Assistenten **Bestellung aufgeben** in der vorgegebenen Reihenfolge, und stellen Sie dabei die Informationen bereit, die für eine Bestellung erforderlich sind. Dies sind z. B. Produkte, Menge, Rechnungsadresse, Versandadresse, Versandmethode, Zahlungsoption und ein Kommentar oder eine spezielle Preisanpassung, falls gewünscht.

Schrittweises Vorgehen

Mögliche Aktionen		Siehe Abschnitt...
Kundendienstmitarbeiter	Erstellen einer Bestellung	<ul style="list-style-type: none"> • Eine Bestellung für einen registrierten Kunden erstellen • Eine Bestellung für einen nicht registrierten Kunden erstellen • Eine Bestellung für einen Geschäftsbenuzter erstellen
	Ändern einer Bestellung (Menge der Produkte, Hinzufügen eines Produkts, Entfernen eines Produkts, Versandadresse, Versandmethode, Gesamtpreis, Zahlungsoption, Rechnungsadresse, Hinzufügen eines Kommentars, Aufteilen, Zahlungsverarbeitung)	<ul style="list-style-type: none"> • Eine Bestellung ändern
	Anzeigen von Bestellinformationen (Kommentare, Bestellungsübersicht, Zusammenfassung, Zahlungsstatus, Rechnungen, personalisierte Attribute)	<ul style="list-style-type: none"> • Bestellinformationen anzeigen
	Verarbeiten von Zahlungen	<ul style="list-style-type: none"> • Zahlung für eine Bestellung verarbeiten • Zahlungsverarbeitung für eine Bestellung ändern • Den Zahlungsstatus für eine Bestellung anzeigen
Anwendungsentwickler	Anpassen des Bestellungsverwaltungssubsystems	Die WebSphere Commerce Studio-Onlinehilfefunktion, die in WebSphere Studio integriert ist, stellt umfassende Informationen zum Bestellungsverwaltungssystem und zur Vorgehensweise bei dessen Erweiterung bereit. Wählen Sie in der Navigation 'Konzepte' den Eintrag für das Bestellungsverwaltungssystem aus.
Site-Administrator	Löschen alter Bestellungen aus der Datenbank	Informationen dazu finden Sie im Abschnitt zum <i>Cleanup-Dienstprogramm zur Datenbankbereinigung</i> im Handbuch <i>WebSphere Commerce Administration Guide</i> .

Kapitel 13. Rückgaben

In diesem Kapitel werden die folgenden zentralen Tasks im Bereich Kundendienst beschrieben:

- Arbeiten mit Rückgaben

Die Tasks, die oben aufgelistet sind, werden normalerweise von einem Kundendienstmitarbeiter oder bei einem B2B-Geschäft von einem Bearbeiter des Kundenkontos ausgeführt. Der Kundendienstsupervisor ist für das Genehmigen von vom System verweigerten Rückgaben verantwortlich.

Rückgabegründe

Ein Rückgabegrund ist ein vom Geschäft definierter Grund, aus dem ein Produkt zurückgegeben werden kann. Die Rückgabegründe sollten sowohl die Perspektive des Verkäufers als auch die des Kunden berücksichtigen, da diese sich möglicherweise nicht immer decken. Beispielsweise kann ein Kunde ein Produkt zurückgeben, weil es nicht fehlerfrei funktioniert, der Rückgabeadministrator könnte jedoch der Meinung sein, dass der Kunde die Anweisungen zur Verwendung des Produkts nicht befolgt hat und es eigentlich problemlos funktioniert. Rückgabegründe basieren auf der Perspektive des Kunden oder des Verkäufers.

Wenn der Kundendienstmitarbeiter eine Rückgabe erstellt, wird der Rückgabegrund des Kunden angegeben. Wenn der Rückgabeadministrator die Disposition der Rückgabe angibt, wird der Rückgabegrund des Verkäufers angegeben.

Arbeiten mit Rückgaben

Wenn ein Kunde mit seinem Kauf nicht zufrieden ist, kann er eine Erstattung für den Betrag des ursprünglichen Kaufs in Form einer Gutschrift für seine Kreditkarte oder in Form einer Kreditlinie anfordern. In WebSphere Commerce umfasst eine Rückgabe eine Gutschrift für die Steuern, die für die Bestellung bezahlt wurden, jedoch nicht notwendigerweise für die Versandkosten. Um die Versandkosten eines Kunden zu erstatten, können Sie diesen Betrag manuell zum Gesamtbetrag der Erstattung hinzufügen.

Je nach Unternehmen ist es für eine Rückgabe nicht in jedem Fall erforderlich, dass der Kunde das nicht gewünschte Produkt physisch zurückgibt. Wenn ein Kunde beispielsweise für frische Produkte eines Lebensmittelgeschäfts eine Erstattung möchte, fordert das Geschäft mit großer Wahrscheinlichkeit nicht die Rückgabe der Produkte.

Wenn ein Geschäft erstellt wird, werden dafür Rückgaberichtlinien definiert. Beispielsweise definiert das Geschäft FashionFlow, dass alle Rückgaben automatisch zurückgegeben werden, wenn sie innerhalb von 30 Tagen nach dem Kauf eingeleitet werden. Das Geschäft FashionFlow erhebt für Rückgaben keine Gebühren.

Eine RMA (Return Merchandise Authorization, Berechtigung zur Rückgabe von Artikeln) wird eingeleitet, wenn Artikel zu einem Fulfillment-Center zurückgegeben werden. Für einige Geschäfte kann es erforderlich sein, dass Kunden sich an das Geschäft wenden und einen Kundendienstmitarbeiter darum bitten, die RMA einzuleiten. Andere Geschäfte leiten eine RMA ein, wenn zurückgegebene Artikel beim Fulfillment-Center eintreffen. Alle Rückgaben, die der Rückgaberichtlinie des

Geschäfts entsprechen, werden vom System automatisch genehmigt. Rückgaben, die der Rückgaberichtlinie des Geschäfts nicht entsprechen, können vom Kundendienst-Supervisor genehmigt werden.

Geschäftsrichtlinien für Rückgaben

Geschäftsrichtlinien für Rückgaben definieren, ob Rückgaben akzeptiert werden. Zudem geben sie etwaige Gebühren für Lagerauffüllung an, die bei Rückgaben fällig werden, und legen den Zeitraum fest, in dem Rückgaben akzeptiert werden. Sie können die folgenden Geschäftsrichtlinien für Rückgaben definieren:

Rückgabegebühren

Rückgabegebühren geben den Betrag an, der für zurückgegebene Artikel erstattet wird. Dieser Betrag deckt Gebühren für Lagerauffüllung und einen Prozentsatz des erstatteten Preises ab.

Rückgabegenehmigungen

Eine Richtlinie für die Rückgabegenehmigung gibt den Zeitraum nach dem Versand der Artikel an, in dem Rückgaben akzeptiert werden.

Zahlungsmethode bei Rückgaben

Die Richtlinie zur Zahlungsmethode bei Erstattungen definiert die Art und Weise, in der der Einkäufer Erstattungen für Waren erhält, die zurückgegeben wurden.

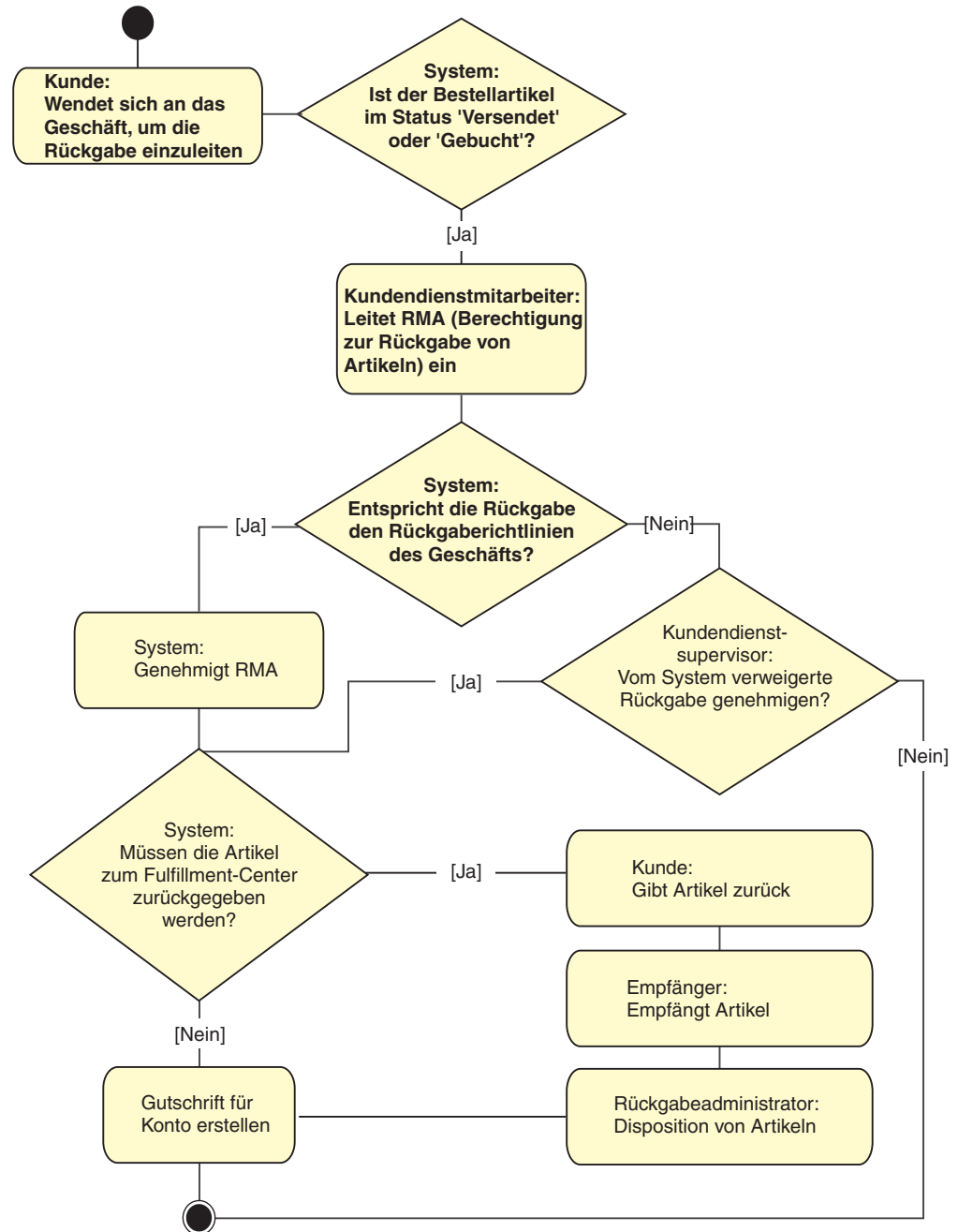
Vom System verweigte Rückgaben

WebSphere Commerce verweigert alle Rückgaben, die nicht der Rückgaberichtlinie des Geschäfts entsprechen. Ein Benutzer, der den Aufgabenbereich 'Kundendienst-supervisor' hat, kann alle vom System verweigten Rückgaben genehmigen. Einige allgemeine Gründe für die Verweigerung einer Rückgabe sind nachfolgend aufgeführt:

- Für das Produkt war im Notizbuch **Produktverwaltung** die Einstellung 'Mit Rückgaberecht' festgelegt, der Kundendienstmitarbeiter hat diese Einstellung jedoch außer Kraft gesetzt. Beispielsweise ist für eine CD im Notizbuch **Produktverwaltung** die Einstellung 'Mit Rückgaberecht' festgelegt, der Kunde wendet sich aber an das Geschäft, um mitzuteilen, dass die CD bei der Lieferung zerkratzt wurde. Anstatt den Kunden dazu zu veranlassen, das Produkt zurück zum Geschäft zu senden, kann das Geschäft dem Kunden auch einfach nur eine zweite CD schicken, ohne dass dieser die fehlerhafte CD zurückgeben muss. In diesem Fall kann der Kundendienstmitarbeiter im Notizbuch für die Rückgabe von Produkten angeben, dass die CD nicht zum Fulfillment-Center zurückgegeben muss.
- Die zurückgegebene Menge ist höher als die versendete Menge. Beispiel: Der Kunde bestellt drei Bücher, versucht aber, vier zurückzugeben.
- Der erbetene Gutschriftsbetrag übersteigt den Betrag, der beim ursprünglichen Kauf gezahlt wurde. Beispielsweise versendet ein Händler eine Bestellung an einen Kunden, bevor er die Kreditkarte des Kunden berechtigt. Danach wird die Kreditkarte gestohlen. Wenn der Händler also versucht, für diese Kreditkarte eine Buchung auszuführen, schlägt dieser Vorgang fehl. Der Kunde gibt die Artikel zum Geschäft zurück. Das System verweigert diese Rückgabe, da der Händler keine Buchung für die Kreditkarte ausgeführt hat.
- Der Rückgabezeitraum ist überschritten. Beispiel: Das Geschäft akzeptiert keine Rückgaben, die später als zehn Tage nach dem ursprünglichen Kauf erfolgen.
- Für das Produkt war im Notizbuch **Produktverwaltung** nicht die Einstellung 'Erstattungsfähig' festgelegt. Beispielsweise können einige überholte Komponenten für Computer, die auf der Outlet-Website eines Unternehmens angeboten werden, nicht als 'Erstattungsfähig' markiert sein.

- Das Geschäft verfügt nicht über eine Richtlinie zur automatischen Genehmigung, weshalb alle Rückgaben manuell genehmigt werden müssen.

Im folgenden Diagramm wird gezeigt, wie Rückgaben unter Verwendung von WebSphere Commerce Accelerator verarbeitet werden.



Schrittweises Vorgehen

Mögliche Aktionen		Siehe Abschnitt...
Kundendienstmitarbeiter	Suchen einer Rückgabe, Abbrechen einer Rückgabe, Ändern einer Rückgabe, Anzeigen von Details zu einer Rückgabe	<i>Rückgaben und Erstattungen</i> in der WebSphere Commerce- Onlinehilfefunktion
Kundendienst-Supervisor	Genehmigen einer vom Sys- tem verweigerten Rückgabe	<i>Vom System verweigte Rück- gaben genehmigen</i> in der WebSphere Commerce- Onlinehilfefunktion
Logistikmanager, Verarbeitungsmanager	Konfigurieren von Ursachen- codes für Rückgaben	<i>Rückgabegründe</i> in der WebSphere Commerce- Onlinehilfefunktion
Produktmanager	Angeben der Rückgabe- bedingungen für Produkte, die vom Geschäft verkauft werden	<i>Ein Produkt hinzufügen</i> in der WebSphere Commerce- Onlinehilfefunktion
Anwendungsentwickler	Ändern der Rückgabe- richtlinie des Geschäfts	<i>WebSphere Commerce Store Development Guide</i>

Kapitel 14. Marketing

WebSphere Commerce vereinfacht das Marketing und die Personalisierung, indem Marketingmitarbeitern ermöglicht wird, direkt mit der Site zu interagieren, anstatt dass sie die IT-Abteilung dazu aufzufordern müssen, notwendige Änderungen vorzunehmen. Marketingmanager erstellen groß angelegte Marketingkampagnen, die auf verschiedene Kundenprofile abzielen. Kampagnen fördern den Site-Umsatz, steigern die Einnahmen oder erhöhen das Kundenbewusstsein.

In diesem Kapitel werden die folgenden Informationen bereitgestellt:

- Rabatte
- E-Marketing-Einblendungen
- Erstellung und Pflege von Kundenprofilen
- Erstellung und Pflege von Marketingkampagnen und Kampagnenpromotionen
- Couponrabatte

Rabatte

Mit Hilfe von Rabatten können Sie Kunden Anreize zum Kauf anbieten. Sie können Rabatte als Prozentsätze (wie z. B. 10 % Rabatt) oder als Festbetragsrabatte (wie z. B. 15 EUR Rabatt) anbieten. Rabatte können für spezifische Produkte, für spezifische Artikelnummern oder für die Kaufsumme gelten. Beispielsweise können Sie für Senioren 20 % Rabatt anbieten. Sie können auch für einen begrenzten Zeitraum 25 % Rabatt auf rote Baseballkappen anbieten, wenn Sie viele davon auf Lager haben.

Erstellen Sie Rabatte über den Assistenten **Rabatt** in WebSphere Commerce Accelerator. Benutzer, die einen der folgenden Aufgabenbereiche haben, können Rabatte erstellen: Produktmanager, Einkäufer, Kategoriemanager und Verkaufsmanager. Rabatte können auch unter Verwendung des Loader-Pakets (durch den Site-Administrator) erstellt oder im Verlauf der Migration von einer früheren Version importiert werden. Diese Rabatte funktionieren fehlerfrei, werden aber möglicherweise in WebSphere Commerce Accelerator nicht korrekt angezeigt.

Rabatte können aktiv oder inaktiv sein. Sie werden bei der Erstellung standardmäßig als aktiv definiert, können aber jederzeit unter Verwendung von WebSphere Commerce Accelerator inaktiviert werden. Beispielsweise können Sie einen Rabatt inaktivieren, bevor er abläuft, wenn Sie feststellen, dass der Lagerbestand des Produktes, für den er gilt, für die größere Nachfrage nicht ausreicht.

In WebSphere Commerce gibt es zwei Methoden zum Implementieren von Rabatten:

Schemabasiertes System

Definierte Rabatte unter Verwendung von Tabellen in der WebSphere Commerce-Datenbank. Das schemabasierte Rabattsystem wird für die Sites beibehalten, für die ein Upgrade von vorangehenden Versionen durchgeführt wird.

Regelbasiertes System

Die Rabatte sind Regeln im Regelserver im WebSphere Commerce-Server. Wenn Sie eine neue Site erstellen, sollten Sie das regelbasierte Rabattsystem implementieren, da einige Rabatttypen bei Verwendung des schema-basierten Systems nicht zur Verfügung stehen.

Rabatte sind in den folgenden Geschäftsmodellen verfügbar: Consumer Direct, B2B Direct, Hostinggeschäft, Hostinggeschäft für Lieferanten, Hostinggeschäft für Reseller.

Rabatttypen

In der folgenden Auflistung sind die verschiedenen Rabatttypen aufgeführt, die in WebSphere Commerce zur Verfügung stehen.

Die folgenden Rabatte sind stets verfügbar

- Rabatt (Prozent) auf die Kaufsumme
- Rabatt (Betrag) auf die Kaufsumme
- Rabatt (Prozent) pro Produkt
- Rabatt (Betrag) pro Produkt
- Rabatt (Betrag) bei anwendbaren Produkten

Die folgenden Rabatte sind nur dann verfügbar, wenn Sie regelbasierte Rabatte verwenden

- Versandrabatt auf Bestellstufe.
- Wenn der Kunde X von Artikel A kauft, erhält er einen weiteren Artikel A gratis.
- Wenn der Kunde Produkt oder Artikel A, B oder C kauft, erhält er D als Geschenk.

Zuordnen eines Rabatts zu einem Produkt oder einer Artikelnummer

Sie können einen Rabatt zu einem Produkt oder zu einer Artikelnummer zuordnen. Ordnen Sie einen Rabatt zu einem Produkt zu, wenn er für alle bestellbaren Artikelnummern, die in diesem Produkt enthalten sind, angewendet werden soll. Ordnen Sie den Rabatt zu einer bestimmten Artikelnummer zu, wenn er nicht für alle Artikelnummern eines Produkts gelten soll.

Werbung für Rabatte

Unter Verwendung der Marketing-Tools in WebSphere Commerce Accelerator können Sie für Rabatte Werbung machen. Erstellen Sie dazu Werbung zur Unterstützung des Rabatts, und wählen Sie sie aus, wenn Sie die Werbeaktion terminieren, damit sie in einer bestimmten E-Marketing-Einblendung angezeigt wird.

Gezielter Einsatz von Rabatten für eine Kundengruppe

Um einen Rabatt gezielt für eine bestimmte Kundengruppe einzusetzen, müssen Sie ein Kundenprofil erstellen. Die folgende Tabelle zeigt die Unterschiede zwischen den verwendeten Berechnungsmethoden (für Rabatte auf Produktstufe) und die jeweiligen Endergebnisse.

Ein Kunde kauft vier Bücher, von denen jedes 10 EUR kostet. Er kauft darüber hinaus drei DVDs, die jeweils 20 EUR kosten. Der Gesamtpreis beträgt dann ohne Rabatt 100 EUR. Der Rabatt wird angewendet, um den Endpreis zu ermitteln.

Rabatttyp		Regeln		Berechnung	Ergebnis
Rabatt (Prozent) auf die Kaufsumme	Einfach	25 % Rabatt auf den Gesamteinkauf ohne Mindestkaufbetrag		$[(4 \times 10 \text{ EUR}) + (3 \times 20 \text{ EUR})] \times (1 - 25 \%)$	75 EUR
	Mit mehreren Bereichen	0 - 39,99 EUR	Kein Rabatt	$[(4 \times 10 \text{ EUR}) + (3 \times 20 \text{ EUR})] \times (1 - 10 \%)$	90 EUR
		40 EUR - 109,99 EUR	10 % Rabatt auf die Kaufsumme		
110 EUR und mehr	20 % Rabatt auf die Kaufsumme				
Rabatt (Betrag) auf die Kaufsumme	Einfach	Mindesteinkauf von 90 EUR, wofür es dann 15 EUR Rabatt auf die Kaufsumme gibt		$[(4 \times 10 \text{ EUR}) + (3 \times 20 \text{ EUR})] - 15 \text{ EUR}$	85 EUR
	Mit mehreren Bereichen	0 - 99,99 EUR	Kein Rabatt	$[(4 \times 10 \text{ EUR}) + (3 \times 20 \text{ EUR})] - 10 \text{ EUR}$	90 EUR
		100 EUR - 199,99 EUR	10 EUR Rabatt auf die Kaufsumme		
200 EUR und mehr	20 EUR Rabatt auf die Kaufsumme				
Rabatt (Prozent) pro Produkt	Einfach	25 % Rabatt pro Buch, wenn mindestens vier Bücher gekauft werden		$[4 \times (10 \text{ EUR} \times \{1 - 25 \%\})] + (3 \times 20 \text{ EUR})$	90 EUR
	Mit mehreren Bereichen	1 - 5 Bücher	10 % Rabatt auf jedes Buch	$[4 \times (10 \text{ EUR} \times \{1 - 10 \%\})] + (3 \times 20 \text{ EUR})$	96 EUR
6 oder mehr Bücher		20 % Rabatt auf jedes Buch			
Rabatt (Betrag) pro Produkt	Einfach	Wenn mindestens drei Bücher gekauft werden, gibt es auf jedes Buch 5 EUR Rabatt		$[4 \times (10 \text{ EUR} - 5 \text{ EUR})] + (3 \times 20 \text{ EUR})$	80 EUR
	Mit mehreren Bereichen	1 - 5 Bücher	10 EUR Rabatt auf Zwischen-summe für Bücher	$[(4 \times 10 \text{ EUR}) - 10 \text{ EUR}] + (3 \times 20 \text{ EUR})$	90 EUR
6 oder mehr Bücher		20 EUR Rabatt auf Zwischen-summe für Bücher			
Rabatt (Betrag) pro anwendbares Produkt	Mit mehreren Bereichen	1 - 5 Bücher	3 EUR Rabatt auf jedes Buch	$[4 \times (10 \text{ EUR} - 3 \text{ EUR})] + (3 \times 20 \text{ EUR})$	88 EUR
		6 oder mehr Bücher	6 EUR Rabatt auf jedes Buch		

Schrittweises Vorgehen

Mögliche Aktionen		Siehe Abschnitt...
Site-Administrator	Aktivieren regelbasierter Rabatte für Marketinginhalte	<i>Personalisierte Marketinginhalte in WebSphere Commerce aktivieren</i> in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion
	Aktivieren regelbasierter Rabatte	<i>Den Status eines Regelservices überprüfen</i> in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion
	Verwalten regelbasierter Daten	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Auf Regeln basierende Rabattdaten von einem Staging-Server auf den Produktionsserver hochstufen</i> • <i>Einen Staging-Server mit auf Regeln basierenden Rabatten verwalten</i> in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion
Verkäufer, Einkäufer (Verkaufsseite), Kategorie- manager, Produktmanager	Zuordnen eines Rabattcodes zu einem Katalogeintrag (Produkt, Artikelnummer, Prebuilt Kit oder Bundle)	WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion
	Erstellen, Aktivieren, Inaktivieren oder Löschen eines Rabattcodes	WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion
	Erstellen eines Rabatts auf Bestellstufe	WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion
	Erstellen eines Rabatts auf Produktstufe	WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion
Anwendungsentwickler	Verstehen des Datenmodells zu Rabatten	<i>"Berechnungsregel - Datenmodell zu Rabatten"</i> in der WebSphere Commerce Studio-Onlinehilfefunktion
	Verstehen der Rabattimplementierung in einem Beispielgeschäft	<i>"Configure and activate predefined discounts"</i> im Handbuch <i>WebSphere Commerce Sample Store Guide</i>

E-Marketing-Einblendungen

Eine E-Marketing-Einblendung zeigt Werbeeinhalte, Kategorieempfehlungen oder Produktempfehlungen an.

Anwendungsentwickler platzieren E-Marketing-Einblendungen auf den passenden Seiten. Jede E-Marketing-Einblendung verfügt über einen eindeutigen Namen. Der Marketingmanager wählt im Verlauf der Erstellung einer Kampagne die E-Marketing-Einblendung aus, auf die er sich konzentrieren möchte.

Wenn der Kunde Ihr Geschäft durchsucht, kommunizieren die E-Marketing-Einblendungen mit dem WebSphere Commerce-Server. Bei dieser Kommunikation wird ermittelt, welchen Inhalt die jeweilige E-Marketingeinblendung annehmen soll. Eine JSP-Seite kann eine beliebige Anzahl von E-Marketing-Einblendungen enthalten. Alle JSP-Seiten auf Ihrer Site können E-Marketing-Einblendungen beinhalten.

The screenshot displays the FashionFlow website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'EINKAUFSKORB', 'MEIN KONTO', 'KONTAKTIEREN SIE UNS', and 'HILFE'. Below this, a secondary navigation bar includes 'Home', 'Herrenmode', 'Damenmode', and 'Neue Trends'. The left sidebar contains utility sections: 'EINE SPRACHE AUSWÄHLEN' (set to Deutsch), 'EINE WÄHRUNG AUSWÄHLEN' (set to Euro), a search bar with 'Erweiterte Suche' link, and a 'RABATTE' section with a registration offer. The main content area features three large promotional banners for 'Herrenmode', 'Damenmode', and 'Neue Trends'. Below these is a section titled 'WERFEN SIE EINEN BLICK AUF UNSERE VERKAUFSSCHLAGER DES MONATS!' with four product tiles: 'Bundfalten-Shorts' (EUR 25,00), 'Gestreiftes T-Shirt' (EUR 27,00), 'Fleecehemd' (EUR 29,95), and 'Sommernachthemd' (EUR 45,00). On the right side, there are three vertical promotional banners: a 15% discount offer for purchases over Euro 150, a 'VERSAND KOSTENFREI!' offer, and a 30% discount offer for sporty tops. At the bottom of the page, a footer contains links for 'Home', 'Einkaufskorb', 'Mein Konto', 'Kontaktieren Sie uns!', 'Datenschutz', and 'Hilfe'.

Wenn eine E-Marketing-Einblendung eine Werbung enthält, müssen Sie die Werbung definieren, die in der E-Marketing-Einblendung eingesetzt wird.

Werbung

Der Begriff Werbung bezieht sich auf das gesamte Unterstützungsmaterial, das für Ihre Kampagnen geschaffen wurde. Grafiker und Texter erstellen Werbung in den Formaten Flash, Gif oder JPEG. Werbung umfasst Abbildungen von Produkten, Grafiken, die zu Werbezwecken verwendet werden, und Marketingtexte.

Kundenprofile

Kundenprofile definieren Kundengruppen, die über gemeinsame Mengen an Charakteristika verfügen. Diese Profile kennzeichnen Ziele für Ihre Marketingkampagnen. Sie erstellen Profile, indem Sie Kriterien auswählen und anschließend Zielwerte zuordnen. Wenn ein Kunde Ihre Site besucht, vergleicht das System seine persönlichen Informationen mit den angegebenen Kriterien. Je nach Kunde und je nach von Ihnen definierten Profilen werden profilspezifische Werbungen zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades oder Nachrichten aus dem Bereich suggestives Verkaufen angezeigt. Es gibt zahlreiche mögliche Kriterien. Dies sind u. a. folgende Daten: Im Verlauf der Registrierung bereitgestellte Daten; Informationen zum Einkaufsprotokoll; Informationen zur Häufigkeit der Besuche eines Kunden.

Sie können beispielsweise Profile für Gruppen wie Senioren zuordnen, indem Sie ein Profil erstellen, das auf Kunden abzielt, die sechzig Jahre oder älter sind. Dieses Profil können Sie dann weiter auf Frauen dieser Altersgruppe einschränken, indem Sie angeben, dass das Profil neben der Anforderung des passenden Alters auch auf weibliche Kunden abzielt.

Profile dienen als dynamische Ziele für Ihre Marketingmaßnahmen. Je nach den definierten Kriterien können Ihre Kunden zu einem bestimmten Zeitpunkt in ein bestimmtes Profil passen oder auch nicht. Sie können beispielsweise ein Profil mit dem Namen 'Neue Kunden' erstellen, in dem nur Kunden enthalten sind, die sich innerhalb der vergangenen 30 Tage registriert haben. Die meisten Ihrer Kunden gehören nicht zu diesem Profil, während alle Neukunden nach der Registrierung darin enthalten sind. Neue Kunden passen für maximal 30 Tage in dieses Profil. Dies ist ein dynamischer Vorgang, da keine Aktionen von Ihnen erforderlich sind, er auf Ihre Kunden jeweils einzeln zutrifft und in Echtzeit festgelegt wird. Das Begrenzungsdatum für die Aufnahme in dieses Profil hängt vom Registrierungsdatum des betreffenden Kunden und von der maximalen Begrenzung an Tagen ab, die bei der Erstellung des Profils definiert wurde.

Wenn Sie Kundenprofile verwenden möchten, müssen Sie diese vor der Erstellung von Marketingkampagnen generieren. Während der Erstellung von Kampagnen wählen Sie dann das Zielprofil aus. Sie können Kampagnen erstellen, die für alle Kunden gelten. Kundenprofile können jedoch auf eine bestimmte Untergruppe von Kunden abzielen.

Verwalten von Kundenprofilen

Verwenden Sie Seite **Kundenprofile**, um Informationen zu den Kundenprofilen abzurufen, die für das aktuelle Geschäft definiert wurden. Die Liste enthält Informationen zu Name und Beschreibung der Profile. Sie können die angezeigten Profile sortieren, neue Profile oder Kopien von Profilen erstellen, Profile löschen und ändern sowie Kunden anzeigen, die einem bestimmten Profil zugehören.

Richtlinien für die Erstellung von Kundenprofilen

Um Kundenprofile effektiv zu nutzen, müssen auf den Geschäftsseiten die Informationen erfasst werden, die für das jeweilige Profil erforderlich sind. Merchandising- und Marketingmanager müssen den Geschäftsentwicklern ihre Anforderungen mitteilen. Eine Registrierungsseite mit gutem Design, auf der deutlich gemacht wird, wie Kunden Informationen eingeben sollen, dient zur Vermeidung potenzieller Probleme. Beachten Sie die folgenden Punkte:

- Zeichenfolgen müssen exakt übereinstimmen, wobei auch auf Groß-/Kleinschreibung geachtet werden muss.

Um ein Kundenprofil auf der Basis des Bundeslands zu erstellen, können Sie auf der Seite **Bundesland oder Kanton** im Notizbuch **Kundenprofil "Baden-Württemberg"** eingeben. Alle Kunden, die auf der Registrierungsseite des Geschäfts "Baden-Württemberg" eingeben, sind in diesem Profil enthalten. Für einen Kunden, der "BaWü" eingibt, ist dies jedoch nicht der Fall. Um alle gewünschten Kunden zu erreichen, können Sie auf der Registrierungsseite eine Liste verwenden. Anstatt das Bundesland einzugeben, können die Kunden es in der Liste auswählen. Ziehen Sie die Verwendung von Listen für das Land bzw. die Region mit dem Wohnsitz, für den Ort des Wohnsitzes, für die Domäne der E-Mail-Adresse, für Interessen, für die Telefonnummer und für die Postleitzahl in Betracht.

- Wenn eine beliebige Zeichenfolge gefunden wird, führt dies dazu, dass der Kunde in das zugehörige Profil aufgenommen wird.

Um ein Kundenprofil auf der Basis einer Vorwahl zu erstellen, können Sie auf der Seite **Telefonnummer** im Notizbuch **Kundenprofil 0711** eingeben. Alle Kunden, in deren Telefonnummer die vier Zahlen 0711 enthalten sind, werden in das Profil aufgenommen. Dabei ist es egal, ob diese Ziffern mit der Vorwahl, der Rufnummer oder der Durchwahl des Kunden übereinstimmen. Wenn Sie (0711) angeben, der Kunde aber 0711 eingibt, wird dieser Kunde aus dem betreffenden Profil ausgeschlossen. Um dieses Problem zu vermeiden, sollten Sie bei der Erstellung des Profils die Klammern angeben. Der Anwendungsentwickler sollte sicherstellen, dass auf der Registrierungsseite des Geschäfts geprüft wird, dass die Vorwahl in Klammern eingeschlossen ist.

Kampagnen

Es gibt zwei primäre Komponenten, aus denen sich alle Kampagnen zusammensetzen und die gemeinsam eine vollständige, flexible Marketingstrategie bieten.

1. Die Kampagne.

Eine Kampagne ist eine größere Marketinganstrengung. Sie verfügt über zugeordnete Geschäftsziele. Kampagnen dienen als Container für Promotionen.

2. Die Kampagnenpromotionen.

Kampagnenpromotionen stellen den personalisierten Inhalt bereit. Promotionen sind koordinierte Aktivitäten, die zum Erreichen des Gesamtziels einer Kampagne entwickelt wurden. Sie stellen die einzelnen Nachrichten dar, die zur Erfüllung des Geschäftsziels einer bestimmten Kampagne verwendet werden. Es gibt drei Arten von Promotionen.

Suggestives Verkaufen

Suggestives Verkaufen wird zur Bereitstellung einer Produkt- oder einer Kategorieempfehlung verwendet. Durch diese Empfehlungen werden zugeordnete Produkte vorgeschlagen, was zum Up-Sell oder Cross-Sell von Produkten an Kunden führen soll. Promotionen für suggestives Verkaufen erinnern Kunden auch an verwandte Produkte, die sie ebenfalls für einen Einkauf in Betracht ziehen könnten. Die Empfehlungen basieren auf den früheren Einkäufen oder auf dem aktuellen Inhalt des Einkaufskorbs des betreffenden Kunden.

Empfehlung auf der Basis von Collaborative Filtering

Empfehlungen auf der Basis von Collaborative Filtering werden zur Bereitstellung von Produktempfehlungen verwendet. Durch diese Empfehlungen werden zugeordnete Produkte vorgeschlagen, was zum Up-Sell oder Cross-Sell von Produkten an Kunden führen soll. Sie rufen Kunden auch verwandte Produkte in Erinnerung, die diese ebenfalls für einen Einkauf in Betracht ziehen könnten. Dies ist abhängig vom gesamten Einkaufsverhalten des Kunden, nicht von vordefinierten Regeln. Um diese Promotionen zu verwenden, muss auf der Site LikeMinds Personalization Server installiert und konfiguriert sein.

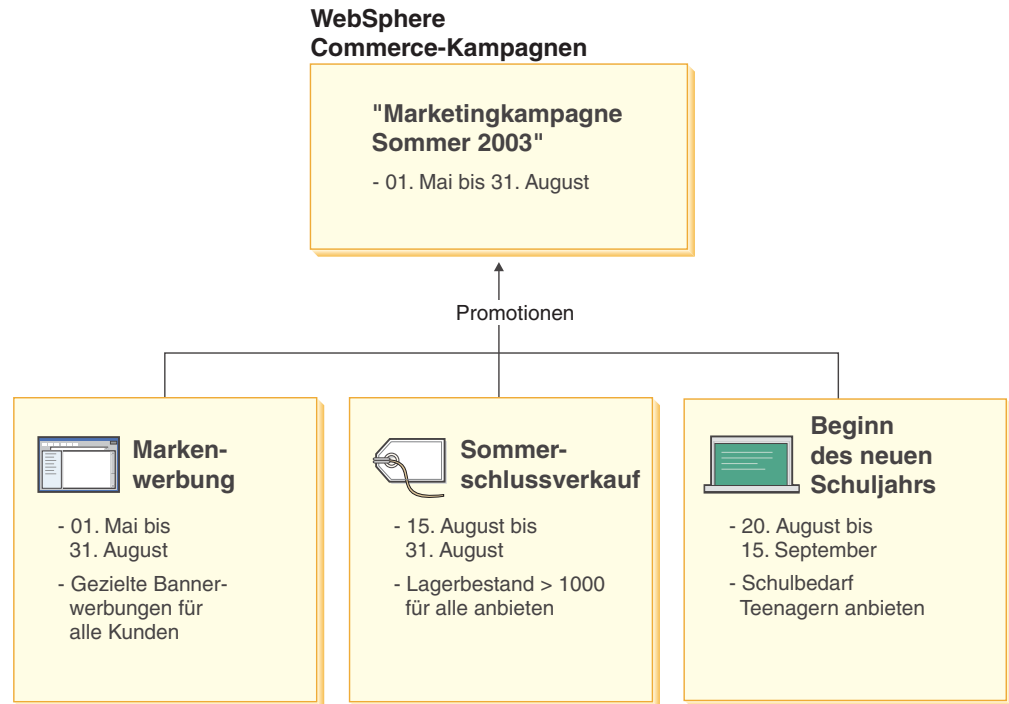
Werbung zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades

Werbungen zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades werden dazu verwendet, Werbung anzuzeigen, die zur Erhöhung des Bekanntheitsgrads eines bestimmten Produktes beim Kunden führen soll. Werbung zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades informiert Kunden beispielsweise über bevorstehende Ereignisse oder steigert den Bekanntheitsgrad von bestimmten Marken.

Kampagnenpromotionen verfügen auch über eine oder mehrere Zielpositionen, nämlich die E-Marketing-Einblendungen.

Promotion für suggestives Verkaufen

Im folgenden Diagramm wird die Beziehung zwischen einer Kampagne und den darin enthaltenen Promotionen dargestellt.



Das Diagramm veranschaulicht eine fiktive Marketingkampagne mit dem Namen "Marketingkampagne Sommer 2002". Sie enthält die folgenden drei Promotionen:

Beginn des neuen Schuljahrs

Hierbei handelt es sich um eine Promotion für suggestives Verkaufen, die auf ein Kundenprofil mit dem Namen 'Teenager' abzielt und bei der Schulbedarf empfohlen wird. Die Promotion 'Beginn des neuen Schuljahrs' läuft vom 20. August bis zum 15. September.

Sommerschlussverkauf

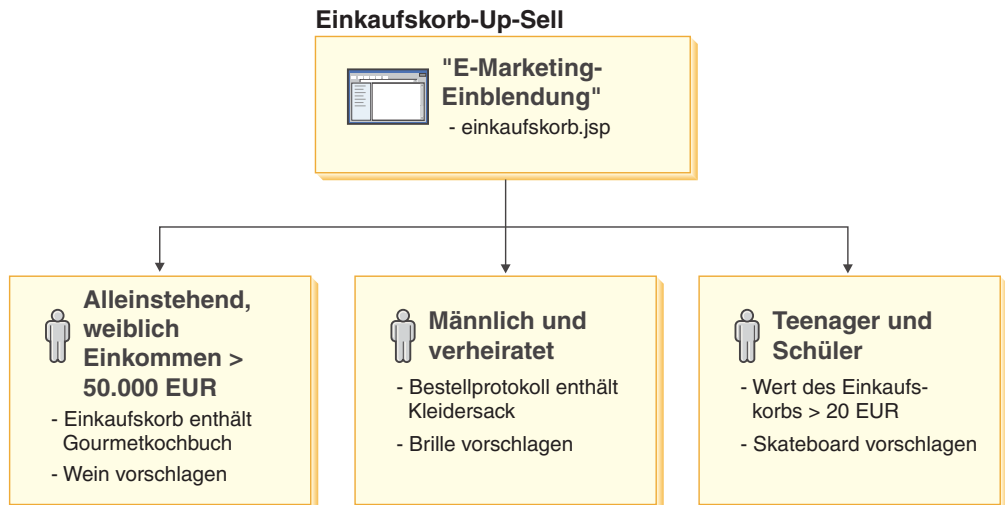
Hierbei handelt es sich um eine Promotion für suggestives Verkaufen, die auf alle Kundenprofile abzielt und alle Produkte empfiehlt, für die ein Lagerbestand von mehr als 1000 Stück vorhanden ist. Die Promotion 'Sommerschlussverkauf' läuft vom 15. August bis zum 31. August.

Markenwerbung

Hierbei handelt es sich um eine Promotion für eine Werbung zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades, die auf alle Kundenprofile abzielt und Banner-Werbungen zeigt, die den Bekanntheitsgrad von bestimmten Marken steigern sollen. Die Promotion 'Markenwerbung' läuft vom 1. Mai bis zum 31. August.

Promotion für suggestives Verkaufen mit Bedingungen

Im folgenden Diagramm wird eine Beziehung zwischen E-Marketing-Einblendungen, Kundenprofilen und Promotionen für suggestives Verkaufen dargestellt. Eine Promotion für suggestives Verkaufen führt zur Darstellung von dynamischen Inhalten.



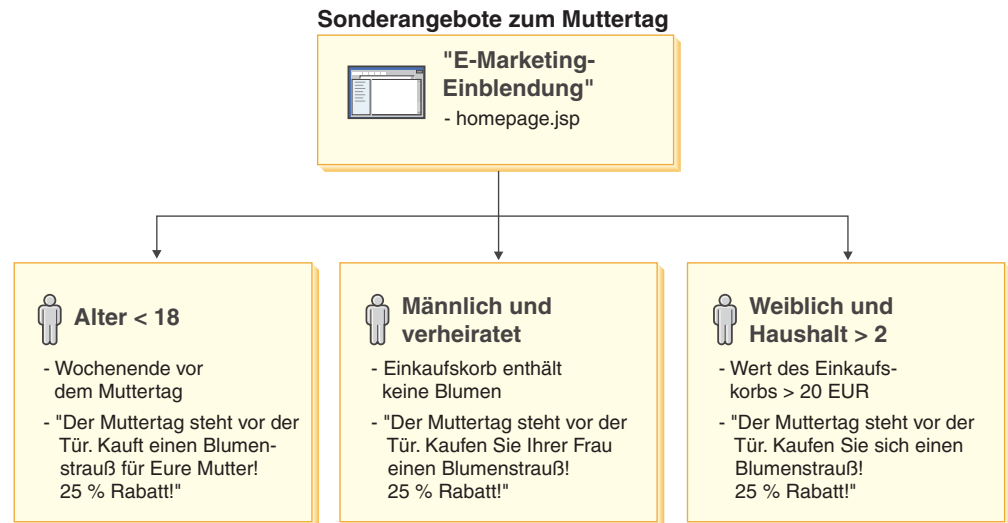
Diese Seite verfügt über eine definierte E-Marketing-Einblendung. Diese Einblendung bezieht sich auf eine Promotion für suggestives Verkaufen. Die Promotion, die dieser E-Marketing-Einblendung zugeordnet ist, verfügt über drei Bedingungen, die jeweils durch eine Zeile im Diagramm dargestellt sind. Diese Bedingungen geben das Zielkundenprofil, die Situation, in der die Bedingung zutrifft, und die Produktempfehlung an, die angezeigt wird, wenn die Bedingung zutrifft. Wenn diese Seite angezeigt wird, kann eines der folgenden vier Resultate auftreten:

- Wenn die Seite von einer allein stehenden Kundin aufgerufen wird, die ein Einkommen von mehr als 50.000 EUR im Jahr hat und deren Einkaufskorb ein Gourmetkochbuch enthält, wird ihr ein Wein empfohlen.
- Wenn der Kunde männlich und verheiratet ist und sein Bestellprotokoll einen Kleidersack enthält, wird ihm eine Sonnenbrille empfohlen.
- Wenn der Kunde ein Teenager und ein Schüler ist, dessen Einkaufskorb momentan Produkte mit einem Wert von mehr als 20 EUR enthält, wird ihm ein Skateboard empfohlen.
- Wenn der Kunde in keines dieser Profile passt oder die Situation nicht den spezifischen Kriterien entspricht, werden keine Empfehlungen angezeigt.

Werbung zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades

Für jede Kampagnenpromotion, die Sie erstellen, müssen Sie eine Bedingung erstellen, wenn die Promotion zutrifft. Ordnen Sie jede Bedingung einer einzelnen Promotion zu. Bedingungen legen die Szenarios fest, in denen der Inhalt einer bestimmten Promotion angezeigt wird. Um Bedingungen zu erstellen, müssen Sie Fragen beantworten. Ihre Antworten definieren dann diese Bedingung. Einige dieser Fragen sind beispielsweise, auf wen die Promotion abzielen soll, wann (an welchem Wochentag) die Promotion gezeigt wird, welcher Inhalt angezeigt werden soll und auf welche Kundenverhaltensweisen sie abzielen soll. Ihre Antworten auf diese Fragen definieren die Situation, in der eine bestimmte Bedingung zutrifft und deshalb der personalisierte Inhalt angezeigt wird. Bedingungen stellen auch die Möglichkeit bereit, in verschiedenen Situationen in der gleichen Einblendung mehrere Nachrichten anzuzeigen.

Im folgenden Diagramm wird die Beziehung zwischen E-Marketing-Einblendungen, Kundenprofilen und Promotionen mit Werbungen zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades dargestellt. Stellen Sie sich vor, dass ein Onlinegeschäft eine Frühjahrs-kampagne und eine Promotion startet, die größere Aufmerksamkeit auf den Muttertag lenken soll.



Die E-Marketing-Einblendung entspricht einer Promotion mit Werbungen zur Erhöhung des Bekanntheitsgrads für den Muttertag. Die Promotion, die dieser E-Marketing-Einblendung zugeordnet ist, verfügt über drei Bedingungen, die jeweils durch eine Zeile im Diagramm dargestellt sind. Jede Zeile zeigt, wie Bedingungen den dynamischen Inhalt für eine bestimmte Situation ermitteln. Diese Bedingungen geben das Zielkundenprofil, die Situation, in der die Bedingungen zutreffen und die Zielwerbung an, die angezeigt wird, wenn die Bedingung zutrifft. Wenn diese Seite angezeigt wird, kann eines der folgenden vier Resultate auftreten:

- Wenn der Kunde jünger als achtzehn Jahre alt ist und der aktuelle Tag am Wochenende vor dem Muttertag liegt, wird eine Werbung angezeigt, mit der er daran erinnert wird, Blumen für seine Mutter zu kaufen.
- Wenn der Kunde männlich und verheiratet ist und sein Einkaufskorb keine Blumen enthält, wird eine Werbung angezeigt, mit der er daran erinnert wird, Blumen für seine Frau zu kaufen.
- Wenn die Seite von einer Kundin aufgerufen wird, deren Haushalt mindestens zwei Personen umfasst und in deren Einkaufskorb sich Produkte im Wert von mehr als 20 EUR befinden, wird eine Werbung angezeigt, mit der sie daran erinnert wird, Blumen für sich selbst zu kaufen.
- Wenn der Kunde in keines dieser Profile passt oder die Situation nicht den spezifischen Kriterien entspricht, wird keine Werbung angezeigt.

Verwalten von Kampagnen

Das Notizbuch **Kampagne** erleichtert die Erstellung und Pflege von Marketingkampagnen. Diese Onlinekampagnen organisieren Marketingtechniken, einschließlich suggestivem Verkaufen und Werbungen zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades. Kampagnen stellen umfangreiche Marketingmaßnahmen dar, die normalerweise in Zusammenhang mit einem Anlass oder einem Ziel stehen, wie z. B. eine Kampagne zum Schulbeginn oder eine Weihnachtskampagne. Die Promotionen und ihre Bedingungen implementieren eine regelbasierte Verarbeitung, die für jeden Kunden einzeln personalisierte Inhalte generiert.

Der Inhalt einer Kampagne wird auf den JSP-Seiten Ihres Geschäfts angezeigt. Spezielle Databeans mit dem Namen 'E-Marketing-Einblendung' dienen als "Behälter" für diesen Inhalt. Anwendungsentwickler erstellen diese Einblendungen und verwenden sie beim Entwerfen der Seiten als Platzhalter.

Verwenden Sie die Seite **Kampagnen** zum Anzeigen der Marketingkampagnen, die für das aktuelle Geschäft definiert wurden. Die Liste enthält Informationen zu Namen und Beschreibung der betreffenden Kampagne. Sie können in dieser Liste auch andere Aktionen ausführen, beispielsweise neue Kampagnen erstellen, Kampagnen löschen und bestehende Kampagnen ändern.

Werbeaktionen

Couponrabatte

Mit Hilfe von Couponrabatten kann der Produktmanager Kunden Anreize zum Kauf anbieten. Ein *Coupon* ist ein Exemplar eines Couponrabatts. Er kann für spezifische Produkte (Produktartbedingung), Kategorien oder für den gesamten Einkauf gelten (Bestelltypbedingung). Wenn Sie beispielsweise viele rote Baseballkappen auf Lager haben, können Sie dafür für einen begrenzten Zeitraum 25 % Rabatt anbieten. Alternativ können Sie für alle Kunden, die in Ihrem Geschäft Produkte im Wert von 50 EUR erwerben, einen Rabatt von 3 EUR beim Kauf einer Baseballkappe gewähren.

Der Coupon kann einem Kunden im Web über das virtuelle Schaufenster oder auch über eine E-Mail angeboten werden. Unabhängig davon, wie der Coupon erhalten wurde, kann er von den Kunden beim Kassenvorgang eingelöst werden.

Couponrabatte sind in den folgenden Geschäftsmodellen verfügbar: Consumer Direct, B2B Direct und Reseller-Hosting-Geschäft.

Ein eCoupon ist das elektronische Onlineäquivalent eines Papiercoupons. Er ist ein elektronisches Angebot, das einem Kunden von einem Onlinegeschäft unterbreitet wird. Über den eCoupon erhält der Kunde einen Rabatt auf einige oder alle Artikel einer Bestellung. Der eCoupon kann bestimmten Bedingungen unterliegen, wie z. B. dass nur ein Coupon pro Bestellung verwendet werden kann.

Couponsarten

- Rabatt (Prozentsatz oder Betrag) auf den Produktpreis
- Rabatt (Prozentsatz oder Betrag) auf Produkte in einer bestimmten Kategorie
- Rabatt (Prozentsatz oder Betrag) auf die Gesamtsumme der Bestellung

Messwerte für Coupons

- Anzahl der verkauften Produkte oder Kategorien mit eingelöstem Coupon
- Generierter Umsatz für das Produkt oder die Kategorie mit eingelöstem Coupon
- Generierter Umsatz für die Bestellung mit eingelöstem Coupon

Es gibt drei Komponenten eines elektronischen Coupons:

Couponrabatt

Ein Couponrabatt ist eine Werbeaktion, die von einem Produktmanager ausgeführt wird. Diese Werbeaktion bietet Kunden Coupons an.

Coupon

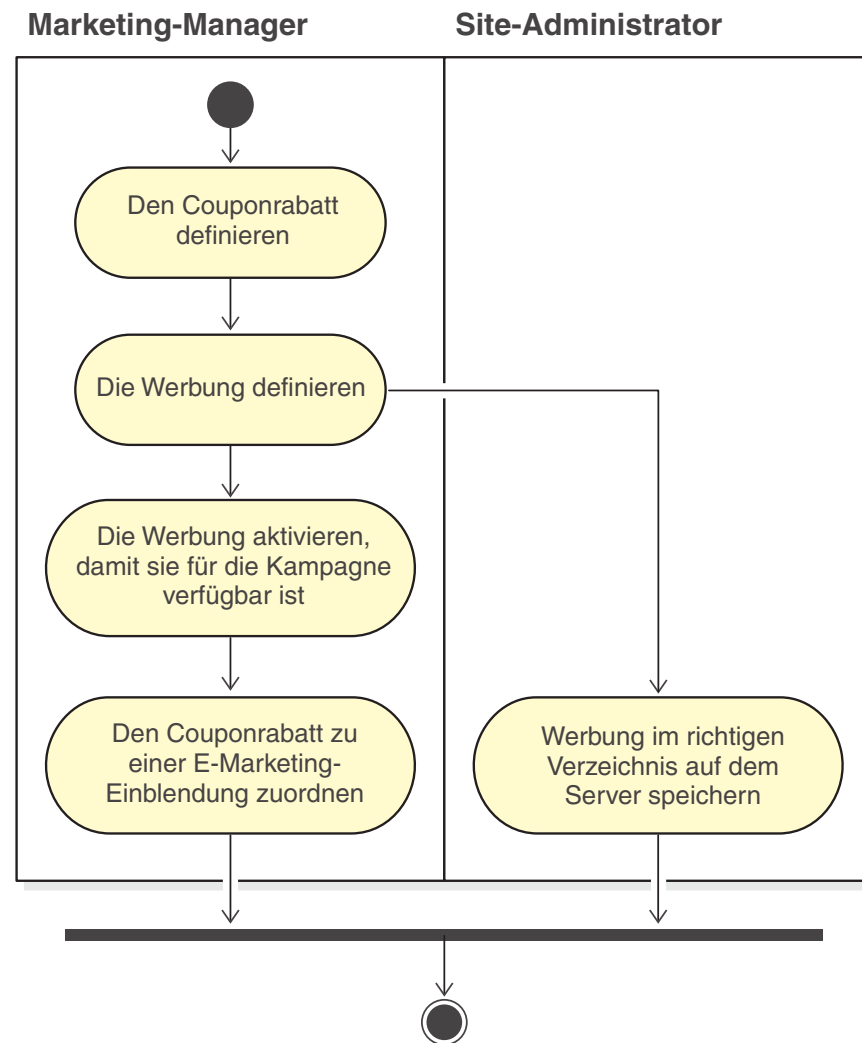
Ein Coupon ist eine elektronische Version eines Papiercoupons. Ein Coupon ist ein Exemplar eines Couponrabatts, das im System eindeutig identifiziert werden kann.

Coupon-Wallet

Eine Gruppe der eCoupons eines registrierten Kunden oder eines Gastkunden.

Definieren eines Couponrabatts

Im nachfolgenden Beispiel werden die Schritte beschrieben, die bei der Definition eines Couponrabatts ausgeführt werden müssen.



Definieren des Couponrabatts

1. Definieren Sie die allgemeinen Merkmale des Couponrabatts, wie den Namen, die Beschreibung und die Währung.
2. Definieren Sie den Zeitraum, in dem der Couponrabatt wirksam ist. Der Couponrabatt kann über eine definierte Start- und Endzeit verfügen oder stets wirksam sein.
3. Definieren Sie die Anzahl der Coupons. Sie können eine begrenzte Anzahl von Coupons oder eine uneingeschränkte Menge definieren.

- Definieren Sie die Bedingungen, unter denen Kunden den Coupon empfangen können:

Produktart

Der Kunde muss ein bestimmtes Produkt oder eine bestimmte Artikelnummer erwerben.

Kategoriety

Der Kunde muss einen Mindest- oder Höchstbetrag für den Einkauf einhalten.

Mindestbetrag

Der Mindestbetrag für den Einkauf in der Kategorie, der für die Berechtigung zum Einlösen des Coupons erforderlich ist.

Höchstbetrag

(Optional) Der Höchstbetrag für den Einkauf in der Kategorie, der für die Berechtigung zum Einlösen des Coupons erforderlich ist.

Bestelltyp

Der Kunde muss einen Mindest- oder Höchstbetrag für die Bestellung einhalten.

Mindestbetrag

Der Mindestbetrag für den Einkauf, der für die Berechtigung zum Einlösen des Coupons erforderlich ist.

Höchstbetrag

(Optional) Der Höchstbetrag für den Einkauf, der für die Berechtigung zum Einlösen des Coupons erforderlich ist.

- Legen Sie fest, wie die Anpassung angewendet wird:

Rabatt (Prozent) pro Produkt

Der Prozentsatz, der für jedes ausgewählte Produkt angeboten wird.

Festbetragsrabatt pro Produkt

Die Gesamtsumme des Rabatts, der beim Kauf jedes Produkts gewährt wird.

Rabatt (Prozent) auf die Bestellsumme

Bieten Sie einen Prozentsatz Rabatt auf die Bestellsumme.

Festbetragsrabatt auf die Bestellsumme

Bieten Sie einen Festbetragsrabatt auf die Bestellsumme.

Definieren von Werbung

Das Team für Media-Design erstellt für alle Bilder, die für die Werbeaktion erforderlich sind, Piktogrammbilder und Bilder in Vollgröße. Das Team schreibt auch die Textbeschreibungen für die Werbeaktion.

- Kopieren Sie die notwendigen Grafiken oder Flash-Dateien in das richtige Verzeichnis auf der WebSphere Commerce-Servermaschine. Der Site-Administrator ist u. U. die einzige Person, die auf dieses Verzeichnis zugreifen kann.
- Verwenden Sie die Werbefunktion dazu, den Text und die Grafiken, die im eCoupon verwendet werden, für die Kampagnenpromotion verfügbar zu machen und die Aktions-URL für den eCoupon-Rabatt festzulegen. Die Verwendung des Notizbuchs **Werbung** wird im Abschnitt auf Seite 97 beschrieben.
- Ordnen Sie den Couponrabatt zu einer E-Marketing-Einblendung zu und terminieren Sie ihn.

Verwendungsweise von eCoupon-Rabatten durch einen Kunden

Zur Verwendung von eCoupons geht der Kunde wie folgt vor:

1. Ein registrierter Kunde klickt die Bannerwerbung an, um den angebotenen eCoupon-Rabatt zu akzeptieren.
WebSphere Commerce erstellt ein Exemplar des Coupons und fügt dieses zur Coupon-Wallet des Kunden hinzu.
2. Der Kunde klickt den eCoupons-Link an.
Alle gültigen eCoupons werden angezeigt.
3. Der Kunde sucht mit Hilfe des Inhalts seines aktuellen Einkaufskorbs nach zutreffenden eCoupons. Er erwirbt ein zutreffendes Produkt und wendet dafür den entsprechenden eCoupon an.
Der Rabatt wird auf der Kassenseite für die Bestellung angezeigt.

Schrittweises Vorgehen

Mögliche Aktionen		Siehe Abschnitt...
Produktmanager	Verwenden von WebSphere Commerce Accelerator zum Erstellen und Löschen von Couponrabatten	<i>Couponrabatte</i> in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion
Kundendienstmitarbeiter	Verwenden von WebSphere Commerce Accelerator zum Einlösen eines Coupons bei der Verarbeitung einer Kundenbestellung	<i>Den Gesamtpreis einer Bestellung ändern</i> in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion
Anwendungsentwickler	Verstehen des Coupondatenmodells	"E-Coupon - Datenmodell" in der WebSphere Commerce Studio-Onlinehilfefunktion
	Erfahren, wie Coupons in einem Beispielgeschäft implementiert werden	<i>Creating and using coupons</i> im Handbuch <i>WebSphere Commerce Sample Store Guide</i>

Kapitel 15. Merchandising

In diesem Kapitel wird das Leistungsspektrum von WebSphere Commerce in Bezug auf Merchandising (Vermarktung) beschrieben. Merchandisingkonstrukte ermöglichen Unternehmen, bei ihren Kunden besser für ihre Produkte und Kategorien zu werben.

In WebSphere Commerce können zwei Typen von Merchandising verwendet werden:

- Merchandisingzuordnungen
- Einkaufsmetaphern

Merchandisingzuordnungen

Merchandisingzuordnungen (auch als Artikelzuordnungen bezeichnet) schlagen aus Werbegründen Kombinationen aus verschiedenen Katalogeinträgen vor. Diese Zuordnungen modellieren gewünschte Beziehungen zwischen Artikeln. Als Strategien zur Produktempfehlung für die Steigerung der Verkäufe in einem Geschäft definieren Merchandisingzuordnungen Beziehungen zwischen ausgewählten Katalogeinträgen. Neben werbungsorientierten Zuordnungen, wie Cross-Sells, Up-Sells und Vorschlägen für Zubehör, heben Schlüsselwörter zusätzliche semantische Informationen von Merchandisingbeziehungen hervor, wie z. B. *erfordert*, *temporär*, *kein* und *enthält bereits*.

Merchandisingzuordnungen setzen sich aus Quellenkatalogeinträgen und Zielkatalogeinträgen zusammen. Ein Quellenkatalogeintrag ist der Ursprungspunkt einer Merchandisingzuordnung. Wenn Sie einen Katalogeintrag auswählen, der als Quelle definiert ist, können Sie die definierten Beziehungen anzeigen. Ein Zielkatalogeintrag ist der Werbungskatalogeintrag am Ende der Merchandisingzuordnung.

Merchandisingzuordnungen werden in E-Marketing-Einblendungen angezeigt.

Sie können einen der folgenden Typen von Merchandisingzuordnungen erstellen:

Cross-Sell

Vorschlag eines weiteren Katalogeintrags auf der Basis eines bereits ausgewählten Katalogeintrags. Beispielsweise kann ein Händler beim Kauf einer Digitalkamera einen Farb-/Grafikdrucker mit hoher Auflösung oder beim Kauf einer Taschenlampe einen bestimmten Batterietyp vorschlagen.

Up-Sell

Vorschlag eines besseren Katalogeintrags auf der Basis des bereits ausgewählten. Beispielsweise kann ein Händler ein Fernsehgerät mit besserer Qualität vorschlagen, wenn ein Modell mit geringer Qualität ausgewählt wird.

Zubehör

Vorschlag eines Zubehöerteils, das den ausgewählten Katalogeintrag ergänzt. Beispielsweise kann ein Händler einen zusätzlichen Game-Controller vorschlagen, wenn ein Videospielsystem ausgewählt wird.

Alternative

Eine Beziehung zwischen einem Produkt und einem anderen, das als ein Funktionsäquivalent dafür betrachtet wird (z. B. Batterien von Duracell und von Energizer).

Ersetzung

Eine Beziehung zwischen zwei Produkten, bei denen das eine das andere ersetzen soll. Ein neu eingeführtes Produkt ersetzt eines, das nicht weiter hergestellt wird. (Beispielsweise wird Panasonic DVD A100 durch A101 ersetzt).

Wenn es notwendig ist, können Anwendungsentwickler Merchandisingzuordnungen für andere Typen von Zuordnungen, wie z. B. Down-Sell, anpassen.

Schrittweises Vorgehen

Mögliche Aktionen		Siehe Abschnitt...
Anwendungsentwickler	Ändern von Geschäftsseiten, sodass darauf Merchandisingzuordnungen angezeigt werden	<i>Eine EMarketingSpot-Bean einer JSP-Datei hinzufügen</i> in der WebSphere Commerce Studio-Onlinehilfefunktion
	Verstehen der Implementierung von Merchandisingzuordnungen	<i>Artikelzuordnungen - Datenmodell</i> in der WebSphere Commerce Studio-Onlinehilfefunktion
Verkäufer, Einkäufer (Einkaufsseite), Kategorie- manager oder Produkt- manager	Suchen, Erstellen, Ändern oder Löschen einer Merchandisingzuordnung	<i>Artikelzuordnungen</i> in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion
Reseller	Erstellen oder Ändern einer Reseller-Merchandising-Zuordnung	<ul style="list-style-type: none">• Eine Reseller-Artikelzuordnung erstellen• Eine Reseller-Artikelzuordnung ändern in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion

Produktberater

Der Produktberater ist ein Tool, das zum Erstellen eines interaktiven Onlineproduktkatalogs verwendet wird, der Kunden verschiedene Methoden anbietet, die gesuchten Produkte zu finden. Diese Methoden werden als Einkaufsmetaphern bezeichnet. Kunden mit geringen Kenntnissen bezüglich einer Produktkategorie können die Metapher 'Geführter Verkauf' verwenden, die sie über eine Reihe von Fragen und Antworten zu geeigneten Produkten hinführt. Die Kunden, die über größere Kenntnisse verfügen, können die Metapher 'Produkterforschung' verwenden, bei der gewünschte Produktmerkmale in einer Liste ausgewählt werden können. Wenn die Auswahl durch eine der genannten Methoden eingeschränkt wurde, können Kunden die Metapher 'Produktvergleich' verwenden, um ähnliche Produkte in einer Gegenüberstellung direkt miteinander zu vergleichen. Der Produktberater überprüft die Berechtigung der einzelnen Kunden und zeigt nur Suchergebnisse an, zu deren Ansicht der betreffende Kunde berechtigt ist.

Zwei Suchmethoden sind zur Verwendung im Produktberater verfügbar.

Getrennter Suchbereich

Zusätzliche Datenbanktabellen, um die vorhandenen Produktdaten erneut zu formatieren und so optimierte parametrische Suchvorgänge zu ermöglichen, die sich auf einzelne Kategorien konzentrieren. Die Kategorie- und Attributinformationen werden von den Basisdatenbanktabellen getrennt.

Basissuchbereich

Durchsucht die WebSphere Commerce-Datenbank, die während der Exemplarkonfiguration erstellt wurde.

Beide Suchbereiche erfordern die Aufnahme zusätzlicher Attributmetadaten in die Produktberatertabellen der Datenbank. Erstellen Sie unter Verwendung von WebSphere Commerce Accelerator oder unter Verwendung der Schedulerbefehle einen Suchbereich. Der Produktberater umfasst Schedulerbefehle, die die Automatisierung des Erstellungsprozesses für beide Suchbereiche erleichtern. Als Eingabe für den Schedulerbefehl muss eine XML-Datei erstellt werden, die Ihren Anforderungen entspricht.

Kunden interagieren mit dem Katalog durch Verwenden von *Einkaufsmetaphern*. Es gibt drei Arten von Einkaufsmetaphern, von denen jede die Katalogdaten auf eine eigene Weise darstellt:

Produktvergleich

Die Metapher 'Produktvergleich' zeigt verwandte Produkte nebeneinander an, sodass Kunden die Ähnlichkeiten und Unterschiede dazwischen erkennen können. Starten Sie die Metapher 'Produktvergleich' direkt oder über die Metaphern 'Produkterforschung' oder 'Verkaufsassistent'. Mit der Metapher 'Produktvergleich' können Kunden die ausgewählten Produkte vergleichen.

Produkterforschung

Die Metapher 'Produkterforschung' soll für Kunden dienen, die mit den Merkmalen einer gegebenen Produktkategorie vertraut sind. Der Kunde wählt die gewünschten Merkmalswerte aus, wodurch eine parametrische Suche in den Produktdaten gestartet wird. Die Metapher 'Produkterforschung' kann zum Anzeigen der resultierenden Liste der geeigneten Produkte verwendet werden, die mit den ausgewählten Parameterwerten übereinstimmen.

Verkaufsassistent

Die Metapher 'Verkaufsassistent' dient Kunden, die sich nicht sicher sind, wo sie ihre Suche beginnen sollen. Sie präsentiert eine Reihe von Multiple-Choice-Fragen, bei denen jeweils eine Antwort die nächste Frage bestimmt. Sie können für eine Frage so viele Antworten erstellen, wie Sie möchten. Für jede Antwort können Sie eine nachfolgende Frage erstellen.

Während der Kunde die Fragen beantwortet, werden die Informationen, die durch jede Frage bereitgestellt werden, gesammelt. Daraus wird eine Liste mit Produkten ermittelt, die zu den Antworten passen. Diese Liste wird mehr und mehr eingeschränkt. Der Kunde kann sich jederzeit dazu entscheiden, diese Liste anzuzeigen oder die Beantwortung der Fragen fortzusetzen. Standardmäßig besteht von den Antworten der letzten verfügbaren Frage ein Link zu einer zuvor definierten Metapher 'Produktvergleich'. Wenn der Kunde die letzte Frage beantwortet, wird automatisch eine Liste mit passenden Produkten angezeigt. Sie können die Standardeinstellung außer Kraft setzen und eine andere Metapher oder URL angeben.

Metaphern können unter Verwendung der Tools in WebSphere Commerce Accelerator oder durch Ausführen terminierter Befehl (Schedulerbefehle) in der Verwaltungskonsole erstellt werden. Wenn Metaphern unter Verwendung terminierter Befehle erstellt werden, müssen Sie eine XML-Datei erstellen, die als Eingabe für die terminierten Befehle dient.

Ermitteln, ob die Katalogdaten für den Produktberater geeignet sind

Ziehen Sie die folgenden Bereiche in Betracht, um zu ermitteln, ob Ihr Katalog für die Verwendung mit dem Produktberater geeignet ist:

Merkmale

Sie sollten sicherstellen, dass Ihr Katalog eine Vielzahl von Produktmerkmalen aufweist. Metaphern nehmen Produkte in eine Produktliste auf, die auf den Merkmalswerten dieser Produkte basiert, bzw. entfernen diese aus der Liste. Ein Produkt muss über eine große Zahl an Merkmalen verfügen, damit es von anderen unterschieden werden kann.

Nehmen Sie als Beispiel ein Geschäft, in dem Computer verkauft werden. Für diese Computer wurden mehrere Merkmale definiert. Beispiele für diese benutzerdefinierten Merkmale sind u. a.: CD-ROM-Laufwerk, Festplattenlaufwerk, Speicherkapazität, Betriebssystem und Prozessor. Auf der Basis dieser Merkmale grenzen die Metaphern die Auswahl von zutreffenden Produkten für den Kunden ein. Kunden können beispielsweise angeben, dass sie nur an Computern mit einer Mindestspeicherkapazität von 256 MB interessiert sind. Damit die Metaphern diese Information verwenden können, muss für dieses Charakteristikum ein Merkmal definiert werden (in diesem Fall *Speicherkapazität*). Mit anderen Worten: Verstehen und definieren Sie die Merkmale, mit deren Hilfe Kunden zwischen Produkten unterscheiden sollen, bevor Sie Ihre Einkaufsmetaphern erstellen.

Kataloghierarchie

In der Kataloghierarchie werden Produkte mit denselben Merkmalen in einer Kategorie gruppiert.

Produktattribute

Der Produktberater verwendet die in den WebSphere Commerce-Datenbanktabellen definierten Attribute als Merkmale. Benutzen Sie für jedes Merkmal, das für den Produktberater erforderlich ist, ein einziges Attribut. Stellen Sie sicher, dass Sie für alle Produkte (oder Artikel) in einer Kategorie dasselbe Attribut verwenden.

Entwerfen des Ablaufs von Fragen und Antworten für die Metapher 'Verkaufsassistent'

In dieser Metapher müssen Sie die Kenntnisse Ihrer Verkäufer erfassen. Stellen Sie also sicher, dass Sie die entsprechenden Verkaufs- und Produktspezialisten beim Entwickeln dieser Informationen um ihre Mitarbeit bitten.

Schrittweises Vorgehen

Mögliche Aktionen		Siehe Abschnitt...
Anwendungsentwickler	Verstehen der Implementierung des Produktberaters	<ul style="list-style-type: none"> • Produktberater • Produktberater - Datenmodell • JSP-Beispieldateien in der WebSphere Commerce Studio-Onlinehilfefunktion
Verkäufer, Einkäufer (Einkaufsseite), Kategorie- manager oder Produktmanager	Verwenden von Einkaufs- metaphern in einem Geschäft	<ul style="list-style-type: none"> • Produktberater • Eine Produktvergleichs- metapher erstellen • Eine Produkterforschungs- metapher erstellen • Einen 'geführten Verkauf' (Guided Sell) für eine Kategorie erstellen • Suchbereich für den Produktberater erstellen in der WebSphere Commerce- Onlinehilfefunktion

Kapitel 16. Auktionen

Auktionen sind ein immer populärer werdendes Verkaufsmodell für Onlinetransaktionen. Auktionen stellen eine Methode zum Vereinbaren und dynamischen Festlegen des Preises und anderer Bedingungen für den Verkauf von Produkten und Dienstleistungen dar. WebSphere Commerce stellt Tools zur Verfügung, die Sie bei der Erstellung und Verwaltung von Auktionen auf Ihrer Site unterstützen. Die Auktionskomponente stellt eine ideale Umgebung für die Implementierung von Auktionen von kleiner bis mittlerer Größe als Teil Ihrer E-Commerce-Lösung bereit.

Die Erstellung und Verwaltung einer WebSphere Commerce-Auktion ist einfach. Der Produktmanager kann vom System bereitgestellte Auktionsmethoden verwenden oder angepasste Auktionsmethoden erstellen. Auktionsmethoden enthalten vordefinierte Werte für Eingabefelder und verringern die zur Erstellung von Auktionen erforderliche Zeit.

WebSphere Commerce-Auktionen bieten ein hohes Maß an Sicherheit. In Einkaufszentren mit mehreren Geschäften können Händler oder Administratoren eines bestimmten Geschäfts keine Auktionen für die anderen Geschäfte einrichten oder ändern. Berechtigte Benutzer können Auktionsgebote anzeigen. Standardmäßig können Benutzer, die dem Aufgabenbereich 'Verkäufer' oder 'Produktmanager' zugeordnet sind, Auktionsgebote anzeigen. Nur registrierte Kunden, die bei der Site angemeldet sind, können Gebote abschicken. Das System verschlüsselt alle sensiblen Informationen.

Suchfunktionen, die die Angabe mehrerer Attribute zulassen, ermöglichen Ihnen die Suche nach spezifischen Auktionen. Sie können Auktionen nach Auktions-ID, Art oder Produkt suchen. Daneben können Sie nach Auktionsmethoden und Regeln zur Gebotssteuerung suchen.

Der Kundendienstmitarbeiter verwendet Diskussionsforen zum Anzeigen und Beantworten von Nachrichten von Kunden, die eine bestimmte Auktion betreffen. Verwenden Sie diese Foren dazu, weitere Informationen über das zu versteigernde Produkt, über Auktionsregeln und über zukünftige Auktionen für Kunden bereitzustellen.

Auktionen stehen in den folgenden Geschäftsmodellen zur Verfügung: Consumer Direct, Business Direct, Business Indirect-Reseller-Marketplace, Business Indirect-Reseller-Hostinggeschäft, Business Indirect-Lieferantenhostinggeschäft.

Merkmale für Auktionsteilnehmer

Die Aktionen, die Auktionsteilnehmer ausführen können, werden in der nachfolgenden Liste beschrieben.

Auktionsregeln

Für jede Auktion gilt eine Reihe von Regeln. Der Bieter muss diese Regeln prüfen und verstehen, bevor er an einer Auktion teilnimmt. Auktionsregeln geben die folgenden Informationen an:

- Die Art der Auktion sowie Name und Menge des Produkts.
- Das Mindestgebot, falls vorhanden.

- Den Zahlungsbetrag. Gewinner, die die Artikel ablehnen, die sie bei der Auktion ersteigert haben, verlieren den Zahlungsbetrag. Zahlungsbeträge werden in der Datenbank gespeichert, wenn ein Kunde ein Gebot übergibt. WebSphere Commerce Payments verarbeitet diese Zahlungen jedoch nicht. Wenn Sie Zahlungen verarbeiten möchten, müssen Sie Code schreiben, um die Zahlungsverarbeitung zu implementieren.
- Startdatum und Startzeit der Auktion.
- Bedingungen, die für das Ende der Auktion gelten, wie ein geplantes Enddatum und eine geplante Endzeit.
- Gebotsregeln für die Auktion, die den Mindestgebotspreis, die Menge und die Gebotserhöhung beschreiben. Gebotsregeln gelten für offene Auktionen und für Auktionen mit versiegelten Geboten.
- Die Preismechanismen für die Auktion.

Wenn in einer Auktion mehrere Produkte verfügbar sind, kann es dabei mehrere Gewinner geben. Die Gebote, die den Zuschlag erhalten, können aber jeweils unterschiedliche Werte haben. Preismechanismen werden wirksam, wenn mehrere Artikel in einer Auktion verfügbar sind oder die Auktionsmenge nicht der Mindestgebotsmenge entspricht. WebSphere Commerce-Auktionen unterstützen zwei Preismechanismen.

Selektiv

Die Gewinner der betreffenden Auktion bezahlen jeweils den exakten Gebotsbetrag.

Nicht selektiv

Die Gewinner der Auktion bezahlen den Preis, der vom Gewinner mit dem niedrigsten Gebot gezahlt wird, das den Zuschlag erhält.

Bei offenen Auktionen oder Auktionen mit versiegelten Geboten muss selektive oder nicht selektive Preisgestaltung verwendet werden.

- Weitere Kommentare zur Auktion. Geben Sie Ihre Kommentare in den Feldern für Kurzbeschreibungen oder für ausführliche Beschreibungen auf der Regelseite ein. Die von Ihnen hinzugefügten Informationen werden an die Bieter weitergegeben.

Wenn die Auktionsregeln während einer Auktion geändert werden, müssen sie von den Bietern vor dem Abschicken oder Aktualisieren von Geboten erneut gelesen werden. Gebote, die vor der Änderung der Regeln übergeben wurden, sind nicht betroffen und können immer noch den Zuschlag erhalten.

Automatische Gebote

Teilnehmer können für offene Auktionen automatische Gebote verwenden.

Dazu müssen Sie diese Gebote so definieren, dass darin ein maximaler Gebotswert und andere Informationen angegeben werden.

Auktionsgalerie

In der Auktionsgalerie werden Auktionen angezeigt, die für Kunden von Interesse sind. Kunden können Auktionen zur Auktionsgalerie hinzufügen oder daraus entfernen. Die Auktionsgalerie umfasst Auktionen, die explizit vom Kunden zur Galerie hinzugefügt wurden, damit er diese überwachen oder daran teilnehmen kann. Wenn ein Kunde ein Gebot für eine Auktion übergibt, wird diese Auktion zur Galerie hinzugefügt.

Hinweismessages für Auktionen

Teilnehmer erhalten Nachrichten, in denen ihnen Ereignisse wie der Zuschlag bei einer Auktion mitgeteilt werden. Wenn Kunden die jeweilige Nachricht nicht innerhalb eines angegebenen Zeitraums lesen, erhalten sie automatisch eine E-Mail-Nachricht mit demselben Text.

Diskussionsforen

Kunden können über Diskussionsforen für Auktionen mit dem Geschäft kommunizieren.

Auktionsarten

WebSphere Commerce stellt drei Auktionsarten bereit:

Offene Auktion

Auktionen der Art **offene Auktion** gehören dem Modell der öffentlichen Treffen an, d. h. alle Gebote können von allen Beteiligten eingesehen werden. Bei **offenen Auktionen** gibt es normalerweise eine kurze Antwortzeit zwischen der Abgabe des letzten Gebots und dem Zeitpunkt, an dem der Administrator die Auktion schließt. Diese Art von Auktion funktioniert in Situationen sehr gut, in denen die potenziellen Käufer zur gleichen Zeit an der Auktion teilnehmen und keine Schwierigkeiten damit haben, wenn sie schnell Gegengebote abgeben müssen. Wenn es notwendig ist, kann der Administrator den Zeitraum zwischen der Übergabe des letzten Gebots und dem Schließen der Auktion vergrößern. Dadurch erhalten Kunden mehr Zeit, zu reagieren und Gebote abzusenden.

Versiegelte Gebote

Bei Auktionen mit **versiegelten Geboten** mit nur einer Runde wird ein privater Versteigerungsprozess verwendet. Jeder Teilnehmer gibt ein privates Gebot ab, das nur er selbst und der Administrator kennt. Die Auktion schließt zum Endtermin für die Übergabe von Geboten. Der Administrator ermittelt die Gewinner und die Verlierer der Auktion. Verwenden Sie Auktionen mit **versiegelten Geboten**, wenn es für Bieter ungünstig ist, sofort Gegengebote vorzubereiten. Folgende Aspekte kennzeichnen Auktionen mit versiegelten Geboten:

- Anonymität der Gebote unter den Bietern
- Langer Zeitraum bis zum Annahmeschluss für die Abgabe von Geboten; dadurch können die Bieter Informationen sammeln, Entscheidungen treffen und ihre Gebote vorbereiten und abgeben

Holländische Auktion

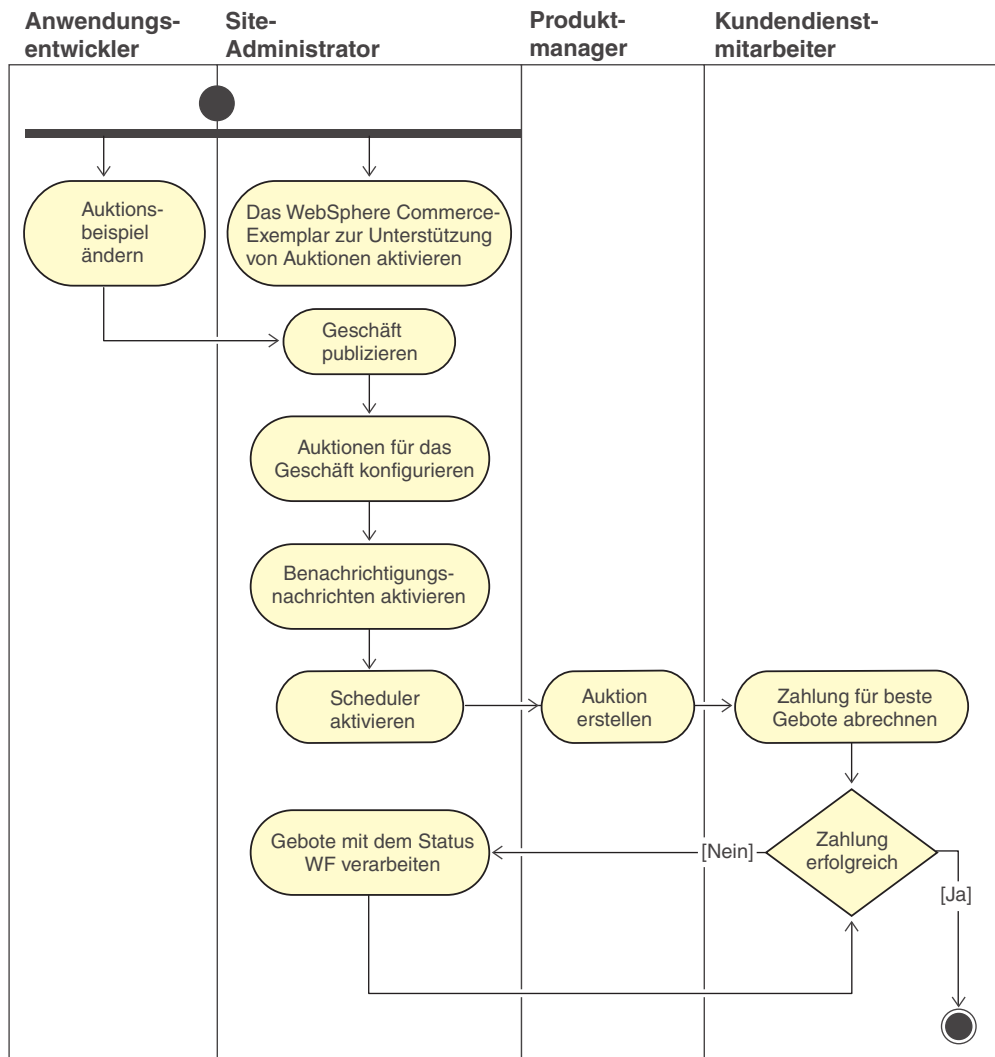
Bei einer **holländischen Auktion** gibt der Administrator einen Preis bekannt und fragt, ob es Teilnehmer gibt, die bei diesem Preis einen Handel eingehen möchten. Bei **offenen Auktionen** und Auktionen mit **versiegelten Geboten** schicken dagegen die Teilnehmer Gebotspreise ab. Die Auktion beginnt mit einem hohen Gebotspreis, der im Lauf der Zeit verringert wird, bis genügend Bieter vorhanden sind, damit der Lagerbestand vollständig geräumt werden kann.

Bei allen Auktionen finden die Interaktionen zwischen Ihrem Geschäft und den Kunden statt, nie zwischen den Kunden.

Im Unterschied zu einer traditionellen Auktionsumgebung, bei der Auktionen nacheinander ausgeführt werden, können mehrere WebSphere Commerce-Auktionen gleichzeitig laufen.

Konfigurieren von WebSphere Commerce-Auktionen

Im folgenden Diagramm werden alle an der Implementierung und Pflege von Auktionen im Geschäft Beteiligten gezeigt:



Verwalten von Auktionen für das Geschäft

Wenn eine Auktion erstellt wurde, können Sie sie anzeigen, ändern, zurückziehen oder schließen. Sie können auch abgeschickte Gebote anzeigen und aktive Gebote für Kunden zurückziehen. Die Auktionsverwaltung bezieht sich darüber hinaus auf Funktionen im Bereich Diskussionsforen. Sie können Fragen von Kunden beantworten, weitere Informationen bereitstellen und einzelne Nachrichten oder ganze Diskussionsstränge entfernen.

Benutzer, denen der Aufgabenbereich 'Produktmanager' oder 'Einkäufer (Verkaufseite)' zugeordnet ist, können die folgenden Tasks ausführen:

- Eine neue Auktion erstellen
- Eine bestehende Auktion ändern
- Eine Zusammenfassung einer Auktion anzeigen
- Eine Auktion zurückziehen
- Diskussionsforen für Auktionen verwalten
- Gebote verwalten
- Gebote abschließen
- Auktionen suchen

Verwalten von Auktionen für Kunden

Normalerweise verwalten Kundendienstmitarbeiter Auktionen für Kunden.

Der Kundendienstmitarbeiter kann beispielsweise die folgenden Details zu Auktionen anzeigen:

- Auktions-ID, die die Auktion eindeutig kennzeichnet
- Auktionsart: holländische Auktion, offene Auktion oder Auktion mit versiegelten Geboten
- Artikelnummer, die das zu versteigernde Produkt eindeutig kennzeichnet
- Auktionsstatus
- Menge der Produkte in der Auktion

Der Kundendienstmitarbeiter kann die folgenden Tasks ausführen:

- Auktionen suchen
- Auktionen anzeigen
- Auktionsgebote für Kunden zurückziehen
- Diskussionsforen für Kunden erstellen und pflegen

Schrittweises Vorgehen

Mögliche Aktionen	Siehe Abschnitt...
Anwendungsentwickler Ändern der Auktionsbeispielseiten	Die im Lieferumfang von WebSphere Commerce enthaltenen Beispielgeschäfte stellen Beispielauktionsseiten bereit. Verwenden Sie dazu die SAR-Datei für die einzelnen Modelle, wie beispielsweise <code>BusinessIndirectReseller.sar</code> . Informationen zu den Beispielgeschäften finden Sie im Handbuch <i>WebSphere Commerce Sample Store Guide</i> .
Site-Administrator Konfigurieren der Infrastruktur, sodass die Site Auktionen verwenden kann	WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion Ein Gebot mit dem Status WF verarbeiten Benachrichtigungsnachrichten für Auktionen aktivieren Den Geschäftsablauf mit WebSphere Commerce Accelerator konfigurieren
Site-Administrator Pflegen der Datenbank	Informationen dazu finden Sie im Abschnitt <i>Database cleanup utility</i> des Handbuchs <i>WebSphere Commerce Administration Guide</i> .
Site-Administrator Fehlerbehebung	WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion Ein Gebot mit dem Status WF verarbeiten
Produktmanager, Einkäufer (Verkaufsseite)	WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion Vorhandene Auktionen ändern Gebote verwalten Das Gebot eines Teilnehmers zurückziehen Diskussionen verwalten Eine Auktion zurückziehen Das Bieten für eine Auktion beenden
Kundendienstmitarbeiter	WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion Diskussionen verwalten Das Gebot eines Teilnehmers widerrufen

Kapitel 17. Berichterstellung und Business Intelligence

In diesem Kapitel wird das Leistungsspektrum von WebSphere Commerce in den Bereichen Erstellung von Betriebsberichten und Business Intelligence beschrieben. In WebSphere Commerce gibt es zwei Berichtstypen:

Business Intelligence-Berichte

Umfassendere Funktionalität im Bereich Business Intelligence-Berichterstellung stellt WebSphere Commerce Analyzer, eine optionale Komponente von WebSphere Commerce, zur Verfügung.

Betriebsberichte

Stellt Berichte für Lagerbestands-, Produkt-, Rückgaben- und Vertragsverwaltung sowie für die Verwendung des Produktberaters bereit. Diese Berichte werden als Betriebsberichte bezeichnet.

Analysen und Business Intelligence

WebSphere Commerce Analyzer besteht aus einer umfassenden Reihe von Tools für die Analyse von E-Commerce-Ergebnisdaten. Insbesondere das WebSphere Commerce Analyzer-Datamart enthält Auszüge aus den operativen WebSphere Commerce-Daten, was umfassende Informationen zu dem betreffenden Unternehmen ergibt. Wenn professionelle Anwender die bereitgestellten Berichte zur Analyse verwenden, können sie Einblicke in Trends und Kundenmerkmale erhalten sowie bessere Entscheidungen treffen, Strategien entwickeln und Informationen zur Optimierung ihres Unternehmens erhalten.

Im vorherigen Release von WebSphere Commerce wurde die Berichterstellung zu Analysezielen mit Hilfe von WebSphere Commerce Analyzer Entry Edition durchgeführt. Erforderlich sind tiefere Einblicke in die Daten sowie ein besseres Verständnis von Trends. Da Datenfilterung (Data Mining) und Business Intelligence integrale Bestandteile von WebSphere Commerce sind, wurde das Produkt WebSphere Commerce Analyzer aus den vorherigen Releases in den Bereichen integrierte Tools zur Datenanalyse und Berichterstellungsverfahren umfassend erweitert. Die folgenden erweiterten Funktionen stehen jetzt zur Verfügung:

- Ein Datamart, das auf einem separaten Server installiert ist, auf dem detaillierte Datenanalyse- und Berichterstellungsvorgänge ausgeführt werden können, ohne dass die Leistung der WebSphere Commerce-Betriebssysteme beeinträchtigt wird. Das Datamart wurde mit vordefinierten und erweiterbaren Berichterstellungstabellen entworfen, damit Protokolldaten für Vergleiche zur Verfügung stehen.
- Eine Reihe von Tools, um Daten von der WebSphere Commerce-Betriebsdatenbank in das Datamart zu extrahieren, umzuwandeln und zu laden. Diese Extraktionstools umfassen vordefinierte Extraktionen, die auf einfache Weise erweitert werden können, um angepassten Datenanforderungen gerecht zu werden.
- Eine Reihe von Tools zur Datenfilterung für die Business Intelligence-Analyse der im Datamart gespeicherten Informationen. Dieses Datenfilterungsverfahren bietet die Möglichkeit, in Daten Trends und Merkmale zu suchen, die sonst möglicherweise nicht offensichtlich sind, wodurch sich Einblicke ergeben, die umfassende Möglichkeiten zur Wertsteigerung mit sich bringen.

- Das Berichterstellungsgerüst (Reporting Framework) bietet Benutzern eine umfassende Liste analytischer Berichte. Mit Hilfe von mehr als 250 Berichten in 16 Kategorien wird sichergestellt, dass Benutzer über die Daten verfügen, die für ihr spezifisches Interessensgebiet erforderlich sind. Dieses Gerüst ist im Lieferumfang von WebSphere Commerce Analyzer enthalten, damit Unternehmen diejenigen Berichte erweitern können, die vom System bereitgestellt werden, indem vorhandene Berichte geändert oder neue erstellt werden. Dieses Berichterstellungsgerüst ersetzt das Produkt Brio Broadcast Server, das im Lieferumfang vorheriger Releases enthalten war. Wenn Sie weitere zuverlässige Berichterstellungsfunktionen einsetzen wollen, stehen dafür Kits zur Berichterstellungsintegration bereit, die für mehrere der kommerziellen Softwareanbieter für die Berichterstellung eingesetzt werden können.
- Im Datamart sind Funktionen zur Analyse von Klickprotokollen enthalten, wodurch Sie die Möglichkeit erhalten, detaillierte Analysen mit Vergleichen zwischen Transaktions- und Klickprotokolldaten auszuführen. Dadurch erhalten Sie einen besseren Einblick in die Funktionen und Prozesse.
- Marketingmanager können das hoch entwickelte Datenfilterungsverfahren verwenden, um Trends in den Daten zu entdecken und Kundenprofile zu ermitteln, die zu diesen Trends passen. Suchen Sie beispielsweise Kundensegmente, die mehr als einen einzigen Artikel aus einer vorangegangenen Werbemaßnahme bestellt und Expressversand verwendet haben. Mit der Datenfilterung können Ergebnisse, die den im Modell angegebenen Merkmalen entsprechen, dynamisch gesucht werden. 26 vordefinierte Modelle sind im Lieferumfang enthalten, und Sie können so viele hinzufügen, wie Sie wollen. Die Kundenprofile können zur Erstellung einer Liste von Benutzern in der Werbungs- oder Kampagnenfunktion von WebSphere Commerce Accelerator führen, was dann einen *geschlossenen Analysekreislauf* ergibt.

Geschlossene Analysekreisläufe

Geschlossene Analysekreisläufe stellen ein Verfahren bereit, mit dem rasch von der Analysephase zur Umsetzung der daraus gewonnenen Ergebnisse gewechselt werden kann. Geschlossene Analysekreisläufe integrieren erweiterte Analyseergebnisse der Datenfilterung, damit ein Marketingmanager auf der Basis der Segmente, die von der Datenfilterungsfunktion von WebSphere Commerce Analyzer generiert wurden, ein explizites Kundenprofil erstellen kann.

Diese Funktion eines geschlossenen Kreislaufs macht die manuellen Schritte zwischen WebSphere Commerce Analyzer und WebSphere Commerce überflüssig, indem die Erstellung einer Liste mit explizit angesprochenen Kunden automatisiert wird. Genauere Kundenprofile werden unter Verwendung des Segments (der Mitgliederliste) erstellt, das von WebSphere Commerce Analyzer generiert wird (explizites Profil).

Berichte zur Kontenverwaltung

Der Verkaufsmanager kann Vertragswerte optimieren und maximieren, indem er die Leistung und Effizienz des Vertrags analysiert. Lernen Sie Ihre Kunden besser kennen, um den Kundenwert zu optimieren und die Möglichkeiten zum Verkauf von Produkten und Dienstleistungen an die richtigen Kunden zu maximieren. Finden Sie unterschwellige Verhaltensmuster und wichtige Einkaufstrends heraus, um die Geschäftsaktivität zu optimieren. Schließen Sie den Kreis, indem Sie auf verborgene Trends und Informationen reagieren, um zufriedenstellende Ergebnisse zu erzielen.

Der Verkaufsmanager kann rasch Berichte erstellen, die sich auf ein bestimmtes Konto oder auf einen bestimmten Vertrag beziehen. Bearbeiter des Kundenkontos können Berichte erstellen, die sich auf eigene Konten und Verträge beziehen.

Bestellungen pro Konto

Überprüft Bestellungen für den ausgewählten Kontostand.

Saldo/Limits für eingeschränkte Einkaufsaufträge pro Konto

Überprüft den aktuellen Saldo und das Limit für Einkaufsaufträge für das ausgewählte Konto.

Erstattung pro Konto

Überprüft die Erstattungen, die für das ausgewählte Konto ausgestellt wurden.

Verträge mit unmittelbar bevorstehendem Ablaufdatum

Überprüft die Verträge für das ausgewählte Konto, deren Ablaufdatum unmittelbar bevorsteht.

Berichte zur Vertragsverwaltung

Der Verkaufsmanager kann rasch Berichte erstellen, die sich auf ein bestimmtes Konto oder auf einen bestimmten Vertrag beziehen. Bearbeiter des Kundenkontos können Berichte erstellen, die sich auf eigene Konten und Verträge beziehen.

Belastungsumsätze nach Vertrag

In diesem Bericht werden alle Bestellungen aufgelistet, die dem ausgewählten Vertrag zugeordnet sind.

Erstattungen pro Vertrag

In diesem Bericht werden alle Erstattungen aufgelistet, die dem ausgewählten Vertrag zugeordnet sind.

Verwaltung des erwarteten Lagerbestands

Lagerbestandsbelege über Datensätze zum erwarteten Lagerbestand

Überprüft Belege für Datensätze zum erwarteten Lagerbestand.

Geöffnete Datensätze zum erwarteten Lagerbestand

Überprüft erwartete Belege und Datensätze über ausstehenden erwarteten Lagerbestand.

Lagerbestandsberichte

WebSphere Commerce Accelerator stellt die folgenden Berichte bereit, mit denen Probleme bei Lagerbestand protokolliert werden können.

Lagerbestandsbelege nach Produkt

Dieser Bericht listet alle Belege auf: Belege für Datensätze zum erwarteten Lagerbestand, Spontanbelege und Belege, die als Folge einer Produkt-disposition hinzugefügt wurden. Verwenden Sie diesen Bericht, um Lagerbelege zu prüfen. Berichtsoptionen sind unter anderem das Start- und das Enddatum, Artikelnummern und Fulfillment-Center. Der Bericht kann entweder nach Artikelnummern oder nach dem Empfangsdatum sortiert werden.

Bestandskorrekturen

Dieser Bericht enthält Bestandskorrekturen nach Produkten. Berichtsoptionen sind unter anderem das Start- und das Enddatum, Artikelnummern, Fulfillment-Center und Anpassungsgründe. Der Bericht kann nach Anpassungsdatum oder Artikelnummer sortiert werden. Er ist nach Produkten, Fulfillment-Centern und Anpassungsdaten gruppiert.

Lagerbestandsstatus

Dieser Bericht enthält die aktuelle Lagerbestandszuordnung und den Belegstatus für Produkte, die auf Lager sind. Berichtsoptionen sind unter anderem Artikelnummern und Fulfillment-Center. Der Bericht kann nach Artikelnummern sortiert werden. Der Bericht ist nach Fulfillment-Centern und Artikelnummern gruppiert.

Lagerbestandsbelege über Datensätze zum erwarteten Lagerbestand

Dieser Bericht enthält Belege für Datensätze zum erwarteten Lagerbestand.

Ausnahmebedingungen beim Versand

Dieser Bericht enthält die Freigaben, für die Inhaltsverzeichnisinformationen fehlen.

Produkte in Bestellungen mit Lieferrückstand

Dieser Bericht enthält Sammelinformationen zu Bestellungen mit Liefer-rückstand nach Produkten. Verwenden Sie diesen Bericht, um die aktuelle Lagerbestandszuordnung und den Belegstatus für Produkte zu prüfen, die auf Lager sind. Berichtsoptionen sind unter anderem Artikelnummern und Fulfillment-Center. Die Ergebnisse können nach Artikelnummern sortiert werden. Der Bericht ist nach Fulfillment-Centern und Artikelnummern gruppiert.

Bestellungsübersicht

Dieser Bericht enthält eine Übersicht über die Bestellungen, die in einer benutzerdefinierten Verkaufsperiode vom Geschäft empfangen wurden.

Rabatte

Dieser Bericht enthält Informationen über den Umsatz durch den Verkauf sowie die Verkaufsziele, die den definierten Rabatten zugeordnet sind.

Überfällige Bestellungen mit Lieferrückstand

Dieser Bericht enthält Bestellungen, bei denen bestimmte Produkte mit Lieferrückstand überfällig sind.

Geöffnete Datensätze zum erwarteten Lagerbestand

Dieser Bericht enthält geöffnete Datensätze zum erwarteten Lagerbestand. Verwenden Sie diesen Bericht, um erwartete Belege und ausstehende Datensätze zum erwarteten Lagerbestand zu prüfen.

Marketingberichte

Vor der Verwendung der Marketingberichte muss der Site-Administrator die Marketingereignisüberwachung aktivieren.

Kampagnenpromotionen generieren Statistiken über ihre Verwendung. Diese Statistiken können von Verkäufern und Marketingmanagern unter Verwendung von WebSphere Commerce Accelerator angezeigt werden. Sie geben die Durchklickrate einer Promotion für jede E-Marketing-Einblendung an dem Ort an, an dem sie implementiert wurde. Diese Statistiken stellen eine Rückmeldung bezüglich der Effektivität der betreffenden Promotion sowie Vergleichsdaten zu ihrem Erfolg an den verschiedenen Orten bereit, an denen sie angezeigt wird.

Statistiken zur Kampagnenpromotion

Enthält für jede Kampagnenpromotion die folgenden Informationen:
E-Marketing-Einblendung, Besuche, Klicks, Klickrate.

Produktberater - Statistik

Verwenden Sie diese Liste, um die Statistik für alle Produktberatermetaphern für die gesamte Site anzuzeigen. Die Statistik wird in einer Tabelle mit den folgenden Informationen angezeigt: Kategorie-ID, Kategorienname, Metaphername, Anzahl.

Produktvergleich - Statistik

Verwenden Sie diese Liste, um die Statistik für alle Produktvergleichsmetaphern für die gesamte Site anzuzeigen. Die Statistik wird in einer Tabelle mit den folgenden Informationen angezeigt: Kategorie, Kategorienname, ID-Sichten (die Gesamtzahl der Produkte, die verglichen wurden), Klicks (wie oft die Metaphernverwendung zu nachfolgendem Anklicken eines spezifischen Produkts geführt hat).

Produkterforschung - Statistik

Verwenden Sie diese Liste, um die Statistik für alle Produkterforschungsmetaphern für die gesamte Site anzuzeigen. Die Statistik wird in einer Tabelle mit den folgenden Informationen angezeigt: Kategorie-ID, Kategorienname, Merkmalsname, Anzahl.

Verkaufsassistent - Statistik

Verwenden Sie diese Liste, um die Statistik für alle Verkaufsassistentenmetaphern für die gesamte Site anzuzeigen. Die Statistik wird in einer Tabelle mit den folgenden Informationen angezeigt: Kategorie-ID, Typ, Baumstruktur-ID, Konzept-ID, übergeordnete Konzept-ID, Konzeptname.

Produktverwaltungsberichte

WebSphere Commerce Accelerator stellt die folgenden Berichte zur Verwaltung von Produkten bereit.

Ausstehende Rückgaben

Stellt fest, welcher zurückgegebene Lagerbestand noch nicht empfangen wurde.

Produkte in Bestellungen mit Lieferrückstand

Ermittelt, welche Produkte und wie viele Einheiten jedes Produkts sich in Bestellungen mit Lieferrückstand befinden.

Lagerbestandsbelege nach Produkt

Überprüft die Lagerbestandsbelege.

Lagerbestandsstatus

Überprüft die aktuelle Lagerbestandszuordnung und den Belegstatus der vorrätigen Produkte.

Rückgabeverwaltungsberichte

Rückgaben mit Teillieferungen

Dieser Bericht enthält Rückgaben, für die mindestens ein Produkt vom Kunden empfangen und mindestens ein Produkt nicht vom Kunden empfangen wurde.

Rückgabeeingänge werden nicht disponiert

Dieser Bericht enthält Rückgaben nach Produkten für die Produkte, die empfangen, aber noch nicht disponiert wurden.

Ausstehende Rückgaben

Dieser Bericht enthält Rückgaben, die aufgezeichnet wurden, für die aber noch keines der Produkte vom Kunden empfangen wurde. Dieser Bericht zeigt keine protokollierten Rückgaben an, für die ein Teil der Produkte vom Kunden empfangen wurde; solche Rückgaben finden sich im Bericht 'Rückgaben mit Teillieferungen'.

Ausnahmebedingungen beim Versand

Ausnahmebedingungen beim Versand

Ermittelt, für welche Freigaben Inhaltsverzeichnisinformationen fehlen.

Kapitel 18. Verwalten von Geschäftsbeziehungen

In diesem Kapitel wird der Prozess der Verwaltung von Geschäftskonten in WebSphere Commerce Business Edition beschrieben. Die Informationen in diesem Kapitel gelten lediglich für Geschäfte, die das Business Direct-Verkaufsmodell einsetzen, wie z. B. Geschäfte, die aus dem Beispielgeschäft ToolTech erstellt wurden.

Geschäftskonten

Geschäftskonten sind der Ausgangspunkt für die Verwaltung der Beziehungen eines Geschäfts zu Kundenorganisationen. Geschäftskonten können dazu verwendet werden, Verträge und Bestellungen für Kundenorganisationen zu verfolgen. Sie können außerdem konfigurieren, wie Einkäufer von Kundenorganisationen in Ihrem Geschäft einkaufen.

Ein Geschäftskonto zeichnet die folgenden Informationen zu einer Kundenorganisation auf:

- Den Namen der Kundenorganisation sowie eine Kontaktperson innerhalb dieser Organisation
- Die Abteilung und den Namen des Bearbeiters des Kundenkontos des Geschäfts, der zur Kundenorganisation zugeordnet ist
- Informationen zu Einkaufsaufträgen, die dem Geschäft von einer Kundenorganisation vorliegen
- Informationen dazu, wie Rechnungen zur Kundenorganisation geleitet werden
- Der Betrag einer vom Geschäft ausgegebenen Kreditlinie (wenn die Kundenorganisation über eine Kreditlinie verfügt)
- Allgemeine Bemerkungen zum Geschäftskonto

Geschäftskonten werden von Benutzern verwaltet, denen der Aufgabenbereich eines Verkaufsmanagers zugeordnet ist.

Vertrag

Mit Hilfe von Verträgen können Kundenorganisationen von einem Geschäft oder einer Gruppe von Geschäften für einen festgelegten Zeitraum Produkte zu einem festgelegten Preis erwerben. Verträge können unter Verwendung von WebSphere Commerce Accelerator oder durch Generieren von XML-Dateien und anschließendes Importieren dieser Dateien zum Füllen der Datenbank erstellt werden.

Kundenberechtigung

Geschäftsrichtlinien legen einen Bereich unterstützter Aktivitäten für ein Geschäft oder eine Gruppe von Geschäften fest. Über die Kundenberechtigung können Sie die Funktionsweise eines Geschäfts für verschiedene Kunden anpassen. Die Kundenberechtigung bezieht sich auf die Aktionen, die ein Kunde in einem Geschäft ausführen kann. Kunden werden für verschiedene Aspekte *berechtigt*. Dazu gehört, welche Produkte sie erwerben können, deren Preis sowie akzeptable Zahlungsmethoden. Die Kundenberechtigung wird durch die Bedingungen festgelegt, die in einem *Vertrag* zwischen dem Einkäufer und dem Verkäufer definiert werden.

Standardvertrag

Die standardmäßige Kundenberechtigung wird im *Standardvertrag* eines Geschäfts definiert. Dieser Standardvertrag gibt normalerweise an, dass Kunden auf den Hauptkatalog zugreifen und Artikel zu Basispreisen erwerben können. Der Standardvertrag gibt außerdem an, welche Zahlungsmethoden das Geschäft akzeptiert und welche Versand-Provider zum Versenden von Bestellungen verwendet werden. Der Standardvertrag gilt für alle Kunden, die in einem Geschäft einkaufen und dazu nicht über einen anderen Vertrag mit diesem Geschäft berechtigt sind. Wenn der Kunde Produkte erwerben darf, die nicht von einem Vertrag abgedeckt werden, gilt der Standardvertrag für diese Produkte.

Im anfänglichen Zustand ist der Standardvertrag für ein Geschäft so eingerichtet, dass die folgende Kundenberechtigung angegeben ist:

- Der Kunde kann alle Produkte erwerben, die im Geschäftskatalog verfügbar sind.
- Der Kunde zahlt für die Produkte den Basispreis. Es gelten keine Preiserhöhungen oder Preisreduzierungen.
- Die Zahlung wird im Verlauf der Bestellungsverarbeitung angegeben. Der Kunde kann eine beliebige Zahlungsmethode verwenden, die vom Geschäft akzeptiert wird.
- Der Kunde kann für den Versand der Bestellung einen beliebigen Versand-Provider auswählen, der vom Geschäft unterstützt wird.
- Die Versandadresse für eine Bestellung wird vom Kunden im Verlauf der Bestellungsverarbeitung angegeben.
- Versandgebühren werden vom Verkäufer nach der Bestellungserfassung berechnet.
- Für Rückgaben bestehen keine Gebühren.
- Eine Erstattung wird für Produkte, die innerhalb von 30 Tagen zurückgegeben wurden, immer genehmigt.
- Der Einkäufer erhält unter Verwendung der ursprünglichen Zahlungsmethode eine Erstattung für eine Rückgabe.

Wenn Sie für eine bestimmte Kundenorganisation nicht den Standardvertrag verwenden möchten, müssen Sie für diese Organisation einen Vertrag erstellen.

Erstellen einer Organisation, eines Kontos und eines Vertrags für einen Kunden

In diesem Abschnitt werden die sieben Schritte beschrieben, die zum Hinzufügen einer weiteren Organisation sowie eines Kontos, eines Kunden und eines Vertrags zum Beispielgeschäft ToolTech erforderlich sind. Der Vertrag wird unter Verwendung von WebSphere Commerce Accelerator erstellt.

Schritt 1. Der Site-Administrator erstellt eine Organisation, die die Einkäuferorganisation repräsentiert.

Schritt 2. Der Site-Administrator erstellt einen Benutzer mit dem Aufgabenbereich Einkäufer für die Einkäuferorganisation.

Schritt 3. Der Verkaufsmanager erstellt bei der Einkäuferorganisation ein Konto.

Schritt 4. Der Bearbeiter des Kundenkontos erstellt einen Vertrag.

a. Definieren Sie den Namen und die Beschreibung des Vertrags.

Optional können Sie für den Vertrag ein Start- und ein Enddatum angeben. Wenn Sie für den Vertrag kein Start- und kein Enddatum angeben, beginnt er am aktuellen Datum und endet ein Jahr darauf. Sie können auch angeben, dass der Vertrag kein Ablaufdatum hat.

- b. Definieren Sie, für welche Kunden (Einkäuferorganisationen) der Vertrag gilt.

In der Liste **Verfügbare Kunden** werden die Einkäuferorganisation des Kontos sowie u. U. darin bestehende Organisationseinheiten angezeigt.

- c. Definieren Sie die Preisgestaltung und Einschränkungen für die Preisgestaltung.

Verwenden Sie die Seiten **Preisgestaltung**, um zu definieren, welche Produkte im Rahmen eines Vertrags verfügbar sind und welche Preise Kunden dafür bezahlen müssen. Sie können Preise von Produkten im Vertrag festlegen, indem Sie eine beliebige Kombination aus den folgenden Methoden benutzen: Preisgestaltung (Prozent), Festpreisgestaltung sowie Auswahleinschränkungen.

- **Preisgestaltung (Prozent)**

- Anwenden einer Anpassung auf den gesamten Hauptkatalog
Definieren Sie eine Preisanpassung in Prozent für den gesamten Katalog. Alle Artikel im Katalog verwenden die Preisanpassung. Alle Produkte im Geschäftskatalog stehen mit einer prozentualen Anpassung (Preiserhöhung oder -reduzierung) gegenüber dem Basispreis zum Verkauf, der im Hauptkatalog des Geschäfts definiert wurde.
- Anwenden einer Anpassung auf die folgenden im Vertrag optimierten Kategorien
Alle Produkte im Geschäftskatalog stehen zum Verkauf, wobei auf die ausgewählte Unterkategorie eine prozentuale Anpassung angewendet wird. Die prozentuale Anpassung (Preiserhöhung oder -reduzierung) wird auf den Basispreis angewendet, der im Hauptkatalog des Geschäfts definiert wurde.
- Anwenden einer Anpassung auf die folgenden Kategorien und Produkte
Alle Produkte im Geschäftskatalog stehen zum Verkauf, wobei auf die ausgewählten Unterkategorien oder Produkte eine prozentuale Anpassung angewendet wird. Die prozentuale Anpassung (Preiserhöhung oder -reduzierung) wird auf den Basispreis angewendet, der im Hauptkatalog des Geschäfts definiert wurde.

Um Unterkategorien in den Vertrag aufzunehmen oder daraus auszuschließen, müssen Sie die Seite **Vertrag - Auswahleinschränkungen** verwenden.

- **Festpreisgestaltung**

Festpreisgestaltung gibt an, dass sowohl die Liste mit den zum Verkauf stehenden Produkten sowie die Preise dieser Produkte in einem Vertrag für den Verkauf angepasst werden. Zu einer Festpreisliste können alle Produkte im Geschäftskatalog hinzugefügt werden. Beachten Sie, dass Preislisten pro Vertrag eindeutig sind. Sie können Preislisten nicht für mehrere Verträge verwenden.

- **Vertrag - Produktauswahleinschränkungen**

Verwenden Sie Auswahleinschränkungen, wenn im Vertrag Preisgestaltung in Prozent angegeben wird, aber nicht der gesamte Hauptkatalog des Geschäfts zum Verkauf stehen soll.

Sie können Kategorien und Artikel für den Verkauf im Rahmen des Vertrags ausschließen oder aufnehmen.

Für den Verkauf die folgenden Kategorien und Artikel in diesem Vertrag ausschließen

Geben Sie Unterkategorien und Artikel aus dem Hauptkatalog an, die aus dem Vertrag ausgeschlossen werden sollen.

Für den Verkauf nur die folgenden Kategorien und Artikel in diesen Vertrag einschließen

Geben Sie Unterkategorien und Artikel aus dem Hauptkatalog an, die in den Vertrag eingeschlossen werden sollen.

- d. Definieren Sie Vertragsbedingungen für den Versand.

Vertragsbedingungen für den Versand geben an, wie Bestellungen versandt werden, wohin sie gesendet werden und wer für den Versand bezahlt.

Provider

Wählen Sie diese Option aus, um zu definieren, wie Bestellungen versandt werden, die im Rahmen eines Vertrags erstellt werden. Wenn kein Provider ausgewählt wird, können Bestellungen über einen beliebigen Modus versandt werden, der im betreffenden Geschäft verfügbar ist. Die Liste der verfügbaren Versandprovider zeigt alle Versandprovider an, die für das Geschäft definiert wurden.

Spesentyp

Wählen Sie diese Option aus, um zu definieren, ob die Versandkosten vom Versandunternehmen oder vom Geschäft in Rechnung gestellt werden.

Adressen

Wählen Sie diese Option aus, um anzugeben, an welche Adresse Bestellungen versandt werden, die im Rahmen dieses Vertrags erteilt werden. Mit Hilfe dieser Option können Sie die Orte einschränken, an die Bestellungen versandt werden können. Wenn die Versandadresse nicht angegeben wird, muss bei jeder Erteilung einer Bestellung im Rahmen des betreffenden Vertrags eine Versandadresse angegeben werden. Die Liste **Verfügbare Versandadresse** zeigt die Versandadresse an, die für das Konto bereitgestellt wurde.

- e. Wählen Sie eine Zahlungsmethode aus.

Geben Sie die Zahlungsmethoden an, die für Bestellungen akzeptiert werden, die im Rahmen des betreffenden Vertrags erteilt werden. Wenn in einem Vertrag keine Bedingung für Zahlungsmethoden angegeben wird, werden für Bestellungen, die im Rahmen dieses Vertrags erteilt werden, Zahlungen in allen Methoden akzeptiert, die vom Geschäft akzeptiert werden. Beispielsweise kann in einem Vertrag die Zahlungsmethode **OfflineCard** angegeben werden. Wenn das Konto über eine Kreditlinie verfügt, können Sie angeben, dass für diesen Vertrag Zahlungen über die Kreditlinie erfolgen können.

- f. Definieren Sie, wie Rückgaben bearbeitet werden.

Richtlinien

Wählen Sie die Art und Weise aus, in der Richtlinien genehmigt werden, sowie etwaige Gebühren, die ein Kunde für Rückgaben bezahlen muss.

Erstattung

Wählen Sie die Zahlungsmethoden aus, aus denen ein Kunde seine Wahl treffen kann, wenn er im Rahmen eines Vertrags Erstattungen erhält. Wenn keine Zahlungsmethode angegeben wird, können Kunden aus allen in einem Geschäft verfügbaren Zahlungsmethoden eine Auswahl treffen.

- g. Definieren Sie Beträge für die Genehmigung von Bestellungen.

Wählen Sie das Markierungsfeld **Genehmigung erforderlich** aus, um anzugeben, ob Bestellungen von der Kundenorganisation genehmigt werden müssen. Wenn eine Bestellgenehmigung erforderlich ist, können Sie dafür einen Mindestbetrag angeben. In diesem Fall werden Bestellungen, deren Wert unter diesem Währungswert liegt, ohne Genehmigung durch die Kundenorganisation abgewickelt.

- h. Geben Sie Anhänge an.

Anhänge sind alle Informationen, die an einen Vertrag angehängt werden. Beispielsweise kann ein Anhang ein Standarddokument mit Vertragsbedingungen im PDF-Format sein, das eine Kundenorganisation an alle ihre Verträge anhängt. Geben Sie für den Anhang die vollständige URL an. Beispiel:

<http://www.ibm.com/attachments/terms.pdf>. Auf der Seite **Vertrag - Zusammenfassung** werden alle Vertragsanhänge aufgelistet.

- i. Fügen Sie Anmerkungen hinzu.

Anmerkungen können alle Kommentare in Bezug auf den Vertrag sein. Die Vertragsanmerkungen werden auf der Seite **Vertrag - Zusammenfassung** angezeigt.

- j. Speichern Sie den Vertrag.

Der neu erstellte Vertrag wird auf der Seite **Verträge** angezeigt. Er befindet sich im Status Entwurf. Bevor der Vertrag im Geschäft verwendet werden kann, muss er genehmigt und implementiert werden.

Schritt 5. Abschicken des Vertrags für die Genehmigung.

Ein abgeschickter Vertrag ist ein Vertragsentwurf, der vollständig ist und zur Genehmigung abgeschickt wurde. Bevor ein Vertrag abgeschickt werden kann, müssen mindestens eine Preisgestaltungsbedingung, ein Versandspesentyp und ein Kunde definiert werden. Der Verkaufsmanager oder der Bearbeiter des Kundenkontos entscheidet, wann ein Vertragsentwurf zur Genehmigung abgeschickt werden kann. Wenn bereits Genehmigungen definiert wurden, müssen die festgelegten Genehmiger den Vertrag prüfen. Wenn keine Genehmigungen definiert wurden, wechselt der Vertrag in den Status 'Aktiv'.

Schritt 6. Genehmigen des Vertrags.

Wenn die festgelegten Genehmiger für den Vertrag entscheiden, dass ein Vertrag vollständig und akzeptabel ist, können sie ihn in den Status 'Genehmigt' versetzen. WebSphere Commerce versucht automatisch, einen genehmigten Vertrag zu implementieren.

Verträge können von Genehmigern und Administratoren mit entsprechendem Zugriff genehmigt oder zurückgewiesen werden. Normalerweise genehmigt der Verkaufsmanager Verträge.

Der Prozess zur Genehmigung oder zum Zurückweisen eines Vertrags entspricht dem Prozess, der für alle Genehmigungen in WebSphere Commerce verwendet wird.

Schritt 7. Implementieren des Vertrags.

Ein fehlerfrei implementierter Vertrag ist ein Vertrag, der aktiv ist. Registrierte Benutzer der Einkäuferorganisation können jetzt zu den Bedingungen Einkäufe im Geschäft tätigen, die im Vertrag festgelegt sind.

Festlegen, wie ein Vertrag erstellt werden soll

Die meisten Geschäfte verwenden WebSphere Commerce Accelerator, um Verträge zu erstellen und zu verwalten. Einige Vertragsbedingungen können jedoch nicht mit Hilfe von WebSphere Commerce Accelerator angegeben werden. Wenn diese Bedingungen erforderlich sind, müssen Sie den Vertrag mit Hilfe von XML-Dateien erstellen.

Vertragsbedingungen, die nicht unter Verwendung von WebSphere Commerce Accelerator definiert werden können

Einkaufsrecht nach Betrag

Diese Bedingung schränkt den Gesamtwert aller Bestellungen ein, die im Rahmen eines Vertrags erteilt werden. Der Wert aller Bestellungen, die im Rahmen des Vertrags erteilt werden, muss kleiner-gleich einem angegebenen Betrag sein. Wenn diese Begrenzung beim Erteilen einer Bestellung überschritten wird, schlägt die Verarbeitung dieser Bestellung fehl.

Einkaufsverpflichtung nach Betrag

Diese Bedingung gibt den Mindestwert aller Bestellungen an, die im Rahmen des Vertrags innerhalb eines angegebenen Zeitraums nach dessen Implementierung erteilt werden müssen. Wenn der Gesamtwert der Bestellungen, die im Rahmen des Vertrags erteilt wurden, zum angegebenen Zeitpunkt geringer als der angegebene Betrag ist, kann das Geschäft den Vertrag stornieren.

Fulfillment-Center

Diese Bedingung gibt Ihnen die Möglichkeit, das Fulfillment-Center anzugeben, von dem Bestellungen abgewickelt werden müssen, die im Rahmen des Vertrags erteilt werden.

Rechnungsformat

Diese Bedingung gibt das Layout von Rechnungen an, die per E-Mail an die Kundenorganisation gesendet werden.

Schrittweises Vorgehen

Mögliche Aktionen		Siehe Abschnitt...
Verkaufsmanager	Konfigurieren und Verwalten von Geschäftskonten	<i>Übersicht: Ein Geschäftskonto verwalten (Business Edition) in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion</i>
Bearbeiter des Kundenkontos	Arbeiten mit Verträgen	<i>Einen neuen Vertrag mit WebSphere Commerce Accelerator erstellen (Business Edition) in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion</i>

Kapitel 19. Angebotsanfrage

Angebotsanfragen stellen einen der Handelsmechanismen dar, die in WebSphere Commerce verfügbar sind. Einkäufer können Produkte zu einer Angebotsanfrage hinzufügen, indem sie den Katalog durchsuchen oder die Anforderungsliste einsetzen. Sie können in eine einzige Angebotsanfrage eine beliebige Anzahl von Produkten aufnehmen und für jedes Produkt eindeutige Spezifikationen definieren. Sie können auch die Vertragsbedingungen für die Transaktion angeben. Ein Verkäufer kann eine Angebotsanfrage anzeigen und beantworten, wenn sie sich im Status `Aktiv` befindet. Ein Einkäufer kann eine Angebotsanfrage auch ändern oder abbrechen.

Wenn Verkäufer eine Angebotsanfrage beantworten, haben sie die Möglichkeit, auf jedes Produkt und auf jede Produktspezifikation zu antworten. Ein Verkäufer kann darüber hinaus eine Antwort ändern oder abbrechen. Der Verkäufer kann außerdem Produkte in der Antwort ersetzen.

Der Verkäufer kann Antworten auf Angebotsanfragen, die sich im Status `Geschlossen` befinden, auswerten, um einen oder mehrere Gewinner auszuwählen. Wenn die Antwort auf die Angebotsanfrage vom Einkäufer akzeptiert und der Verkäufer benachrichtigt wird, wird die Transaktion für die Angebotsanfrage über einen der beiden folgenden Prozesse abgeschlossen:

- Der Einkäufer erteilt eine Bestellung, die bereits die Informationen zur Angebotsanfrage enthält.
- Ein Vertrag wird erstellt, der bereits die Informationen zur Angebotsanfrage enthält.
- Die Angebotsanfrage kann in die nächste Runde gehen.

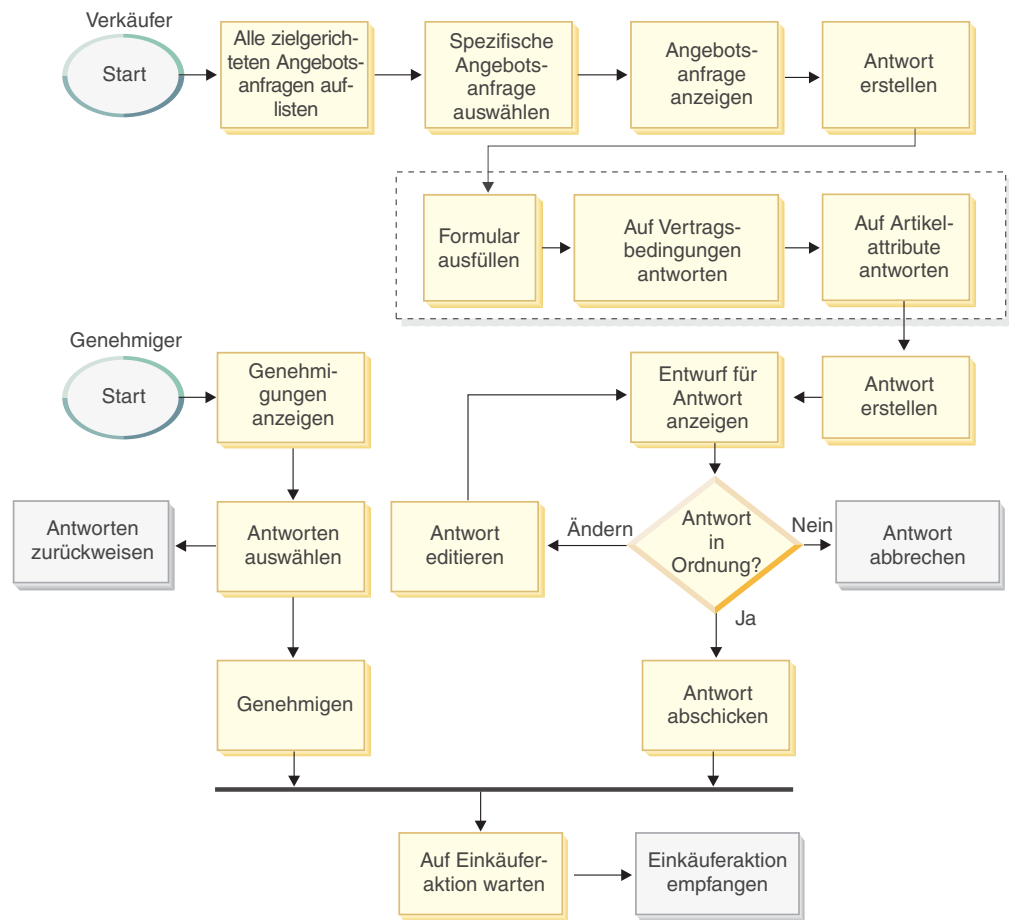
Ein Datensatz über die Angebotsanfrage wird für einen festgelegten Zeitraum in der Liste mit Anforderungen für Angebotsanfragen beibehalten, sodass Angebotsanfragen, die mehrfach verwendet werden, kopiert werden können. Antworten werden für denselben Zeitraum gespeichert, um die Antwort eines Verkäufers auf ähnliche Anfragen vom gleichen Einkäufer zu erleichtern.

Verkäufer können für den Antwortprozess auf Angebotsanfragen einen Genehmigungsablauf aktivieren, wenn sie möchten, dass Antworten vor der Weiterleitung an den Einkäufer geprüft werden.

Angebotsanfragen sind in den Modellen `Business Direct` und `Lieferantenhosting-geschäft` verfügbar.

Der Prozess für Angebotsanfragen

Im folgenden Diagramm wird der Prozess für Angebotsanfragen in WebSphere Commerce aus der Perspektive des Verkäufers gezeigt.



Mehreren Stufen in dem oben dargestellten Prozess ist jeweils ein "Status" zugeordnet, der den Status des Antwortprozesses zu einem bestimmten Zeitpunkt in seinen Zyklus repräsentiert. Statusangaben helfen dem Benutzer beim Verfolgen eines bestimmten Geschäftsprozesses und stellen Vergleichspunkte für WebSphere Commerce zur Verfügung, mit deren Hilfe alle Geschäftsprozesse im System verwaltet werden können.

Der Genehmiger wirkt in diesem Prozess nur dann mit, wenn für die Verkäuferorganisation Genehmigungen aktiviert wurden. Wurden vom Organisationsadministrator während des Registrierungsprozesses für die Mitgliedschaft Genehmigungen aktiviert, wird die abgeschickte Antwort zunächst von einem Genehmiger geprüft. Im Fall der Genehmigung wird sie anschließend an den Einkäufer übergeben.

Verkäufer können den Status einer Antwort für eine Angebotsanfrage in der Spalte 'Status' auf der Seite **Angebotsanfrage - Antwort** anzeigen.

Schrittweises Vorgehen

Mögliche Aktionen		Siehe Abschnitt...
Anwendungsentwickler	Verstehen der Implementierung von Angebotsanfragen	<ul style="list-style-type: none"> • Angebotsanfrage (Request for Quote, RFQ) • Befehle des Handelssubsystems • Angebotsanfrage (Request for Quote, RFQ) - Datenmodell in der WebSphere Commerce Studio-Onlinehilfefunktion.
	Aktivieren von Angebotsanfragen im Geschäft	Informationen dazu finden Sie im Abschnitt über das Geschäft ToolTech im Handbuch <i>WebSphere Commerce Sample Store Guide</i> .
Verkaufsmanager	Hinzufügen, Ändern oder Löschen von Attributen im Verzeichnis personalisierter Attribute	<i>Personalisierte Attribute</i> in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion.
	Erstellen einer Antwort zu einer Angebotsanfrage	<i>Eine Antwort zu einer Angebotsanfrage (Request for Quote, RFQ) erstellen - Übersicht</i> in der WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion.
Site-Administrator	Konfigurieren und Pflegen von Angebotsanfragen in einem Geschäft	<ul style="list-style-type: none"> • Den Handelsmechanismus für eine Angebotsanfrage (RFQ, Request for Quote) aktivieren und inaktivieren • Wenn Sie Genehmigungen aktivieren wollen: Genehmigungsarten für eine Organisation auswählen • Festlegen, ob Genehmigungen für Antworten auf Angebotsanfragen aktiviert werden sollen • Benachrichtigungsnachrichten für Angebotsanfragen aktivieren WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion

Kapitel 20. Onlinezusammenarbeit

Die Funktion 'Arbeitsbereiche mit Onlinezusammenarbeit' ist mit WebSphere Commerce Business Edition verfügbar. Lotus QuickPlace ist das Self-Service-Web-Tool, das für die Onlinezusammenarbeit von Teams verwendet wird. QuickPlace ermöglicht die sofortige Erstellung eines sicheren und zentralen Arbeitsbereichs im Web. QuickPlace ist für die direkte Teilnahme strukturiert, wodurch Teams QuickPlace für folgende Zwecke verwenden:

- Koordination von Mitarbeitern, Tasks, Plänen und Ressourcen.
- Zusammenarbeit beim Austausch von Ideen und Diskussionen, Lösen von Problemen, der gemeinsamen Erstellung von Dokumenten, dem Austausch von Dateien und der Überwachung der Erfüllung der Sorgfaltspflicht.
- Kommunikation bei Aktionen und Entscheidungen, zentralen Ergebnissen und Lerneinheiten, Veröffentlichen von erlangtem Wissen für ein breiteres Publikum.

Teams verwenden QuickPlace zur Projektverwaltung, für schnelle Antworten auf spontane Initiativen, Team-Websites sowie zur Erleichterung von aus Teilen bestehenden Geschäftsprozessen, die sich über das gesamte Unternehmen und dessen Wertschöpfungskette erstrecken.

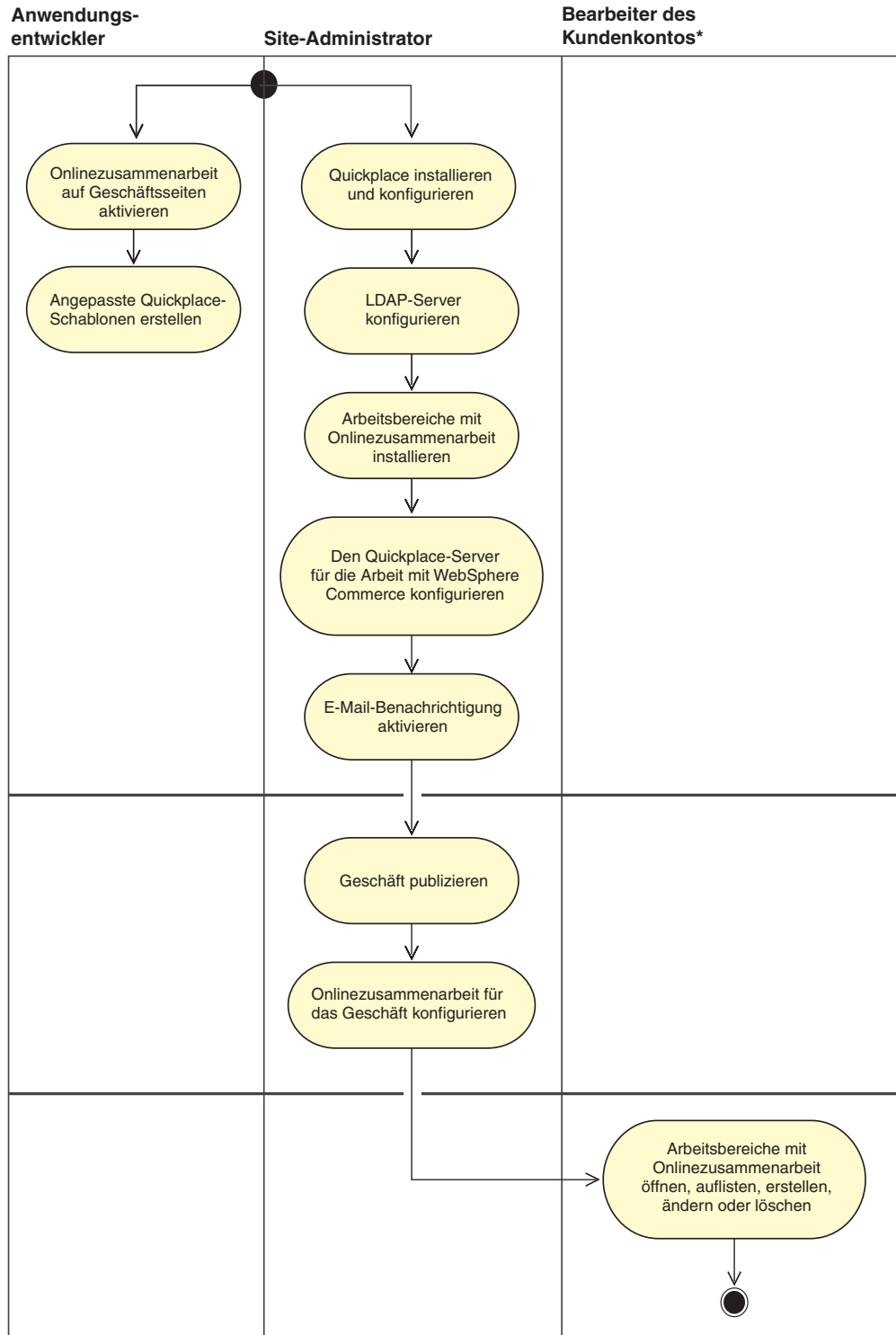
In diesem Release von WebSphere Commerce wurden die folgenden funktionalen Erweiterungen an der Funktion 'Arbeitsbereiche mit Onlinezusammenarbeit' vorgenommen:

- Unterstützung für QuickPlace 3.0.
- Datenelemente von Nichtmitgliedern wurden von LDAP in die Datenbank versetzt. Dadurch bleibt die LDAP-Verzeichnisstruktur frei von ungewünschten Elementen und wird exklusiv für Daten vom Typ 'Mitglied' eingesetzt.
- Unterstützung für mehr LDAP-Verzeichnisse.

Konfigurieren und Verwenden von Arbeitsbereichen mit Onlinezusammenarbeit

Im folgenden Diagramm wird der Prozess gezeigt, der zum Konfigurieren und Verwenden von Arbeitsbereichen mit Onlinezusammenarbeit in WebSphere Commerce erforderlich ist. Eine Liste der Ressourcen, in der erläutert wird, wie die einzelnen Tasks ausgeführt werden, die in diesem Diagramm aufgeführt sind, finden

Sie im Abschnitt „Schrittweises Vorgehen“ auf Seite 139.



Schrittweises Vorgehen

Mögliche Aktionen		Siehe Abschnitt...
Anwendungsentwickler	Aktivieren der Onlinezusammenarbeit auf Geschäftsseiten	Die Onlinezusammenarbeitsfunktionen, die in verschiedenen Geschäftsmodellen verfügbar sind, werden im Handbuch <i>WebSphere Commerce Sample Store Guide</i> beschrieben.
	Erstellen angepasster Quickplace-Schablonen	Informationen dazu sind im Redbook <i>Customizing QuickPlace</i> enthalten.
Site-Administrator	Installieren und Konfigurieren von Quickplace	<i>WebSphere Commerce Zusätzliche Software</i>
	Konfigurieren des LDAP-Servers	<i>WebSphere Commerce Zusätzliche Software</i>
	Installieren und Konfigurieren von Arbeitsbereichen mit Onlinezusammenarbeit	<i>Installieren von Arbeitsbereichen mit Onlinezusammenarbeit</i> im Handbuch <i>WebSphere Commerce Zusätzliche Software</i> .
	Publizieren eines Geschäfts	<i>Ein Geschäftsarchiv in WebSphere Commerce publizieren</i> in der <i>WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion</i> .
	Aktivieren der E-Mail-Benachrichtigung	<i>E-Mail für Arbeitsbereiche mit Onlinezusammenarbeit aktivieren</i> in der <i>WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion</i> .
	Konfigurieren des Geschäftsablaufs der Onlinezusammenarbeit	<i>Geschäftsabläufe mit WebSphere Commerce Accelerator ändern</i> in der <i>WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion</i> .
Bearbeiter des Kundenkontos	Arbeiten mit Arbeitsbereichen mit Onlinezusammenarbeit	<ul style="list-style-type: none"> • Onlinezusammenarbeit • Arbeitsbereiche mit Onlinezusammenarbeit erstellen <i>WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion</i> .

Anhang. Informationsquellen

Im Lieferumfang von WebSphere Commerce sind Online- und Hardcopy-Informationen enthalten, die die gesamte E-Commerce-Lösung beschreiben. Die Informationen zu WebSphere Commerce Studio sind als Teil von WebSphere Commerce enthalten. Darüber hinaus stellen die Softwareprodukte, die im Paket mit WebSphere Commerce oder WebSphere Commerce Studio enthalten sind, weitere Informationen bereit, die die spezifischen Merkmale und Funktionen der jeweiligen Software beschreiben. Dieser Abschnitt enthält eine kurze Übersicht darüber, an welchen Positionen sich die verschiedenen Arten von Informationen befinden.

WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion

Die WebSphere Commerce-Onlinehilfefunktion besteht aus Onlineinformationen, die unter Verwendung eines Webbrowsers angezeigt werden können.

Auf die Onlinehilfefunktion können Sie über Internet Explorer Version 5.5 oder höher zugreifen, wobei die folgende Adresse verwendet werden muss:
<https://hostname:8000/wchelp/>. Dabei ist *hostname* der Name Ihrer WebSphere Commerce-Maschine.

WebSphere Commerce Studio-Onlinehilfefunktion

Die Onlinehilfe, die für Anwendungsentwickler vorgesehen ist, wie z. B. API- und Befehlsreferenzinformationen, ist vollständig in WebSphere Commerce Studio integriert. Das Onlinehilfesystem von WebSphere Commerce Studio weist mehrere funktionale Erweiterungen auf, wie beispielsweise die Möglichkeit, für Abschnitte Lesezeichen zu setzen, sowie erweiterte Suchfunktionen. Optional können Sie dieses Onlinehilfesystem als Infocenter ausführen, das heißt, Sie können die Hilfe zu WebSphere Commerce Studio bereitstellen, ohne dass WebSphere Commerce Studio ausgeführt werden muss.

Das Hilfesystem von WebSphere Commerce wurde genau auf Site-Administratoren und professionelle Anwender zugeschnitten. API- und Befehlsreferenzinformationen wurden in die Onlinehilfefunktion versetzt, die im Lieferumfang von WebSphere Commerce Studio enthalten ist.

Weitere Informationen im Internet

Im Internet können Sie weitere Quellen für nützliche Informationen finden. Diese werden in den folgenden Abschnitten beschrieben.

Unterstützung

Informationen zur Unterstützung sowie Newsgroups, FAQs, technische Hinweise, Informationen zur Fehlerbehebung und Downloads finden Sie unter folgender Webadresse: ibm.com/software/webservers/commerce/support.html.

Softwarepartner

Es gibt viele Softwarepartner, die Produkte und Dienstleistungen zur Erweiterung von WebSphere Commerce anbieten. Informationen zu diesen Partnern finden Sie unter der Adresse www.ibm.com/software/webservers/commerce/community, wenn Sie dort den Link **Software Developers** anklicken.

Redbooks

Weiterführende technische Informationen enthält die Redbooks-Website unter der Adresse www.ibm.com/redbooks. Suchen Sie dort nach **WebSphere Commerce**.

WebSphere Commerce-Produktdokumentation

Aktualisierte Veröffentlichungen sowie eine aktualisierte Onlinehilfefunktion können von der Seite 'Technical Library' (Technische Bibliothek) der WebSphere Commerce-Website heruntergeladen werden:

<http://www.ibm.com/software/commerce/library/>

Informationen zur Installation und Konfiguration

Im Lieferumfang von WebSphere Commerce ist ein Installationshandbuch enthalten. In diesem Handbuch werden Installation und Konfiguration von WebSphere Commerce beschrieben.

Im Lieferumfang von Commerce Studio ist ebenfalls ein Installationshandbuch enthalten. In diesem Handbuch werden Installation und Konfiguration von Commerce Studio beschrieben.

Programmierinformationen

Das Handbuch *WebSphere Commerce Programming Guide and Tutorials* ist auf der Seite 'WebSphere Commerce Technical Library' (Technische Bibliothek) auf der WebSphere Commerce-Site verfügbar. In diesem Handbuch werden Konzepte und Architektur beschrieben. Darüber hinaus werden ein Programmiermodell bereitgestellt und der Entwicklungszyklus erklärt. Es werden Beispiele dafür geboten, wie Sie Ihre E-Commerce-Umgebung anpassen können.

Glossar

A

Abgehende Nachricht. Eine Nachricht, die von WebSphere Commerce generiert wurde und an ein Back-End-System gesendet wird. Der WebSphere Commerce-Transportadapter unterstützt eine abgehende Nachricht mit der Bezeichnung Bestellungserstellung (Order Create). Diese Nachricht enthält Bestellinformationen, die vom WebSphere Commerce-Server auf Back-End-Systeme kopiert werden, wo die weiteren Prozesse zur Bestellabwicklung durchgeführt werden. Abgehende Nachrichten werden zur Integration von WebSphere Commerce in andere Systeme verwendet.

Adressbuch. Eine Gruppe von Versand- und Rechnungsanschriften eines bestimmten Kunden. Diese sind nützlich für Kunden, die Geschenke kaufen und an andere Adressen versenden wollen.

Aktivieren. (1) Das Initialisieren eines Merchandising-programms, z. B. eines Rabattangebots. (2) Das Übertragen einer Enterprise-Bean aus dem Sekundär- in den Hauptspeicher.

Angebot. Ein Preis für ein Produkt in mindestens einer Währung. Daneben gehört zum Angebot eine Reihe von Bedingungen, wie z. B. der Zeitraum der Gültigkeit oder ein Bereich für eine akzeptable Menge. Diese Bedingungen müssen erfüllt werden, damit der Preis verwendet werden kann. Wird auch als *Handelsposition* bezeichnet. Siehe auch *Handelspositionscontainer*.

Angebotspreis. Ein Preis, zu dem Artikel von einem Geschäft angeboten werden. Der Angebotspreis ist der endgültig zu bezahlende Preis ohne Steuern, Rabatte und Versand. Angebotspreise können über die bestellte Menge (d. h., es kann ein unterschiedlicher Preis pro Menge definiert werden), Zeitrahmen, Mitgliedsgruppen oder Verträge qualifiziert werden. Wenn Artikel tatsächlich in eine Liste der interessanten Artikel oder in eine Bestellung aufgenommen werden, ist der angezeigte Preis der Angebotspreis. Siehe auch *Listenpreis*.

Anwendung. In der Java-Programmierung ein abgeschlossenes und eigenständiges Java-Programm, das über eine statische Hauptmethode verfügt. Es benötigt keine Applet-Anzeigefunktion. Gegensatz zu *Applet*.

Anwendungspartitionierung. Im Scheduler das Zusammenfassen von besonders aktiven Jobs zu Gruppen. Dies trägt dazu bei, eine Überlastung des standardmäßigen Anwendungspools des Schedulers zu vermeiden.

Anwendungsserver. Ein Serverprogramm in einem verteilten Netz, das die Ausführungsumgebung für ein Anwendungsprogramm bereitstellt. Beispielsweise stellt der WebSphere Commerce-Server die Ausführungsumgebung für Onlinegeschäfte bereit.

Anzeigebefehl. Ein Befehl, der auf eine entsprechende Clientanforderung hin zum Erstellen einer Sicht verwendet wird.

Anzeigeformat. Eine Gruppe von Anzeigevorgaben, die ein Kunde abhängig von der Sprache und der Ländereinstellung in einem multikulturellen Geschäft auswählen kann. Auf einer multikulturellen Commerce-Site können z. B. unterschiedliche Formate für amerikanisches Englisch und Japanisch definiert sein. Diese Anzeigeformate unterscheiden sich in Bezug auf die Sprache, in der der Text dargestellt ist, sowie bei Merkmalen wie der verwendeten Währung, den Maßeinheiten und Datenformaten.

Anzeigeseite. (1) Eine Seite in einem Katalog, auf der Kategorie- und Produktinformationen angezeigt werden. (2) Eine Seite in einem Onlinegeschäft, die nach der Eingabe eines Befehls generiert wird.

Applet. Ein in der Programmiersprache Java geschriebenes Anwendungsprogramm, das von einem Web-Server abgerufen und von einem Web-Browser ausgeführt werden kann. Ein Verweis auf ein Applet ist in der Formatierung einer Web-Seite auf die gleiche Art und Weise codiert wie ein Verweis auf eine Grafikdatei. Das Applet wird vom Browser außerdem auf die gleiche Weise abgerufen wie eine Grafikdatei. Aus Sicherheitsgründen sind die Zugriffsberechtigungen eines Applets begrenzt. Zum einen verfügt das Applet über keinen Zugriff auf das Dateisystem des Clients, über den es ausgeführt wird, zum anderen ist auch die Kommunikationsmöglichkeit des Applets über das Netz auf den Server begrenzt, von dem es heruntergeladen wurde. Gegensatz zu *Servlet*.

Artikel. Eine Entität, die über eine Teilenummer oder eine Artikelnummer verfügt. Alle Artikel eines bestimmten Produkts haben dieselbe Menge an Attributen und unterscheiden sich durch ihre Attributwerte. Ein Artikel muss nicht unbedingt einem bestimmten Produkt zugeordnet sein. Wenn ein Artikel über keine spezifischen Attribute verfügt, ist ihm kein Produkt zugeordnet.

Artikel mit Artikelnummer. (1) Ein Objekt mit Artikelnummer, das erworben werden kann. Dieses Objekt kann aus einem einzelnen Artikel oder aus einem Produkt, einem Paket oder einem Bundle bestehen. (2) Für Benutzer von WebSphere Commerce Accelerator wird der bestellbare Artikel Produkt genannt.

Obwohl Produkte und Artikel mit Artikelnummer aus Gründen niedriger Ebene (wie z. B. im WebSphere Commerce-Datenbankschema) unterschieden werden, nimmt WebSphere Commerce Accelerator diese Abgrenzung nicht vor.

Artikelnummer (Stock Keeping Unit, SKU). Eine alphanumerische Kennung für jeden Warenartikel oder jeden Katalogeintrag. Die Artikelnummer stellt die kleinste Einheit für die Durchführung von Bestandskontrollen dar. Sie kann variable Elemente zur Angabe der Abteilung, der Klasse, des Herstellers und des Stils sowie von Farbe, Größe und Lagerplatz enthalten.

ASCII (American Standard Code for Information Interchange). Ein Standardcode für die Darstellung von Zeichen mit Hilfe von binären Werten. Der Standardcode wird für den Informationsaustausch zwischen Datenverarbeitungssystemen, Datenübertragungssystemen und zugeordneter Hardware verwendet. Der ASCII-Zeichensatz verwendet die Zahlen 0 bis 127 zur Darstellung aller englischen Zeichen sowie spezieller Steuerzeichen. Die meisten Systeme auf PC-Basis verwenden einen erweiterten 8-Bit-ASCII-Code mit zusätzlichen 128 Zeichen, die zur Darstellung von Sondersymbolen, Zeichen aus anderen Sprachen und grafischen Symbolen verwendet werden. Betriebssysteme auf UNIX(R)- und DOS-Basis mit Ausnahme von Windows NT(R) verwenden ASCII für Textdateien. Windows NT verwendet den aktuelleren Unicodestandard. Konvertierungsprogramme ermöglichen es verschiedenen Betriebssystemen, eine Datei von einem Code in einen anderen zu ändern.

Atomarer Katalogeintrag. Eine nicht weiter trennbare Gruppe von Katalogeinträgen, die zum Kauf verfügbar ist. Normalerweise als *Paket* bezeichnet.

ATP-Lagerbestand. Siehe *Available-to-Promise-Lagerbestand*.

Attribut. Eine Eigenschaft eines Artikels in einem Onlinegeschäft, z. B. seine Farbe oder Größe. Artikel können über verschiedene Attribute verfügen.

Aufgabenbereich. Definiert, welche Zugriffsebenen ein bestimmter Benutzer hat und welche Ressourcen er auf diesen Ebenen ändern kann. Der Benutzer kann hinsichtlich des Zugriffs auf Informationen eingeschränkt sein, wenn er nicht den richtigen Aufgabenbereich hat. Mehrere Aufgabenbereiche sind zulässig.

Ausgabewarteschlange. Ein generalisierter Mechanismus, mit dem eine Gruppe von Produkten beim Abwicklungsprozess aufgeteilt wird, für die eine besondere Behandlung erforderlich ist. Eine Ausgabewarteschlange kann Informationen über bestellte Produkte an einen Drucker oder eine Datei übertragen. Beispielsweise ist für die Herstellung von Monogrammen besondere Behandlung erforderlich. Wenn Pro-

dukte, die mit Monogrammen versehen werden sollen, an dieselbe Ausgabewarteschlange gesendet werden, wird dies berücksichtigt.

Auslöser. Ein Auslöser ist ein Objekt, das eine bestimmte Aktion initialisiert, wenn für eine Tabelle eine Aktualisierungs- (UPDATE), Lösch- (DELETE) oder Einfügeoperation (INSERT) ausgeführt wird. Die Aktion wird als ausgelöste Aktion und die Operation selbst als Auslöserereignis bezeichnet. Ausgelöste Aktionen können u. a. folgende Tasks ausführen:

- Synchronisieren anderer Tabellen, wobei Änderungen durch Auslöseereignisse ausgeführt werden
- Prüfen von Eingabedaten
- Generieren von Werten für neu eingefügte Zeilen

Ausnahmebedingung. Eine Unregelmäßigkeit, die im Verlauf der Ausführung eines Programms auftreten kann.

Ausrichtbarer Befehl. Ein Befehl, der für einen anderen Zielcontainer ausgeführt werden kann. Durch den Aufruf eines auf ein Ziel ausrichtbaren Befehls entsteht ein gewisser Systemaufwand. Wenn Sie Task-Befehle als nicht ausrichtbar definieren, kann die Gesamtleistung des Befehls-Frameworks verbessert werden.

Available-to-Promise-Lagerbestand (ATP). Verfügbarer Lagerbestand minus Lagerbestand, der für Bestellungen mit Lieferrückstand zugeordnet wurde, und minus reserviertem Lagerbestand.

B

B2B (Business-to-Business, Großhandel). B2B-E-Commerce-Software erstellt Websites für den Austausch von Produkten, Dienstleistungen oder Informationen zwischen Unternehmen. Typische B2B-Transaktionen erfolgen zwischen Einkäufern, Lieferanten, Herstellern, Resellern, Distributoren und Handelspartnern. Gegensatz zu *B2C*.

B2C (Business-to-Consumer, Einzelhandel). B2C-E-Commerce-Software erstellt Websites für den Austausch von Produkten, Dienstleistungen oder Informationen zwischen Unternehmen und Kunden. Wird auch als der Einzelhandelsbereich des E-Commerce bezeichnet. Gegensatz zu *B2B*.

Back-Office-Geschäftslogik. Die Implementierung von Geschäftslogik unter Verwendung von Befehlen und angepasstem Code, die es einem Kunden ermöglicht, eine Aktion im virtuellen Schaufenster auszuführen. Dabei handelt es sich beispielsweise um die Implementierung von Geschäftslogik, mit der ein Kunde eine Bestellung ausführen kann. Gegensatz zu *Schaufensterressourcen*.

Bean. Eine Definition oder ein Exemplar einer JavaBeans-Komponente. Siehe auch *Java-Bean*.

Beaninfo. (1) Eine Java-Klasse, die explizite Informationen zu den Eigenschaften, Ereignissen und Methoden einer Bean-Klasse bereitstellt. (2) In der VisualAge für Java-IDE eine Seite im Klassenbrowser, die Informationen zu Beans bereitstellt.

Befehlsbean. Eine Java-Bean, die die Programmierungslogik für die Verarbeitung einer bestimmten Anforderung enthält. Die WebSphere Commerce-Befehle entsprechen dem WebSphere-Befehlsprogrammierungsmodell. Es gibt vier verschiedene Befehlstypen: *Controllerbefehle*, *Taskbefehle*, *Databeanbefehle* und *Anzeigebefehle*.

Beispielgeschäft. Ein vollständig funktionsfähiges Geschäft, das im Lieferumfang von WebSphere Commerce im Geschäftsarchivformat enthalten ist. Beispielgeschäfte wurden so entworfen, dass sie als Basis verwendet werden können, auf der Sie Ihr Onlinegeschäft erstellen können.

Beispielgeschäftsarchiv. Ein Geschäftsarchiv, das kopiert und als Basis verwendet werden soll, auf der neue Geschäfte erstellt werden können. Beispielgeschäftsarchive können mehrfach kopiert und publiziert werden. Sie enthalten keine generierten Primärschlüssel, die für ein bestimmtes Exemplar der Datenbank spezifisch sind. Sie verwenden stattdessen interne Aliasnamen, die während der Publizierung von ID Resolver aufgelöst werden. Die Beispielgeschäfte, die im Lieferumfang von WebSphere Commerce enthalten sind, sind Beispielgeschäftsarchive.



Benutzergruppe. Siehe *Kundengruppe*.

Berechnungscode. Ist Bestellartikeln, Katalogeinträgen oder Kataloggruppen zugeordnet, um anzugeben, wie Rabatte, Versandkosten, Umsatz- oder Verbrauchssteuern sowie Versandsteuern berechnet werden sollen.

Berechnungsgruppe. Eine Gruppe von Bereichen, die von einer Berechnungsregel verwendet werden können. Beispielsweise können Sie für die Versandkosten eine Gruppe von Gewichtsbereichen verwenden, die jeweils bestimmten Kosten entsprechen. Das heißt, für ein Produkt, das zwischen 0 und 5 kg wiegt, könnte der Versand 10,00 Euro kosten, während er für ein Produkt, das zwischen 5 und 10 kg wiegt, 15,00 Euro betragen könnte.

Berechnungsregel. Definiert, wie eine Berechnung ausgeführt wird. Jeder Berechnungscode enthält eine Reihe von Berechnungsregeln. Im Allgemeinen gilt nur eine Untermenge der Berechnungsregeln eines Berechnungscodes für eine bestimmte Gruppe von Bestellartikeln. Beispielsweise gelten beim Versand in unterschiedliche Regionen verschiedene Regeln.

Bestellung. (1) Ein oder mehrere Artikel oder Pakete oder eine Kombination aus Artikeln und Paketen, die zum Kauf ausgewählt wurden. Eine Bestellung enthält Angaben zur Menge, zu den Preisen und zum Versand sowie zu den Steuern und Versandkosten. Diese Daten

werden zusammengestellt und dem Kunden angezeigt, nachdem der Bestellprozess eingeleitet wurde. In WebSphere Commerce kann einer Bestellung eine der folgenden Statusangaben zugeordnet sein: 'Neu', 'Anstehend', 'Versendet', 'Abgeschlossen' oder 'Storniert'. (2) Ein oder mehrere Produkte, die ein Kunde zum Kauf ausgewählt oder bereits gekauft hat, sowie die zugehörigen Preise und Mengenangaben. Ein Kundendienstmitarbeiter kann eine Bestellung auch im Auftrag eines Kunden aufgeben. Zusätzlich zu den Produktangaben enthält eine Kundenbestellung auch die folgenden Informationen: Rechnungsanschrift, Versandadresse (außer bei gekauften Waren, die heruntergeladen werden können, z. B. bei Software), Versandmethode, Versandunternehmen, Service, Zahlungsinformationen, Steuern und Versandspesen sowie alle Kommentare oder Preisanpassungen, die von der Person, die die Bestellung aufgegeben hat, definiert wurden.  Ein Verarbeitungsmanager stellt sicher, dass die Bestellungen korrekt abgewickelt werden, die Zahlungen eingehen und die Bestellungen versendet werden.  Ein Verkaufsmanager stellt sicher, dass die Bestellungen korrekt abgewickelt werden, die Zahlungen eingehen und die Bestellungen versendet werden.

Bestellung mit Lieferrückstand. Der Status eines bestellten Produkts, bei dem die Zuordnung von Lagerbestand ergeben hat, dass es nicht verfügbar ist.

Bevorzugte Sprache. Die Sprache, die ein Kunde als bevorzugte Sprache für die Ausführung von Transaktionen angegeben hat. Die bevorzugte Sprache kann entweder im Kundenprofil oder mit dem Parameter langID definiert werden, der über die URL-basierten Controllerbefehle zur Verfügung steht. Siehe auch *Einkaufssprache*.

Bevorzugte Währung. Die Währung, die ein Kunde als bevorzugte Währung für die Anzeige der Preise angegeben hat. Die bevorzugte Währung wird im Kundenprofil angezeigt. Siehe auch *Einkaufswährung* und *Unterstützte Währung*.

BMP. Siehe *Über JavaBeans realisierte Transaktionspersistenz (Bean-Managed Persistence, BMP)*.

Broadcast-Job. Ein Job, der auf allen Klonen gleichzeitig ausgeführt wird. Broadcast-Jobs werden wie alle anderen Jobs vom Scheduler gesteuert.

Bundle. Ein Konzept, das Produktmanagern und Marketingmanagern das Bereitstellen einer Einzel-Klick-Funktion für den Zugriff auf mehrere Artikel ermöglicht. Ein Bundle kann auch als zusammengesetzter Katalogeintrag mit mindestens einer Artikelnummer bezeichnet werden. Wenn einer Bestellung ein Bundle hinzugefügt wird, erfolgt eine Untergliederung in die einzeln bestellbaren Artikel, die der Bestellung dann

unter Berechnung eines Gesamtpreises hinzugefügt werden. Ein Bundle kann nicht direkt gekauft werden. Siehe auch *Paket*.

Business Intelligence. Die Konsolidierung und Analyse der Daten, die während des täglichen Betriebs eines Unternehmens erfasst und dann als Basis für besser fundierte Unternehmensentscheidungen und zur Erzielung von Wettbewerbsvorteilen eingesetzt werden.

C

Cache. Ein spezieller Puffer, der kleiner und schneller als der Hauptspeicher ist und zum Speichern einer Kopie der Instruktionen und Daten dient, die aus dem Hauptspeicher abgerufen und mit hoher Wahrscheinlichkeit als nächstes vom Prozessor benötigt werden.

Call-Center. In WebSphere Commerce eine Gruppe von Mitarbeitern, die als Benutzer zur Zugriffsgruppe 'Kundendienstmitarbeiter' zugeordnet sind, wodurch sie einige Funktionen für Kunden aufrufen können. Sie können beispielsweise Kundeninformationen aktualisieren, einschließlich des Kennworts. Darüber hinaus können sie Bestellungen aktualisieren oder neue Bestellungen aufgeben. Der Parameter 'forUser' wird zum Aktivieren von Call-Centers verwendet.

CCF. Siehe *Common Connector Framework*.

Client. Eine funktionale Einheit, die gemeinsam benutzte Services von einem Server empfängt. Ein PC, der HTML-Dokumente von einem Web-Server anfordert, ist z. B. ein Client dieses Servers.

CMP. Siehe *Über Container realisierte Transaktionspersistenz (Container-Managed Persistence, CMP)*.

Commerce-Server. Siehe *WebSphere Commerce-Server*.

COMMIT. Eine Arbeitseinheit dadurch beenden, dass Sperren freigegeben werden, damit Änderungen, die durch diese Arbeitseinheit vorgenommen wurden, für andere Prozesse verfügbar werden.

COMMIT-Grenze. Ein Punkt, an dem innerhalb eines Jobs keine Änderungen an einer Datenbankdatei anstehen.

COMMIT-Steuerung. Eine Methode zum Zusammenstellen von Dateioperationen in einer Gruppe, die es ermöglicht, diese Gruppe von Datenbankänderungen als eine Einheit zu verarbeiten bzw. sie als eine Einheit zu entfernen.

Common_Connector_Framework. Schnittstellen- und Klassendefinitionen, die ein einheitliches Verfahren für die Interaktion mit Unternehmensressourcen (z. B. CICS(R)- und Encina(R)-Transaktionen) in allen Java-Ausführungsumgebungen zur Verfügung stellen.

Controllerbefehl. Ein Befehl, der zum direkten Dialog mit dem Web-Controller dient. Nach seiner Beendigung

gibt ein Controllerbefehl den Namen einer auszuführenden Anzeigetask zurück. Der Web-Controller stellt die korrekte Implementierungsklasse des Anzeigebefehls fest und ruft diesen anschließend auf.

CSR. Siehe *Kundendienstmitarbeiter (Customer Service Representative, CSR)*.

D

Databean. Eine Java-Bean, die in einer JSP-Datei gespeichert wird. Die JavaBean (Data Bean) steht für Daten, auf die vom Anwendungsentwickler zugegriffen werden kann. Databeans können Befehle zugeordnet werden. Diese werden dann aufgerufen, wenn die JSP zur Laufzeit ein Exemplar der Databean erstellt.

Databeanbefehl. Ein Befehl, der einer Databean zugeordnet ist und von einer JSP-Datei aufgerufen wird. Dieser Befehl dient zum Abrufen von Daten für die Databean aus einem permanenten Objekt, z. B. aus einer Entity-Bean.

Databean-Manager. Ein Modul, das einen Databeanbefehl aufruft, um Daten aus den zugehörigen Entity-Beans abzurufen.

Datamart. Eine Untergruppe eines Data-Warehouses, das für bestimmte Anforderungen einer Abteilung oder eines Teams angepasste Daten enthält. Ein Datamart kann in Ihrer gesamten Organisation als Untergruppe eines Warehouses definiert sein.

Datensatz zum erwarteten Lagerbestand. Listet den Lagerbestand auf, der bei einem Lieferanten bestellt wurde und dessen Eingang vom Verkäufer erwartet wird. Ein Datensatz zum erwarteten Lagerbestand kann Informationen zu mehreren Artikeln, Fulfillment-Centern und Datumsangaben enthalten. Siehe auch *Lagerbeleg*.

Demilitarized Zone (DMZ). In der Netzsicherheit ein Netz, das von einem gesicherten Netz (z. B. einem privaten Intranet) und einem nicht gesicherten Netz (z. B. dem Internet) isoliert ist und als neutrale Zone zwischen diesen beiden Netzen dient. Der Zugriff vom gesicherten oder nicht gesicherten Netz auf die DMZ wird normalerweise von einem oder mehreren gesicherten Gateways gesteuert.

Disposition. Entfernen oder Übertragen von Lagerbestand, der von einem Kunden an ein Fulfillment-Center zurückgegeben wurde.

DMZ. Siehe *Demilitarized Zone*.

Dokumenttypdefinition (Document Type Definition, DTD). Die Regeln, die die Struktur für eine bestimmte Klasse von SGML- oder XML-Dokumenten angeben. Die DTD definiert die Struktur mit Elementen, Attributen und Notationen und führt Einschränkungen dazu ein, wie oft jedes Element, jedes Attribut und jede

Notation innerhalb dieser bestimmten Klasse von Dokumenten verwendet werden kann. Eine DTD ist im Hinblick darauf zu einem Datenbankschema analog, dass sie die Struktur für eine bestimmte Formatierungssprache vollständig beschreibt.

Domänenname. Im Internet-Übertragungsprotokoll der Name eines Host-Systems in einem Netz. Ein Domänenname besteht aus einer Folge von untergeordneten Namen, die durch ein Begrenzungszeichen voneinander getrennt sind.

Downstream. In Richtung des Datenflusses bzw. in Richtung auf das Ziel der Übertragung oder allgemein ausgedrückt von einem Informations-Server in Richtung auf den Endbenutzer.

DTD. Siehe *Dokumenttypdefinition (Document Type Definition, DTD)*.

Duale Anzeige. Die gleichzeitige Anzeige eines Geldbetrags in der Einkaufswährung und eines oder mehrerer Gegenwerte in einer anderen Währung.

Dynamisch. Merkmal einer Operation, die bei Bedarf und nicht zu einem vordefinierten oder festen Zeitpunkt ausgeführt wird. Gegensatz zu *Statisch*.

Dynamischer Kit. Eine Gruppe von Produkten, die als Einheit bestellt werden. Die Informationen zu den Produkten, die in einem dynamischen Kit enthalten sind, werden durch ein externes Konfigurationsprogramm gesteuert und zur Bestelleingangszeit bereitgestellt. Einzelne Komponenten eines dynamischen Kits können in der Bestellung nicht geändert werden, sie können jedoch durch das Konfigurationsprogramm rekonfiguriert werden. Die gesamte Konfiguration muss zusammen abgewickelt werden. Siehe auch *Bundle* und *Kombinierter Katalogeintrag*.

E

EDI. Siehe *Elektronischer Datenaustausch (Electronic Data Interchange, EDI)*.

Eigner. (1) Ein Mitglied, das eine Entität besitzt. (2) Eine Person, die über Zugriff und Berechtigung für die Bedienung einer Entität verfügt.

Eingabemethode. Eine Komponente, die Tastenanschläge in Texteingabe konvertiert, die auf andere Art nicht direkt eingegeben werden können, wie z. B. Zeichen, die für Ihr Betriebssystem nicht nativ sind. Beispielsweise kann die Komponente 'Eingabemethode' dazu verwendet werden, japanischen Text auf einer englischen Tastatur einzugeben.

Eingehende Nachricht. Eine Nachricht, die WebSphere Commerce von einer externen Anwendung oder von einer Back-End-Anwendung empfängt. Der Transportadapter unterstützt fünf eingehende Nachrichten im XML-Format: Aktualisierung des Bestellstatus (Order

Status Update), Aktualisierung des Produktlagerbestands (Product Inventory Update), Aktualisierung des Produktpreises (Product Price Update), Kundenaktualisierung (Customer Update), neuer Kunde (Customer New). Eingehende Nachrichten werden zur Integration von WebSphere Commerce in andere Systeme verwendet.

Einkaufskorb. Eine anstehende Bestellung. Siehe auch *Interessanter Artikel*.

Einkaufssprache. Die Sprache, die zur Anzeige von Seiten für einen bestimmten Kunden verwendet wird. Wird die bevorzugte Sprache des Kunden vom Geschäft oder der Site unterstützt, wird sie als Einkaufssprache benutzt. Andernfalls wird als Einkaufssprache die im Geschäft oder auf der Site definierte Standardsprache verwendet. Siehe auch *Bevorzugte Sprache*.

Einkaufswährung. Die Währung, die von einem Geschäft zur Ausführung seiner Transaktionen mit einem bestimmten Kunden verwendet wird. Siehe auch *Bevorzugte Währung* und *Unterstützte Währung*.

Einkäufer. Der Einkäufer ist die primäre Kontaktperson für Lieferanten. Er übernimmt Verhandlungen und Bestellungen von Lieferanten, überwacht den Lagerbestand, trifft Bestellentscheidungen und verfolgt Datensätze zum erwarteten Lagerbestand und Lagerbelege sowie Gründe für Rückgaben.

EJB. Siehe *Enterprise JavaBeans*.

EJB-Container. Eine Laufzeitumgebung, die eine oder mehrere Enterprise-Beans verwaltet. Der EJB-Container verwaltet die Gültigkeitsdauer von Enterprise-Bean-Objekten, koordiniert verteilte Transaktionen und implementiert die Objektsicherheit. Normalerweise wird jeder EJB-Container von einem EJB-Server zur Verfügung gestellt und enthält eine Gruppe von Enterprise-Beans, die auf dem Server ausgeführt werden.

Elektronischer Datenaustausch (Electronic Data Interchange, EDI). Der Austausch strukturierter elektronischer Daten zwischen Computersystemen gemäß vorab definierter Nachrichtenstandards.

Empfänger. Eine Person mit einem definierten Aufgabenbereich in WebSphere Commerce, die im Fulfillment-Center Lagerbestand empfängt, Datensätze zum erwarteten Lagerbestand sowie Spontanbelege für bestellte Produkte verfolgt und Produkte empfängt, die auf Grund von Kundenrückgaben zurückgegeben wurden.

Empfehlungen. Aufzeichnungen, in denen gezählt wird, wie oft Kunden von einem anderen Unternehmen oder einer anderen Website auf die aktuelle Website verwiesen wurden. Empfehlungen können festgestellt werden, wenn der Verkäufer und das andere Unternehmen deren Anzahl zu Identifikationszwecken protokollieren. Empfehlungen können auch unidentifiziert blei-

ben, wenn der Verkäufer sie nur für eigene Zwecke aufzeichnet. Die Zählung von Empfehlungen kann mit Hilfe verschiedener Verfahren einschließlich einer Klickprotokollanalyse, der Durchklickrate, Marketingservices bei Geschäftspartnern und entsprechenden Untersuchungen durchgeführt werden.

Enterprise JavaBeans. Eine Architektur mit verteilten Komponenten, die von Sun Microsystems, Inc. definiert wurde.

Enterprise-Bean. Ein nicht visuelles Objekt, das der Enterprise JavaBeans-Architektur entspricht. Enterprise-Beans werden in einem EJB-Container implementiert und auf einem EJB-Server ausgeführt. Es gibt zwei Typen von Enterprise-Beans: Session-Beans und Entity-Beans.

Entität. Beim objektorientierten Design ein Element, das als Einheit und häufig als Mitglied einer bestimmten Kategorie oder eines bestimmten Typs behandelt werden kann. Als Entität können konkrete Objekte sowie abstrakte Konzepte bezeichnet werden.

Entity-Bean. Eine Enterprise-Bean, die permanente Daten enthält und in unterschiedlichen permanenten Datensammlungen gespeichert werden kann. Jede Entity-Bean verfügt über eine eigene Identität. Es gibt zwei Typen von Entity-Beans: CMP-Entity-Beans (CMP = Container-Managed Persistence) und BMP-Entity-Beans (BMP = Bean-Managed Persistence). Gegensatz zu *Session-Bean*.

Entnahmepacker. Eine Person mit einem definierten Aufgabenbereich in WebSphere Commerce, die Produkte in Fulfillment-Centern entnimmt und diese für den Versand an Kunden verpackt. Der Entnahmepacker verwaltet darüber hinaus Entnahmetickets und Verpackungsbelege, die während der Bestellabwicklung zur Bestätigung des Versands von Produkten verwendet werden.

Entnahmestapel. Eine Gruppe von Freigaben, die in einem Fulfillment-Center als Einheit verwaltet werden.

Entnahmeticket. Ein gedrucktes Dokument, das eine Liste mit allen Produkten enthält, die für die Abwicklung der Freigaben in einem bestimmten Entnahmestapel erforderlich sind. Dieses Dokument wird von Entnahmepackern dazu verwendet, die Produkte zusammenzutragen, die für alle Freigaben, die im Entnahmestapel enthalten sind, verpackt und versendet werden müssen.

Erfassung. Der Prozess, bei dem Ihr übernehmendes Geldinstitut eine Zahlung vom Geldinstitut des Kunden empfängt und diese an Sie überweist. Eine "Erfassung" ist die Garantie, dass die Geldsumme verfügbar ist und der Transfer stattfinden wird.

Erwarteter Lagerbestand. Lagerbestand, der bei einem Lieferanten bestellt wurde und dessen Eingang vom

Verkäufer erwartet wird. Diese Information ist in einem Datensatz zum erwarteten Lagerbestand enthalten.

Exemplar. Siehe *WebSphere Commerce-Exemplar* und *Webserverexemplar*.

Extensible Markup Language. Siehe *XML*.

F

Factory. Eine Bean, die zur dynamischen Erstellung von Beanexemplaren dient. Die Befehlsfactory (die zur Erstellung von Befehlsobjekten verwendet wird) ist ein Beispiel für die Verwendung des Factory-Design-Musters in WebSphere Commerce.

Fensterobjekt (Widget). (1) Ein Element einer grafischen Benutzerschnittstelle (Graphical User Interface, GUI), das Informationen anzeigt oder eine spezifische Methode der Interaktion des Benutzers mit dem Betriebssystem und der Anwendung bereitstellt. Fensterobjekte umfassen Symbole, Pulldown-Menüs, Knöpfe, Markierungsfelder, Schiebeleisten, Fenster, Formulare und viele andere Elemente zum Anzeigen von Informationen und zum Auffordern zu sowie zum Akzeptieren und Beantworten von Benutzeraktionen. (2) Bei der objektorientierten Programmierung wird jeder Typ von Fensterobjekt als Klasse (oder als Unterklasse für eine große generische Fensterobjektklasse) definiert und ist immer einem bestimmten Fenster zugeordnet. Ein Fensterobjekt implementiert Prozeduren über die zugehörige Fensterobjektklassen-Struktur. Die meisten (wenn nicht sogar alle) modernen Sprachen zur Anwendungsentwicklung, wie z. B. Java, enthalten eine fertige Bibliothek von Fensterobjekten, die Programmierer in ihre Programme einbauen und auch ändern können.

Freigabe. Eine Gruppe von Produkten in einer bestimmten Bestellung, die über dieselbe Versandadresse, dasselbe Fulfillment-Center und dasselbe Versandunternehmen verfügen. Produkte in einer Freigabe können in mehreren Paketen versendet werden. Eine Freigabe kann beispielsweise vier Computermonitore enthalten. Es wäre nicht durchführbar, diese Monitore alle in einem großen Karton zu versenden, sie gelten aber dennoch als eine einzige Freigabe. Produkte, die ansonsten in einer einzigen Freigabe enthalten wären, können separat freigegeben werden, wenn dies durch die Richtlinie des betreffenden Verkäufers festgelegt wird.

Fremdschlüssel. In einer relationalen Datenbank ein Schlüssel in einer Tabelle, der auf den Primärschlüssel einer anderen Tabelle verweist.

Fulfillment-Center. Dient als Speicherort, an dem Produkte verpackt und an Kunden versendet werden. Fulfillment-Center, Geschäfte und Versandunternehmen werden als eigenständige Entitäten behandelt.

Auktion. Eine Verkaufsmethode, bei der der Preis und weitere Verkaufsbedingungen für Waren und Dienstleistungen verhandelt und dynamisch festgelegt werden. Der Zuschlag geht normalerweise an den Bieter mit dem höchsten Gebot.

Cross-Sell. Eine Produktempfehlung, die das momentan angezeigte oder ausgewählte Produkt ergänzt oder zu diesem in Beziehung steht. Siehe auch *Up-Sell*.

Durchklickrate. In der Web-Werbung das prozentuale Verhältnis zwischen der Anzahl von Klicks, die auf einer Werbung auf einer HTML-Seite ausgeführt wurden, und der Anzahl der Downloads, die für diese Werbung ausgeführt wurden. Gegensatz zu *Impressionen*.

Impression. In der Web-Werbung die Darstellung eines Werbeelements auf einer Seite, auf die zugegriffen wurde. Wenn auf einer Web-Seite z. B. drei Werbeelemente angezeigt werden, verfügt jedes dieser Elemente über eine Impression. Online-Publisher verkaufen Werbeflächen häufig auf der Basis von Impressionen. Gegensatz zu *Durchklickrate*.

Kundenprofil. Alle Informationen über den Kunden, die vom Verkäufer gespeichert werden. Diese Informationen können grundlegende demografische Daten, das Bestellprotokoll oder Betriebsdaten wie z. B. die Benutzer-ID und die Versandadresse umfassen. Kundenprofile sind dynamisch. Marketingmanager definieren die Bedingungen, die zutreffen müssen, damit ein Kunde in ein Kundenprofil aufgenommen wird. Kundenprofile können die Ziele von Kampagnen sein.

Marketingereignis. In WebSphere Commerce alle Ereignisse im System, die marketingrelevant sind. Die meisten Marketingereignisse werden direkt durch das Kundenverhalten gesteuert. Als Beispiele sind das Durchsuchen von Katalogen, Navigations- und Einkaufskorbaktivitäten aufzuführen.

Merkmalsattribut. Gibt an, wie die Informationen zu Produkten dem Kunden angezeigt werden sollen. Artikel mit numerischen Beschreibungen können dem Kunden z. B. in auf- oder absteigender Folge angezeigt werden.

Personalisierung. (1) Die Verwendung von Wissen über die Kunden zur Bereitstellung einer angepassten Einkaufsumgebung. (2) Das Erstellen einer Reihe von zugeordneten Informationen für einen bestimmten Benutzer, die dann zur Anpassung von Ressourcen für diese Person verwendet werden können.

Produktempfehlung. Ein Verkaufs- und Marketingverfahren, bei dem die in einem Katalog verfügbaren Produkte einem Kunden auf der Basis der Informationen in seinem Kundenprofil oder auf der Basis unabhängiger Kriterien zum Kauf vorgeschlagen werden. Siehe *Cross-Sell* und *Up-Sell*.

Regel. Eine Anweisung, die einer Gruppe von Aktionen eine Gruppe von Testbedingungen zuordnet. Das

grundlegende Format einer Regel ist: if 'Bedingung', then 'Aktion'. Regeln werden bei der Personalisierung häufig eingesetzt.

Regelprojekt. Enthält Informationen, die Ihre Site benötigt, um mit dem Blaze Advisor-Regelserver kommunizieren zu können.

Regelservice. Eine Schnittstelle, die zur Kommunikation mit dem Blaze Advisor-Regelserver verwendet wird. Ein Regelservice verfügt über definierte Ein- und Ausgabemethoden, um die Kommunikation zwischen den beiden Anwendungen zu ermöglichen.

Up-Sell. Eine Produktempfehlung eines ähnlichen, jedoch teureren Produkts aus derselben Produktlinie, der das momentan angezeigte oder ausgewählte Produkt angehört. Siehe auch *Cross-Sell*.

E-Marketing-Einblendung. In WebSphere Commerce Daten auf einer Webseite, die normalerweise für eine Marketingaktion, z. B. eine Kampagne, erstellt wurden.

Kampagne. Eine geplante Folge von Operationen, wie Werbungen und Techniken zum suggestiven Verkaufen, die zur Erreichung einer definierten Gruppe von Unternehmenszielen ausgeführt werden. In WebSphere Commerce Accelerator werden Kampagnen zum Koordinieren und Zusammenstellen von Gruppen von Kampagnenpromotionen verwendet.

Klickprotokoll. In der Web-Werbung die Folge von ausgeführten Klicks bzw. der Seiten, die vom Besucher der Website aufgerufen wurden.

Werbung. Die zur Unterstützung einer Marketingaktion genutzten Informationen, Bilder und sonstiges Material. Synonym für *kolaterale Verkaufsartikel*.

G

Gateway. Eine Funktionseinheit, die ein lokales Datenetz mit einem anderen Netz verbindet.

Gegenwert. Ein angezeigter Geldbetrag, der von der Einkaufswährung in eine andere Währung umgerechnet wurde.

Geocode. In WebSphere Commerce ein anwendungsspezifischer Code, der eine geografische Region darstellt.

Gerüst (Framework). Eine Reihe von Objektklassen, die eine Gruppe verwandter Funktionen für einen Benutzer oder eine Software bereitstellen.

Geschäft. Siehe *Onlinegeschäft*.

Geschäftsarchiv. Eine komprimierte Datei, die alle Ressourcen (einschließlich der Dateiresourcen und Datenbankinformationen) enthält, die zum Erstellen eines Geschäfts benötigt werden. Wenn Sie das Geschäftsarchiv auf einem WebSphere Commerce-Ser-

ver publizieren, wird ein funktionsfähiges Geschäft erstellt. Siehe *SAR-Dateiformat*.

Geschäftseigner. In WebSphere Commerce ist diese Person der Eigner der Datenbank und der Dateiressourcen für das Onlinegeschäft und ist für deren Steuerung zuständig. Als Geschäftseigner kann ein Unternehmen definiert sein.

Geschäftsentität. Eine abstrakte Superklasse, die entweder ein Geschäft oder eine Geschäftsgruppe repräsentieren kann.

Gezielte E-Mail. Ein Mittel zur Verbreitung von Informationen zu einer Kampagne über E-Mail an spezifische Empfänger auf der Basis erstellter Kundenprofile.

H

Handelsposition. Siehe *Angebot*.

Handelspositionscontainer . Enthält Angebote, die auch als Handelspositionen bezeichnet werden. Die Handelspositionen in einem Handelspositionscontainer werden für Kunden verfügbar gemacht, indem sie mindestens einem Vertrag zugeordnet werden. Ein Handelspositionscontainer kann eingeschränkt sein. Ein Kunde, der in einem Geschäft einkauft, kann keine Angebote in einem eingeschränkten Handelspositionscontainer nutzen, wenn er nicht Mitglied von mindestens einer der Kundengruppen ist, die dem betreffenden Handelspositionscontainer zugeordnet sind.

Hauptkatalog. Der Hauptkatalog, der alle Produkte, Artikelnummern, Beschreibungen sowie die standardmäßige Preisgestaltung für alle Produkte enthält. Jedes Produkt gehört einer einzigen Kategorie an. Siehe auch *Onlinekatalog*.

Händler. Überwacht die übergeordneten Geschäftsziele und die Geschäftsverwaltung sowie die Protokollierung der Geschäftsverkäufe. Der Händler entspricht dem *Verkäufer*.

Horizontale Skalierbarkeit. Die Fähigkeit, JVM-Prozesse (JVM = Java Virtual Machine) auf mehrere physische Maschinen zu verteilen.

Host. Ein Computer, der einen Zugriffspunkt für ein Netz bereitstellt. Ein Host kann als Client, als Server oder gleichzeitig als Client und als Server eingesetzt werden.

Hostname. In der Internetprotokollgruppe der Name, der einem Computer zugeordnet ist. In bestimmten Fällen wird der Terminus *Hostname* auch verwendet, um den vollständig qualifizierten Domännennamen oder den Teil des vollständig qualifizierten Domännennamens zu bezeichnen, der die gewünschte Einheit am genauesten beschreibt. Wenn der vollständig qualifizierte Domä-

nenname z. B. mycomputer.city.company.com lautet, können die folgenden Komponenten als Hostname bezeichnet werden:

- mycomputer.city.company.com
- mycomputer

Höchste Kategorie. In einem Onlinekatalog eine Kategorie mit Artikeln, für die es keine übergeordnete Kategorie gibt.

HTML. Siehe *Hypertext Markup Language*.

HTTP. Siehe *Hypertext Transfer Protocol*.

HTTP-Web-Controller. Siehe *Web-Controller*.

Hypertext Markup Language (HTML). Eine Formatierungssprache, die dem SGML-Standard entspricht und hauptsächlich zur Unterstützung der Onlineanzeige von Text- und Grafikdaten entwickelt wurde, die Hypertext-Links enthalten. HTML wird zum Erstellen von Seiten für elektronische Geschäfte im Web verwendet.

Hypertext Transfer Protocol (HTTP). In der Internetprotokollgruppe das Protokoll, das zum Übertragen und Anzeigen von Hypertextdokumenten im Web verwendet wird.

ID-Auflösung. Die Generierung von Referenznummern vor dem Laden von XML-Elementen in eine Datenbank. ID-Auflösung wird dazu verwendet, Daten innerhalb eines Datenbanksystems eindeutig zu kennzeichnen.

IDE. Siehe *Integrated Development Environment (IDE)*.

Implementierung. (1) Der Vorgang des Verpackens von Enterprise-Beans in eine JAR-Datei zur Verteilung an einen Container oder an einen Enterprise-Bean-Server. (2) Der Vorgang des Verfügbarmachens von WebSphere Commerce-Anwendungscode zur Verwendung. Dieser Prozess umfasst das Verpacken angepasster Befehle, Databeans und Enterprise-Beans in JAR-Dateien. Die JAR-Dateien müssen dann in einem Container installiert und konfiguriert werden.

Implementierungsdeskriptor. Ein serialisiertes Objekt, das Laufzeiteinstellungen für eine Enterprise-Bean enthält und Informationen mit dem Inhalt an den EJB-Container weitergibt, wie die Enterprise-Bean verwaltet und gesteuert werden soll.

Inhaltsverzeichnis. Eine Versandbestätigung, die Informationen zur Verfolgungsidentifikation enthalten kann.

Integrated Development Environment (IDE). Eine Gruppe integrierter Tools zum Entwickeln von

Software. In VisualAge für Java eine Gruppe von Fenstern, die dem Benutzer den Zugriff auf Entwicklungstools ermöglichen. Die Primärfenster sind die Fenster für die Workbench, das Protokoll (Log), die Konsole, den Debugger und den Repository-Explorer.

Interessanter Artikel. Ein Artikel, den ein Kunde für wiederholte oder mögliche Käufe angegeben hat. Ein interessanter Artikel wird mit Mengen-, jedoch nicht mit Preisinformationen gespeichert. Eine Liste interessanter Artikel kann einen oder mehrere interessante Artikel enthalten.

IP-Adresse. Eine eindeutige 32-Bit-Adresse, die die Position aller Einheiten oder Workstations im Internet angibt. Der Wert 9.41.41.103 stellt z. B. eine IP-Adresse dar.

ISO 4217. Ein Standardformat mit drei Buchstaben, das vom Internationalen Normenausschuss (International Organization for Standardization, ISO) eingeführt wurde und zur Angabe der Währung verwendet wird, in der ein Geldbetrag ausgedrückt wird. Beispielsweise wird der amerikanische Dollar als USD bezeichnet.

J

JAR-Dateiformat. JAR (Java Archive) ist ein plattformunabhängiges Dateiformat, mit dessen Hilfe zahlreiche Dateien in einem Objekt zusammengefasst werden können. Mehrere Java-Applets und die zugehörigen Komponenten (Klassendateien, Bild-, Ton- und andere Ressourcendateien) können in eine JAR-Datei gepackt und anschließend in einer einzigen HTTP-Transaktion in einen Browser heruntergeladen werden.

Java Database Connectivity (JDBC). Eine Spezifikation für die Aktivierung von Java-Programmen zum Zugriff auf Datenbanken unter Verwendung von SQL-Abfragen.

Java Message Service (JMS). Eine API von Sun Microsystems, Inc., die die formale Kommunikation zwischen Computern in einem Netz unterstützt, die als Nachrichtenübertragung (Messaging) bezeichnet wird. Unter Verwendung der JMS-Schnittstelle kann ein Programmierer Systeme zur Nachrichtenübertragung von Unternehmen wie MQSeries(R) aufrufen.

Java-Bean. Eine wieder verwendbare Softwarekomponente, die der JavaBeans-Spezifikation von Sun Microsystems, Inc. entspricht. Beans verfügen über Standardmöglichkeiten zum Implementieren ihrer Eigenschaften, Methoden und Ereignisse, damit sie programmatisch geprüft und bearbeitet werden können. WebSphere Commerce und Commerce Studio enthalten WebSphere Commerce-spezifische Beans, die Sie zum Hinzufügen dynamischer Informationen zu Geschäftsseiten verwenden können, die unter Verwendung des JavaServer Pages-Verfahrens erstellt wurden.

Java(TM). Eine objektorientierte Programmiersprache für portierbaren Interpreter-Code, die die Interaktion zwischen fernen Objekten ermöglicht. Java wurde von Sun Microsystems, Inc. entwickelt und definiert.

JavaBeans. Ein von Sun Microsystems, Inc. definiertes Modell für portierbare, plattformunabhängige und wieder verwendbare Komponenten.

JavaScript. Eine scriptbasierte Websprache, die Java ähnelt.

JavaServer Pages (JSP). Ein serverseitiges Verfahren zur Erstellung von Scripts, mit dessen Hilfe Sie Java-Code in statische Webseiten (HTML-Dateien) einbetten und ausführen können, wenn die Seite aufgerufen wird. Aus diesem Grund können Sie das JSP-Verfahren zum Erstellen von Produktdatenseiten verwenden, die normalerweise dynamische Inhalte wie z. B. Produkte, Produktpreise und Attribute enthalten.

JDBC. Siehe *Java Database Connectivity*.

Job. Ein WebSphere Commerce-Befehl, dessen Ausführung zu einem bestimmten Zeitpunkt oder in bestimmten Intervallen geplant ist.

JSP. Siehe *JavaServer Pages*.

JSP-Datei. Eine Datei, die mit der Erweiterung .jsp versehen ist und die ein Entwickler unter Verwendung von standardmäßigen HTML-Befehlen, zentralen JSP-Befehlen, angepassten JSP-Befehlen und Anweisungen in einer scriptbasierten Sprache erstellt, um dynamische Seiten in einem Webbrowser anzuzeigen. [Sun Microsystems, Inc.]

JSP-Seite. Ein textbasiertes Dokument, das fixierte Schablonendaten und JSP-Elemente verwendet und beschreibt, wie eine Anforderung verarbeitet wird, um eine Antwort zu erstellen. [Sun Microsystems, Inc.]

Jurisdiktion. Eine geografische Region für die Besteuerung oder den Versand, die ein Land oder eine Region, eine Provinz oder ein Gebiet, einen Postleitzahlenbereich oder einen anwendungsspezifischen Geocode repräsentiert.

K

Katalog. Siehe *Onlinekatalog*.

Katalogeintrag. Ein Objekt in einem Onlinekatalog. Ein Eintrag verfügt über einen Namen, eine Beschreibung, einen Listenpreis sowie weitere Details. Der Eintrag kann einfach aus einer Artikelnummer bestehen. Er kann aber auch ein Produkt sein, das automatisch in seine Einzelartikel unterteilt wird, z. B. ein Bundle oder ein Paket.

Kataloggruppe. Eine Zusammenstellung aus einem oder mehreren Katalogeinträgen oder Kataloggruppen, die eine Navigationshierarchie für einen Onlinekatalog bilden.

Kategorie. Eine Gruppe von Objekten, die über ähnliche Eigenschaften verfügen. In WebSphere Commerce werden Kategorien zum Strukturieren von Produkten oder Dienstleistungen verwendet, die in einem Geschäft angeboten werden. In einem Bekleidungsgeschäft können z. B. Kategorien für bestimmte Anlässe (Freizeit, Feste, sportliche Aktivitäten), Geschlechts- (Herren und Damen) oder Altersgruppen (Babies, Kinder, Erwachsene) definiert sein. Eine Kategorie wird normalerweise als Kataloggruppe implementiert. Siehe auch *Untergeordnete Kategorie* und *Übergeordnete Kategorie*

Kategoriemanager. Eine Person mit einem definierten Aufgabenbereich in WebSphere Commerce, die die Kategoriehierarchie verwaltet, indem sie Kategorien erstellt, ändert und löscht. Die Kategoriehierarchie strukturiert Produkte oder Dienstleistungen, die in einem Geschäft angeboten werden. Der Kategoriemanager verwaltet auch Produkte, Datensätze zum erwarteten Lagerbestand, Lieferanteninformationen, Lagerbestand und Rückgabegründe.

Kategorieseite. Eine Webseite in einem Onlinegeschäft, auf der Produktkategorien angezeigt werden. Kategorieseiten stellen für Kunden eine Verbindung zu den Seiten mit untergeordneten Kategorien oder zu Produkten her, die der ausgewählten Kategorie angehören.

Kategorietabelle. Eine dynamische Tabelle, in der Kategoriedaten in einer Reihe von Zeilen und Spalten angezeigt werden.

Käufer. Siehe *Kunde*.

Klon. Eine identisch konfigurierte Kopie eines Objekts, z. B. eines Anwendungs-Servers. Klone können bei der Auslastungsverwaltung z. B. zur Unterstützung der horizontalen und vertikalen Skalierung verwendet werden.

Knoten. Ein Verbindungspunkt in einem Netz, bei dem es sich entweder um einen Punkt für die erneute Verteilung oder einen Endpunkt für die Datenübertragung handelt. Im Allgemeinen verfügt ein Knoten über Funktionen zum Erkennen, Verarbeiten und Weiterleiten von Übertragungen an andere Knoten.

Kombinierter Katalogeintrag. Eine Zusammenstellung von Katalogeinträgen, die bei der Bestellung in die einzelnen Komponenten aufgeteilt wird. Normalerweise als *Bundle* bezeichnet.

Kompositionsservices. Die Komponente des WebSphere Commerce-Nachrichtensystems, die unter Verwendung von JSP-Schablonen eine formatierte Ausgabe für Nachrichten bereitstellt.

Komprimieren. Die Größe einer Datengruppe, wie z. B. einer Datei, verringern, um Speicher oder Übertragungszeit einzusparen.

Konfigurationsprogramm. Software, die eine Funktion für regelbasierte dynamische Kits (Bundlerstellung) bereitstellt, um eine Gruppe von Artikeln zu ermitteln, die gemeinsam verkauft werden können. Das Konfigurationsprogramm kann auch einen Preis für die Konfiguration zur Verfügung stellen. Diese Gruppierung basiert auf vorab definierten Regeln sowie Benutzerinteraktionen mit dem Konfigurationsprogramm.

Kunde. Ein Benutzer eines Onlinegeschäfts.

Kundendienstmitarbeiter (Customer Service Representative, CSR). Eine Person mit einem definierten Aufgabenbereich in WebSphere Commerce, die Kundenanfragen bearbeitet. Der Kundendienstmitarbeiter verarbeitet auch die Kundenregistrierung, Bestellungen und Rückgaben. Einige Unternehmen haben u. U. einen Kundendienstsupervisor, der über die Berechtigung zur Ausführung von Aktionen verfügt, auf die Kundendienstmitarbeiter nicht zugreifen können, wie z. B. das Genehmigen von vom System zurückgewiesenen Rückgabedatensätzen. Professional
Der Kundendienstmitarbeiter arbeitet auch mit Auktionen und zieht z. B. Gebote zurück oder führt Diskussionsforen.

Kundendienstsupervisor . Eine Person mit einem definierten Aufgabenbereich in WebSphere Commerce, die über Zugriff zu allen Kundendiensttasks verfügt. Der Kundendienstsupervisor verwaltet Kundenanfragen (wie z. B. Kundenregistrierung, Bestellungen, Rückgaben und Auktionen) und verfügt über Berechtigung zur Ausführung von Tasks, auf die Kundendienstmitarbeiter nicht zugreifen können, wie z. B. das Genehmigen von vom System zurückgewiesenen Rückgabedatensätzen und die Kontaktaufnahme mit Kunden bei Ausnahmen im Verlauf des Zahlungsvorgangs (wie z. B. Fehler bei der Kreditkartenberechtigung).

Kundengruppe. Ein Typ von Mitgliedergruppe, der aus einer Zusammenstellung von Kunden besteht, die von einem Site-Administrator gruppiert wurden, weil sie über ein ähnliches Kaufverhalten oder ähnliche Merkmale verfügen. Normalerweise basieren Kundengruppen auf Informationen, die Kunden im Verlauf der Registrierung bereitstellen. Kundengruppen können bestimmte Rabatte oder andere finanzielle Anreize geboten oder es können ihnen andere Produkt- oder Kategorieseiten angezeigt werden als anderen Kunden. Ein Kunde kann innerhalb eines Geschäfts zu einer oder mehreren Kundengruppen gehören.

L

Lagerempfang. Der Empfang von Produkten in einem Fulfillment-Center. Produkte können erwartet und in

Datensätzen zum erwarteten Lagerbestand aufgezeichnet oder spontan empfangen werden. Spontanbelege für Lagerbestand werden nicht in Datensätzen zum erwarteten Lagerbestand aufgezeichnet.

Lastausgleich. Ein Verfahren, um die von einem Computer zu verarbeitenden Daten auf zwei oder mehr Computer zu verteilen, damit allen Onlinebenutzern kürzere Antwortzeiten zur Verfügung gestellt werden können. Wenn ein Server überlastet ist, werden die Anforderungen an einen anderen Server mit einer höheren Kapazität weitergeleitet. Normalerweise ist der Lastausgleich der Hauptgrund für die Implementierung eines Server-Clusters. Da hierbei mehrere Server erforderlich sind, wird der Lastausgleich im Allgemeinen mit Überbrückungs- und Sicherungsservices kombiniert.

Laufzeitumgebung. (1) Eine Ausführungsumgebung. (2) In WebSphere Commerce eine aktive Website, auf der Geschäftsbetrieb stattfindet.

LDAP. Siehe *Lightweight Directory Access Protocol*.

Lightweight Directory Access Protocol (LDAP) . Ein offenes Protokoll, das TCP/IP verwendet, um den Zugriff auf Datenverzeichnisse zur Verfügung zu stellen.

Listenpreis. Ein Preis, der Teil des Katalogeintrags ist. Da ein Katalog von einem Hersteller produziert werden kann, der einen Listenpreis als Teil der Beschreibung jedes Eintrags mitliefert, ist der Listenpreis nicht notwendigerweise der Preis, zu dem der betreffende Eintrag verkauft wird. Der Preis, zu dem Artikel verkauft werden, wird von einem Geschäft festgelegt und als Angebotspreis bezeichnet. Daher ist das Anzeigen des Listenpreises nicht immer passend. Wenn ein Geschäft eigene Katalogeinträge erstellt, kann es im Katalog entweder den Listenpreis oder den Angebotspreis anzeigen.

Löschkaskade. Ein DB2(R)-Prozess, der die Ausführung einer Aktion für Zeilen einer Datenbank verursacht, wenn eine andere Zeile gelöscht wird.

Löschregel. Eine Regel, die einer referenziellen Integritätsbedingung zugeordnet wurde, die entweder das Löschen einer übergeordneten Zeile einschränkt oder die Auswirkung eines solchen Löschvorgangs auf die abhängigen Zeilen angibt.

LUHN-Formel. Ein Branchenstandard, der von vielen Kreditkartenunternehmen zur grundlegenden Vermeidung von Kreditkartenbetrug eingesetzt wird.

M

Marketingmanager. Eine Person mit einem definierten Aufgabenbereich in WebSphere Commerce, die das Kundenverhalten überwacht, analysiert und kennt. Der

Marketingmanager erstellt und ändert auch Kundenprofile für gezielte Verkaufskampagnen und erstellt und verwaltet Kampagnen.

Merchandising-Zuordnung. Eine Zuordnung zwischen zwei Katalogartikeln, die zur Durchführung von Verkaufsaktivitäten hergestellt wird. Für eine Kamera kann z. B. eine Merchandising-Zuordnung für benötigtes Zubehör zu einem Batterieset, für ein bestimmtes Hemd hingegen eine Merchandising-Zuordnung zu einer passenden Hose definiert sein.

Merchant Initiated SET. Eine Erweiterung von SET Secure Electronic Transaction LLC für SET Secure Electronic Transaction(TM)-Nachrichten. Die Erweiterung Merchant Initiated SET ermöglicht einem Händler die Verwendung von SET(TM)-Nachrichten für die Berechtigung und Erfassung von Bestellungen, die vom Karteninhaber mit einer anderen Übertragungsmethode als SET aufgegeben wurden.

Mit Statusaufzeichnung. Ein Merkmal eines Systems oder Prozesses, das bzw. der den Status einer Interaktion protokolliert. Gegensatz zu *Ohne Statusaufzeichnung*.

Mitglied. Eine Person, Gruppe oder Organisation, die im System definiert ist. Ein Mitglied kann ein Benutzer, eine Organisation, eine Organisationseinheit oder eine Mitgliedsgruppe sein. Es kann als Kunde, Administrator oder als Entitäteneigner fungieren. B2B Ein Mitglied muss erst Mitglied des Marketplace werden, bevor es ein Benutzer werden kann.

Mitgliedsgruppe. Mitgliedsgruppen implementieren auf der Basis des jeweiligen Aufgabenbereichs Steuerungsfunktionen in WebSphere Commerce. Der Mitgliedsgruppentyp gibt die beabsichtigte Verwendung an. Eine Kundengruppe dient zur allgemeinen Verwendung, wohingegen eine Zugriffsgruppe zur Zugriffssteuerung dient.

MQSeries(R)-Klassen für Java Message Service. Eine Gruppe von Java-Klassen, die JMS-Schnittstellen (JMS = Java Message Service) von Sun Microsystems, Inc. implementieren, um JMS-Programmen den Zugriff auf MQSeries-Systeme zu ermöglichen.

N

400 **QNETCOMM.** (1) Der Name der WebSphere Commerce-Produktbibliothek. (2) Ein Subsystem-Speicherbereich für WebSphere Commerce-Jobs. (3) Der Name des standardmäßigen Webserverexemplars. Dieses Webserverexemplar wird für die Ausführung mehrerer WebSphere Commerce-Exemplare verwendet.

▶ **400** **ID des aufrufenden Befehls.** Eine numerische Kennung für einen Befehl, der eine API-Funktion aufruft.

▶ **AIX** ▶ **Solaris** **ODBC-Treiber (ODBC = Open Database Connectivity).** Jede Datenbank, die ODBC unterstützt, verfügt über eigene ODBC-Treiber. Ein Treiber stellt eine Gruppe standardmäßiger APIs bereit, die eine Vielzahl von Datenbankfunktionen ausführen, wie z. B. das Herstellen einer Verbindung zur Datenbank, die Ausführung dynamischer SQL-Funktionen sowie COMMIT- und ROLL BACK-Funktionen für Datenbanktransaktionen.

▶ **AIX** ▶ **Solaris** **Open Database Connectivity (ODBC).** Eine standardmäßige Anwendungsprogrammierschnittstelle (Application Programming Interface, API) für den Zugriff auf Daten in relationalen sowie in nicht relationalen Datenbankverwaltungssystemen. Mit Hilfe dieser API können Datenbankanwendungen auf Daten zugreifen, die in Datenbankverwaltungssystemen auf verschiedenen Computern gespeichert werden, selbst dann, wenn jedes Datenbankverwaltungssystem ein anderes Format zur Datenspeicherung sowie eine andere API verwendet. Gegensatz zu *Java Database Connectivity*.

▶ **B2B** **Angebotsanfrage (Request For Quote, RFQ)** . Der Handelsmechanismus, der verwendet wird, wenn ein Einkäufer für eine bestimmte Gruppe von Waren oder Dienstleistungen Angebote einholt. Eine Angebotsanfrage kann verwendet werden, wenn ein Einkäufer einen bestimmten Artikel nicht im Katalog findet, keinen Preis für einen Artikel findet oder für einen Artikel mit Festpreis eine langfristige Vereinbarung zur Lieferung eingehen möchte.

▶ **B2B** **Antwort für die Angebotsanfrage.** Bei Verwendung des Handelsmechanismus 'Angebotsanfrage' ist dies die Antwort, die ein Verkäufer an einen Einkäufer sendet, der ihm eine Angebotsanfrage geschickt hat. Die Antwort für die Angebotsanfrage gibt die Vertragsbedingungen an, unter denen der Verkäufer die Produkte oder Dienstleistungen an diesen Einkäufer verkaufen möchte.

▶ **B2B** **Bearbeiter des Kundenkontos.** Der Aufgabenbereich 'Bearbeiter des Kundenkontos' ist der primäre Aufgabenbereich für die Erstellung von Verträgen und für das Ändern von Bestellungen für Konten sowie das Überwachen der Kontenaktivität. Bearbeiter des Kundenkontos gehören der Verkäuferorganisation an und können daher bei der Erstellung gezielter Verkaufswerbeaktionen wie Rabatten und Coupons beteiligt sein.

▶ **B2B** **Genehmigbare Aktion.** Ein Befehl (oder eine Befehlsgruppe), der von einem Benutzer aufgeru-

fen wird und nur mit vorhergehender Genehmigung durch einen Genehmiger in der Organisation ausgeführt werden kann.

▶ **B2B** **Genehmiger.** Die Person, die zur Genehmigung oder Zurückweisung einer genehmigbaren Aktion berechtigt ist.

▶ **B2B** **Handelsmechanismus .** In WebSphere Commerce eine Methode, mit deren Hilfe Einkäufer und Verkäufer Geschäftstransaktionen ausführen. Je nach Edition von WebSphere Commerce sind dies u. a.: Festpreis, Vertrag, Angebotsanfrage und Auktion.

▶ **B2B** **Logistikmanager .** Eine Person mit einem definierten Aufgabenbereich in WebSphere Commerce, die die Bestellabwicklung verwaltet. Der Logistikmanager verfügt über Zugriff auf alle Betriebstasks, einschließlich der Aufgaben des Entnahmepackers, des Empfängers und des Rückgabeadministrators.

▶ **B2B** **Marketplace.** Eine B2B-E-Commerce-Website, auf der Organisationen, denen Zugriff darauf erteilt wurde, eine einheitliche Sicht auf die Produkte und Dienstleistungen gewährt wird, die darauf gehandelt werden. Für die Organisationen werden darüber hinaus auch verschiedene Handelsmechanismen bereitgestellt, mit denen der Handel untereinander erleichtert wird.

▶ **B2B** **Nachträgliche Genehmigung .** Die Ausführung des Befehls für nachträgliche Genehmigung (falls vorhanden), wenn eine genehmigbare Aktion genehmigt wird. Beispielsweise kann der Befehl für nachträgliche Genehmigung einen speziellen Benachrichtigungsprozess übertragen. Siehe auch *Vorherige Genehmigung* und *Nachträgliche Zurückweisung*.

▶ **B2B** **Nachträgliche Zurückweisung.** Die Ausführung des Befehls für nachträgliche Zurückweisung (falls vorhanden), wenn eine genehmigbare Aktion zurückgewiesen wird. Beispielsweise kann der Befehl für nachträgliche Zurückweisung die Größe der Bestellung ermitteln und einen Manager benachrichtigen, wenn sie über einem bestimmten Betrag liegt. Siehe auch *Nachträgliche Genehmigung* und *Vorherige Genehmigung*.

▶ **B2B** **Organisationsadministrator.** In WebSphere Commerce der Vertreter einer Mitgliedsorganisation, der Genehmigungsabläufe für die Organisation einrichtet und den Benutzern innerhalb der Organisation Aufgabenbereiche zuordnet.

▶ **B2B** **Personalisierte Attribute.** Im Handelsmechanismus 'Angebotsanfrage' eine Liste mit Attributen, die von einer verkaufenden Organisation erstellt wurden und die ein Einkäufer verwenden muss, wenn er an diese Organisation eine Angebotsanfrage senden

möchte. Zusätzlich zu den vom Verkäufer bereitgestellten vorab definierten Attributen können Einkäufer eindeutige Attribute in dafür vorhandene Attributfelder angeben.

▶ **B2B** **Ressourcengruppe.** Eine Gruppe von Ressourcen, die Geschäftsobjekte wie Verträge oder eine Reihe verwandter Befehle enthalten kann. Bei Richtlinien zur Zugriffssteuerung geben Ressourcengruppen die Ressourcen an, für die die Richtlinie zum Zugriff berechtigt.

▶ **B2B** **RFQ.** Siehe *Angebotsanfrage (Request For Quote, RFQ)*.

▶ **B2B** **Richtlinie zur Zugriffssteuerung.** Eine Gruppe von Einschränkungen und Bedingungen, die durch den Site-Administrator aufgebaut wird. Diese Gruppe schränkt den Zugriff eines Benutzers auf die Ressourcen ein, die zur Ausführung der für seinen zugeordneten Aufgabenbereich relevanten Zuständigkeiten notwendig sind.

▶ **B2B** **UBF.** Siehe *Unified Business Flow*.

▶ **B2B** **Unified Business Flow (UBF).** Ein Merkmal, das die flexible Erstellung und Änderung von Geschäftsprozessen ermöglicht. Mit Unified Business Flow können Entwickler die Geschäftsabläufe in den verschiedenen Unterkomponenten von WebSphere Commerce ändern.

▶ **B2B** **Unified Trading Framework (UTF).** Die gemeinsame Architektur, auf der sämtliche Handelsmechanismen erstellt werden können. Dies umfasst auch Handelsmechanismen, die intern entwickelt werden.

▶ **B2B** **UTF.** Siehe *Unified Trading Framework*.

▶ **B2B** **Verkaufsmanager.** Eine Person mit einem definierten Aufgabenbereich in WebSphere Commerce, die die Bestellverarbeitung verwaltet und dazu sicherstellt, dass Bestellungen korrekt abgewickelt werden, Zahlungen eingehen und Bestellungen versendet werden. Der Verkaufsmanager kann Kundenbestellungen suchen, Details anzeigen, Bestellinformationen verwalten sowie Rückgaben erstellen und bearbeiten.

▶ **B2C** Siehe *Verarbeitungsmanager*.

▶ **B2B** **Vorherige Genehmigung.** Die Ausführung eines Befehls, bevor die genehmigbare Aktion genehmigt wird, die die Genehmigungsanforderung einleitete. Beispielsweise wird vor der Genehmigung einer Bestellung der Befehl zum Prüfen des Lagerbestands ausgeführt, um sicherzustellen, dass das Produkt vorrätig ist. Siehe auch *Nachträgliche Genehmigung* und *Nachträgliche Zurückweisung*.

▶ **B2B** **Aktionsgruppe.** Eine explizit definierte Gruppe von Operationen, die Java-Befehlen entsprechen, die für die Bearbeitung von Ressourcen eingesetzt werden.

▶ **B2B** **Genehmigergruppe.** Die festgelegten Benutzer innerhalb einer bestimmten Organisation, an die eine Genehmigungsanforderung geleitet wird, wenn eine genehmigbare Aktion aufgerufen wird. Anforderungen werden an die gesamte Einheit geleitet, nicht an eine einzelne Person.

▶ **B2B** **Genehmigungsablauf.** Die Folge der Schritte, die eingeleitet wird, wenn ein Benutzer versucht, eine Task auszuführen, zu der eine genehmigbare Aktion gehört. Der Prozess stellt zuerst sicher, dass der Benutzer zum Aufrufen des Befehls berechtigt ist. Wenn der Benutzer berechtigt ist, wird die Anforderung zur Ausführung des Befehls an den entsprechenden Genehmiger geschickt, der sie dann akzeptieren oder zurückweisen muss. Mehrere Genehmigungsstufen sind möglich.

▶ **B2B** **Geschäftsrichtlinie.** Eine Gruppe von Regeln, die ein Geschäft oder eine Gruppe von Geschäften befolgt. Diese Regeln definieren Geschäftsprozesse, Branchenpraktiken oder den Bereich und die Kenndaten von Geschäftsangeboten.

▶ **B2C** **Verarbeitungsmanager .** Eine Person mit einem definierten Aufgabenbereich in WebSphere Commerce, die die Bestellverarbeitung verwaltet und dazu sicherstellt, dass Bestellungen korrekt abgewickelt werden, Zahlungen eingehen und Bestellungen versendet werden. Der Verarbeitungsmanager kann Kundenbestellungen suchen, Details anzeigen, Bestellinformationen verwalten sowie Rückgaben erstellen und bearbeiten. ▶ **B2B** Siehe *Verkaufsmanager*.

Nicht registrierter Kunde. Ein Kunde, der in einem Geschäft nicht registriert ist. Nicht registrierte Kunden werden erstellt, wenn ein Kunde einen Artikel in den Einkaufskorb legt, jedoch noch nicht registriert wurde.

O

Objekt. (1) Ein Element, das vom Benutzer als Einheit bearbeitet werden kann, um eine Task auszuführen. Ein Objekt kann als Text und/oder Symbol dargestellt werden. (2) Beim objektorientierten Entwerfen oder Programmieren werden Objekte in Klassen zusammengefasst, die allgemeine Datendefinitionen und Mitgliedsfunktionen gemeinsam verwenden. Jedes Objekt in der Klasse wird als Exemplar der Klasse bezeichnet.

Ohne Statusaufzeichnung. Das Fehlen von Aufzeichnungen für zuvor ausgeführte Interaktionen. Ein Server ohne Statusaufzeichnung verarbeitet Anforderungen ausschließlich auf der Basis der Informationen, die mit

der Anforderung bereitgestellt werden, und nicht auf der Basis von Aufzeichnungen, die bei früheren Anforderungen gesammelt wurden. Gegensatz zu *Mit Statusaufzeichnung*.

Onlinegeschäft. (1) Ein Geschäft, das Internet-Verfahren zum Verkaufen oder Austauschen von Waren und Dienstleistungen nutzt. (2) Eine Gruppe von HTML- und JavaServer Pages-Dateien sowie Steuer-, Versand-, Zahlungs-, Katalog- und anderen Datenbankressourcen. In WebSphere Commerce sind diese Dateien und Datenbankressourcen in einem Geschäftsarchiv enthalten. WebSphere Commerce stellt Beispielgeschäfte und Referenzgeschäfte bereit, die von Kunden verwendet werden können.

Onlinekatalog. Allgemeine Bezeichnung für eine Reihe von Kataloggruppen oder Katalogeinträgen, die in einem Onlinegeschäft angezeigt und verkauft werden können.

P

Paket. (1) Eine Gruppe von Katalogeinträgen, der eine Artikelnummer zugeordnet ist und die als ein Artikel bestellt werden kann. Siehe auch *Bundle*. (2) Eine Versandeinheit, die von einem Versandunternehmen verfolgt werden kann.

Paketartikel. Ein Artikel, der als Teil eines Pakets verkauft wird.

Parametrische Suche. Eine Suche im Onlinekatalog, bei der Attribute oder Werte als Bedingungen angegeben werden.

Permanenz. Ein Merkmal von Daten, die sitzungübergreifend verwaltet werden. Diese Daten werden normalerweise in nicht flüchtigen Speichereinheiten, z. B. in Datenbanksystemen oder einem Verzeichnis, gespeichert. Eine Bean wird permanent gespeichert, indem ihre Eigenschaften, Felder und Statusinformationen in den Speicher geschrieben und daraus wiederhergestellt werden, anstatt gelöscht zu werden, wenn die Anwendung, die sie erstellt hat, nicht aktiv ist.

PGP. Siehe *Pretty Good Privacy*.

Pretty Good Privacy (PGP). Ein Protokoll zur elektronischen Übertragung, das den privaten Austausch von Dateien oder E-Mails unter Verwendung der Verschlüsselung mit öffentlichem Schlüssel ermöglicht.

Primärschlüssel. In einer relationalen Datenbank ein Schlüssel, der eine Zeile einer Datenbanktabelle eindeutig kennzeichnet.

Getrennter Suchbereich. Eine Implementierung des Produktberaters. Für diesen Stil der Implementierung müssen Sie zusätzliche Datenbanktabellen erstellen, die

Metadaten enthalten, die Suchvorgänge nach einer bestimmten Produktkategorie erleichtern. Siehe auch *Basissuchbereich*.

Basissuchbereich . Eine Implementierung des Produktberaters. Dieser Stil der Implementierung verwendet WebSphere Commerce-Basisdatenbanktabellen, um die Suche nach einer bestimmten Produktkategorie zu erleichtern. Siehe auch *Getrennter Suchbereich*.

Berichtskontext. Die Basis für einen angezeigten Bericht. Der Kontext ändert sich in Abhängigkeit davon, welche Funktion Sie in WebSphere Commerce Accelerator verwenden. Verfügbare Berichtskontexte sind unter anderem Kampagnen, Promotionen und ein kombinierter Kontext.

Clickstream Engine. Die Komponente von LikeMinds Personalization Server, die auf Transaktionsinformationen zugreift und Empfehlungen auf der Basis des Einkaufsverhaltens von Kunden generiert, wenn diese durch eine Website navigieren. WebSphere Commerce generiert Ereignisse auf der Basis des Einkaufsverhaltens. Dazu gehört das Anzeigen einer Seite mit Produktdetails und das Hinzufügen von Artikeln zu einem Einkaufskorb oder zu einer Wunschliste. Diese Ereignisse werden an Clickstream Engine weitergeleitet.

Collaborative Filtering. Ein Verfahren, bei dem die Ähnlichkeit zwischen Benutzern auf der Basis der Meinungen und Bewertungen einiger anderer Personen berechnet wird. Collaborative Filtering verwendet die Verhaltensweisen der Kunden, die dem aktuellen Kunden am ähnlichsten sind, als funktionale Basis dafür, Vorhersagen und Empfehlungen für den aktuellen Kunden zu treffen.

Personalization Engine. Die Komponente von LikeMinds Personalization Server, die angibt, welcher Algorithmus zur Generierung von Kundenempfehlungen verwendet wird. LikeMinds Personalization Server unterstützt fünf verschiedene Engines: Clickstream, Purchase, Item Affinity, Preference und Product Matching. WebSphere Commerce interagiert mit Clickstream Engine.

LikeMinds Personalization Server. Die Software, die für die Implementierung von Empfehlungen auf der Basis von Collaborative Filtering verantwortlich ist.

Produkt. (1) Eine Entität, die als Gruppe von Artikel mit Artikelnummer angezeigt werden kann, die bestimmte gemeinsame Attribute aufweisen. Alle Artikel mit Artikelnummer eines bestimmten Produkts haben dieselbe Menge an Attributen und sind durch ihre Attributwerte gekennzeichnet. (2) Für Benutzer von WebSphere Commerce Accelerator wird der bestellbare Artikel *Produkt* genannt. Obwohl Produkte und Artikel mit Artikelnummer aus Gründen niedriger Ebene (wie z. B. im WebSphere Commerce-Datenbankschema) unterschieden werden, nimmt WebSphere Commerce Accelerator diese Abgrenzung nicht vor.

Produktionsserver. Ein WebSphere Commerce-Server, der für die Abwicklung von Geschäftsoperationen genutzt wird.

Produktmanager. In WebSphere Commerce eine Person mit einem definierten Aufgabenbereich, die für die Ermittlung des besten Verfahrens für die Präsentation, Preisgestaltung und den Verkauf von Produkten in einem Onlinegeschäft verantwortlich ist. Der Produktmanager verfolgt die Kundeneinkäufe und bietet Rabatte an. Der Produktmanager bestimmt außerdem suggestive Verkaufsverfahren und erstellt und verwaltet Auktionen und die Gebotssteuerung.

Produktseite. Eine Web-Seite, auf der detaillierte Informationen zu einem Produkt in einem Onlinegeschäft angezeigt werden.

Projekt. Eine Organisationseinheit für Dateien und Ressourcen in WebSphere Studio. Sie können z. B. ein Projekt in WebSphere Studio erstellen, in dem alle Webressourcen für Ihr Geschäft verwaltet werden.

Publizieren. Das Übertragen von Dateien an eine Position auf dem WebSphere Commerce-Server. Es sind hierbei drei verschiedene Kontextvarianten verfügbar. (1) Die Verwendung der Geschäftsservices zum Publizieren des Geschäftsarchivs auf einem WebSphere Commerce-Server. Hierdurch wird ein funktionsfähiges Geschäft erstellt. Das Geschäftsarchiv muss zuerst auf einem WebSphere Commerce-Server publiziert werden, bevor Sie ein funktionsfähiges Geschäft anzeigen können. (2) Die Verwendung von WebSphere Studio zum Publizieren von Webressourcen in einem Geschäftsarchiv oder einem funktionsfähigen Geschäft, das sich auf einer lokalen Workstation, einem gemeinsam benutzten Dateisystem oder einem fernen System befindet, auf das via FTP zugegriffen werden kann.

Puffer. Ein Teil des Speichers, der zur temporären Speicherung von Text, Formatierungsbefehlen und anderen Objekten verwendet wird.

R

Rabatt. Ein Preisanreiz, der Kunden angeboten wird, um Werbung für den Einkauf eines bestimmten Produkts zu betreiben.

Referenzgeschäft. Ein Onlinegeschäft, das vollständig funktionsfähigen Code für ausgewählte Merkmale von Onlinegeschäften enthält, z. B. Auktionen. Referenzgeschäfte wurden entworfen, um von Anwendungsentwicklern als Codebeispiele für die hervorgehobenen Merkmale verwendet zu werden.

Referenzielle Integrität. (1) Der Status einer Datenbank, in der alle Werte aller Fremdschlüssel gültig sind. (2) Die Bedingung, die besteht, wenn alle geplanten Referenzen von Daten in einer Spalte einer Tabelle auf Daten in einer anderen Spalte derselben oder einer anderen Tabelle gültig sind. Die Beibehaltung referenzi-

eller Integrität macht es erforderlich, dass DB2 UDB für z/OS referenzielle Integritätsbedingungen für alle Operationen LOAD, RECOVER, INSERT, UPDATE und DELETE durchsetzt.

Registrierter Kunde. Ein Kunde, der in einem Geschäft registriert ist. Zur Registrierung muss der Kunde persönliche Informationen im WebSphere Commerce-System eingeben. Hierzu gehört z. B. seine E-Mail-Adresse.

Reservierter Lagerbestand. Lagerbestand, der für einen bestimmten Zweck vorgesehen wurde und nicht zur Zuordnung für Bestellungen verfügbar ist.

Resource-Bundle. Diese Objekte enthalten den Text für Geschäftsseiten. Wenn im Geschäft mehrere Sprachen unterstützt werden, enthält das Resource-Bundle mehrere "Bundles", wobei für jede unterstützte Sprache ein Bundle definiert ist. Die Erstellung von und der Zugriff auf Bundle-Dateien erfolgt entsprechend den Regeln der Java-API PropertyResourceBundle.

Return Merchandise Authorization (RMA, Berechtigung zur Rückgabe von Artikeln). Berechtigung des Verkäufers für einen Kunden, Produkte zurückzugeben, die in einem Geschäft bestellt wurden, und dafür eine Gutschrift, eine Erstattung oder ein Ersatzprodukt zu erhalten. Je nach Ermessen des Verkäufers muss ein Produkt nicht zurückgegeben werden, um eine Gutschrift, eine Erstattung oder ein Ersatzprodukt zu erhalten.

RMA. Siehe *Return Merchandise Authorization (RMA, Berechtigung zur Rückgabe von Artikeln)*.

ROLLBACK. Das Entfernen von Änderungen, die seit der letzten COMMIT-Grenze an Datenbankdateien unter COMMIT-Steuerung vorgenommen wurden. Rückkehr zu einem vorangegangenen stabilen Zustand.

Rückgabe. Ein oder mehrere Produkte, die ein Kunde für eine Erstattung in dem Geschäft ausgewählt hat, in dem sie ursprünglich gekauft wurden, sowie die zugehörigen Preise und Mengenangaben. Die Erstattung kann in Form einer Gutschrift, einer Erstattung oder eines Ersatzprodukts erfolgen. Je nach Unternehmen ist es für eine Rückgabe nicht in jedem Fall erforderlich, dass der Kunde das nicht gewünschte Produkt physisch zurückgibt. Beispielsweise wäre für eine Erstattung für ein Zeitschriftenabonnement keine physische Rückgabe erforderlich.

Rückgabeadministrator. Eine Person mit einem definierten Aufgabenbereich in WebSphere Commerce, die die Disposition von zurückgegebenen Produkten verwaltet.

S

S-HTTP. Siehe *Secure Hypertext Transfer Protocol*.

SAR-Dateiformat. In WebSphere Commerce ist SAR (Store Archive, Geschäftsarchiv) ein plattform-unabhängiges Dateiformat, mit dessen Hilfe zahlreiche Dateien in einem Objekt zusammengefasst werden können. Siehe *Geschäftsarchiv*.

Schablone. In WebSphere Commerce ein Gerüst oder ein Muster, mit dem festgelegt wird, wie die Informationen in der WebSphere Commerce-Datenbank auf einer Webseite dargestellt werden sollen. Von der Schablone werden Position und Art von Text und Bildern auf der Seite sowie andere Seitenattribute, z. B. eine Hintergrundfarbe, festgelegt. Die Schablonen werden mit dem JSP-Verfahren (JSP = JavaServer Pages) erstellt und mit HTML-Befehlen oder Beans codiert, die über eine Verbindung zur WebSphere Commerce-Datenbank verfügen.

Schaufensterressourcen. Der Teil eines Onlinegeschäfts, den Kunden während des Einkaufs anzeigen. Schaufensterressourcen sind unter anderem HTML-Seiten, JSP-Dateien, Style-Sheets, Bilder, Grafiken und andere Multimedia-Dateitypen. Gegensatz zu *Back-Office-Geschäftslogik*.

Scheduler. Ein Mehrprozess-Server, der im Multithreading-Modus im Hintergrund ausgeführt wird und zur Terminierung und zum Starten von Jobs auf der Basis eines einfachen Zeitschemas verwendet wird.

Schema. Die Gruppe von Anweisungen, die in einer Datendefinitionssprache ausgedrückt werden und die Struktur einer Datenbank vollständig beschreiben. In einer relationalen Datenbank definiert das Schema die Tabellen, die Felder in allen Tabellen und die Beziehungen zwischen Feldern und Tabellen.

Secure Hypertext Transfer Protocol (S-HTTP). Eine Variante von HTTP mit verbesserten Sicherheitsfunktionen. S-HTTP ermöglicht Servern und Clients die gegenseitige Authentifizierung und die Definition der Art der Sicherheitsmaßnahmen, die bei der Datenübertragung eingesetzt werden. Das Protokoll stellt eine Alternative zu dem ebenfalls weit verbreiteten Sicherheitsprotokoll Secure Sockets Layer (SSL) dar. Siehe auch *Sicherheits-Server*.

Secure Sockets Layer (SSL). Ein Sicherheitsprotokoll, das dem Client die Authentifizierung des Servers und das Verschlüsseln aller Daten und Anforderungen ermöglicht. Die URL-Adresse eines durch SSL geschützten Sicherheits-Servers beginnt nicht mit HTTP, sondern mit HTTPS. Siehe auch *Sicherheits-Server*.

Server. (1) Eine Funktionseinheit, die über das Netz einem oder mehreren Clients gemeinsam benutzte Services zur Verfügung stellt. (2) Ein Computer oder ein Programm, der bzw. das auf Befehle reagiert, die von einem Client abgesetzt werden. Als Beispiele für Server sind Datei-, Druck- und Post-Server zu nennen. Siehe auch *WebSphere Commerce-Server* und *Webserver*.

Servlet. Ein in der Programmiersprache Java geschriebenes Anwendungsprogramm, das auf einem Web-Server ausgeführt wird. Ein Verweis auf ein Servlet ist in der Formatierung einer Web-Seite auf die gleiche Art und Weise codiert wie ein Verweis auf eine Grafikdatei. Der Web-Server führt das Servlet aus und sendet die Ergebnisse der Ausführung (sofern vorhanden) an den Web-Browser. Gegensatz zu *Applet*.

Servlet-Engine. Die Funktion des Webanwendungsservers, die zum Verwalten von Servlets dient. Sie verwaltet das Erstellen und Löschen von Servlets, teilt allen empfangenen URL-Adressen das korrekte Servlet zu und gibt an, welche Servlets beim Starten automatisch und welche nur bei einer entsprechenden Anforderung in den Hauptspeicher geladen werden sollen.

Session-Bean. Eine Enterprise-Bean mit einer relativ kurzen Lebensdauer. Es gibt zwei Typen von Session-Beans: *Session-Beans mit Statusaufzeichnung* und *Session-Beans ohne Statusaufzeichnung*. Gegensatz zu *Entity-Bean*.

Session-Bean mit Statusaufzeichnung. Eine Session-Enterprise-Bean, die Aktionen für einen einzelnen Client ausführt und clientspezifische Sitzungsinformationen (Statusinformationen zum Dialogbetrieb) für mehrere Methodenaufrufe und Transaktionen verwaltet. Gegensatz zu *Session-Bean ohne Statusaufzeichnung*.

Session-Bean ohne Statusaufzeichnung. Eine Sitzungs-Enterprise-Bean, die keine Statusinformationen zum Dialogbetrieb verwaltet. Session-Beans ohne Statusaufzeichnung werden zusammen mit anderen Beans dieses Typs in einem Container gespeichert. Gegensatz zu *Session-Bean mit Statusaufzeichnung*.

SET Secure Electronic Transaction(TM). Ein Branchenstandard für gesicherte Kreditkarten- und Kundenkartenzahlungen über offene Netze wie z. B. das Internet. Das SET(TM)-Protokoll gewährleistet die Vertraulichkeit von Informationen, die Integrität aller übertragenen Daten, die Authentifizierung des Karteninhabers und des Händlers sowie die Interoperabilität.

Sicherheit. Von einem Datenverarbeitungssystem verwendete Lösung, mit der sichergestellt wird, dass interne Ressourcen vor unbeabsichtigtem oder mit schädigender Absicht durchgeführtem Lesen, Änderungen oder Löschen geschützt werden.

Sicherheits-Server. Ein Server, der gesendete Dateien verschlüsselt und empfangene Dateien entschlüsselt, um die gesicherte Kommunikation mit einem Client zu gewährleisten.

Sicht. Eine alternative Darstellung von Daten aus einer oder mehreren Tabellen. Eine Sicht kann alle oder nur bestimmte Spalten der Tabellen umfassen, für die sie definiert ist.

Simple Mail Transfer Protocol (SMTP). In der Internet-Protokollgruppe ein Anwendungsprotokoll zur

Übertragung von E-Mails zwischen Benutzern in der Internet-Umgebung. SMTP definiert die E-Mail-Austauschsequenzen und das verwendete Nachrichtenformat. Hierbei wird davon ausgegangen, dass als zu Grunde liegendes Protokoll TCP (Transmission Control Protocol) verwendet wird.

Site-Administrator. In WebSphere Commerce eine Person mit einem definierten Aufgabenbereich, die für das Installieren, Konfigurieren und Pflegen von WebSphere Commerce und der zugehörigen Soft- und Hardware verantwortlich ist. Der Site-Administrator bearbeitet Systemwarnungen, Alerts sowie Fehler und analysiert und behebt Probleme, die im System auftreten. Dieser Aufgabenbereich umfasst normalerweise auch die Zugriffssteuerung und die Vergabe von Berechtigungen, das Verwalten der Website, die Leistungsüberwachung und die Steuerung von Lastausgleichstasks.

Sitzungs-ID. Eine eindeutige Kennung, die zugeordnet wird, wenn ein Kunde auf WebSphere Commerce zugreift. Bei einem nicht registrierten Kunden wird die Sitzungs-ID vom System zugeordnet. Bei einem registrierten Kunden stimmt die Sitzungs-ID mit der Benutzer-ID überein, die für die Anmeldung verwendet wird.

Skalierbar. Die Fähigkeit eines Systems, spontan an eine höhere oder niedrigere Systemauslastung angepasst zu werden. Ein skalierbares System kann z. B. wirkungsvoll an das Arbeiten mit größeren oder kleineren Netzen angepasst werden, die Tasks mit unterschiedlicher Komplexität ausführen.

SMTP. Siehe *Simple Mail Transfer Protocol*.

Sortiment. Eine spontane Zusammenstellung von Produkten, die in keiner konkreten Beziehung zueinander stehen. Sortimente werden normalerweise zum Gruppieren von Produkten zu Merchandising-Zwecken eingesetzt. Als Beispiele sind hier Sortimente aufzuführen, die zu bestimmten Festtagen wie Ostern oder Valentinstag zusammengestellt werden.

Spontanbeleg für Lagerbestand. Ein Datensatz für physischen Lagerbestand, der zu einem bestimmten Zeitpunkt an einem bestimmten Fulfillment-Center eintraf und kein erwarteter Lagerbestand war.

SQL (Structured Query Language). Eine standardisierte Programmiersprache, die zum Definieren und Bearbeiten von Daten in einer relationalen Datenbank verwendet wird.

SSL. Siehe *Secure Sockets Layer (SSL)*.

Staging-Server. Ein Exemplar eines WebSphere Commerce-Servers, auf dem neue Funktionen oder Daten getestet werden, bevor diese auf dem Produktionsserver implementiert werden.

Stapel. Eine Sammlung von Zahlungstransaktionen, wie Erfassungen, Gutschriften sowie Widerruf von Erfassungen und Gutschriften, die als Gruppe verarbei-

tet wird. Ein Stapel wird als einzelne Einheit an das Finanzsystem des übernehmenden Geldinstituts abgeschickt. Geschäftsrichtlinien, die die Verwendung der Stapelverarbeitung betreffen, werden von übernehmenden Kreditinstituten entwickelt. Händler legen auch Richtlinien fest, die sich an diesen orientieren.

Statisch. Merkmal einer Operation, die zu einem vordefinierten oder festen Zeitpunkt ausgeführt wird. Gegensatz zu *Dynamisch*.

Statischer Kit. Siehe *Paket*.

Status. (1) Phasen im Lebenszyklus eines Objekts, die den aktuellen Status dieses Objekts kennzeichnen. Mehrere Statuszustände werden angeordnet, um einen Geschäftsablauf zu erstellen. Siehe auch *Statusmaschine*. (2) In VisualAge für Java das Merkmal eines Objekts, das sich in seinen öffentlichen und privaten Datenmembers zeigt und in zwei Kategorien aufgeteilt werden kann: essenzieller (Essential State) und nicht essenzieller Status (Non-essential State).

Statusmaschine. In WebSphere Commerce setzt die Statusmaschine die Gültigkeit von Benutzeraktionen durch, verfolgt die Ausführung von Aktionen innerhalb eines Exemplars des Geschäftsprozesses und stellt für die Laufzeit-Benutzerschnittstelle eine Liste von Aktionen für ein Exemplar des Geschäftsprozesses bereit. Durch diese Prozesse ermöglicht die Statusmaschine die Konfiguration und Ausführung aufeinander folgender Schritte im Workflowprozess.

Steuerkategorie. Gibt die unterschiedlichen Kategorien von Steuern an, die ein Geschäft u. U. berechnen muss, wie Bundessteuern sowie Steuern auf Länder- und Gemeindeebene. Jede Steuerkategorie muss einem der Steuertypen zugeordnet werden (entweder Umsatz- oder Versandsteuern).

Steuertyp. Gibt den Typ der Steuer an, der entweder Umsatz- oder Versandsteuer sein kann. Jeder Steuertyp verfügt über eine eindeutige Gruppe von Steuerkategorien.

Stock Keeping Unit. Siehe *Artikelnummer (Stock Keeping Unit, SKU)*.

Structured Query Language. Siehe *SQL*.

T

Task-Befehl. Ein Befehl, der zur Implementierung einer spezifischen Anwendungslogik dient. Im Allgemeinen implementieren ein Controllerbefehl und eine Gruppe von Task-Befehlen gemeinsam die Anwendungslogik für eine URL-Anforderung. Ein Task-Befehl kann nicht auf ein Ziel ausgerichtet werden, d. h., er wird immer im selben Container wie der zugehörige Controllerbefehl ausgeführt.

TCP/IP. Siehe *Transmission Control Protocol/Internet Protocol*.

Teilbestellung. Der Teil einer Bestellung, der an eine bestimmte Adresse gesendet wird. Eine Bestellung kann aus mehreren Teilbestellungen bestehen. Ein Kunde kann z. B. mehrere Versandadressen für die verschiedenen Produkte in seinem Einkaufskorb angeben. Jede Versandadresse und die an diese Adresse zu liefernden Produkte bilden eine Teilbestellung.

Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP). Eine Gruppe von Übertragungsprotokollen, die Peer-zu-Peer-Konnektivitätsfunktionen für lokale Netze (LANs) und Weitverkehrsnetze (WANs) unterstützen.

Transport. Ein Verfahren zum Senden von abgehenden Nachrichten von WebSphere Commerce.

U

Umleitungs-URL. Eine URL, die in einem URL-Befehl verwendet wird, um die Seite anzuzeigen, die nach Abschluss des Befehls an den Kunden gesendet werden soll.

Unicode. Ein universeller Standard zur Zeichen-codierung, der den Austausch, die Verarbeitung und die Anzeige von Text unterstützt, der in einer beliebigen modernen Sprache geschrieben wurde. Unicode unterstützt darüber hinaus viele klassische und historische Texte in zahlreichen Sprachen. Der Standard Unicode verfügt über einen internationalen 16-Bit-Zeichensatz, der in ISO 10646 definiert wurde.

Untergeordnete Kategorie. Eine Kategorie, die innerhalb einer Hierarchie unterhalb einer anderen Kategorie angeordnet ist. Siehe auch *Übergeordnete Kategorie*.

Unterstützte Währung. Eine Währung, die in einem Onlinegeschäft angezeigt und verwendet werden kann. Siehe auch *Einkaufswährung* und *Bevorzugte Währung*.

URL. Die Adresse einer Datei im Internet. Die URL-Adresse enthält den Namen des verwendeten Protokolls, den vollständig qualifizierten Domännennamen sowie den Pfad und die Dateiadresse. Siehe auch *URL-Befehl*.

URL-Befehl. Ein Controllerbefehl, der über eine URL-Schnittstelle verfügt. Ein URL-Befehl kann durch Eingabe einer URL-Adresse im Browser aufgerufen werden.

Über Container realisierte Transaktionspersistenz (Container-Managed Persistence, CMP). In der EJB-Entwicklungsumgebung Persistenz, die an den Container einer Enterprise-Bean delegiert wird, im Gegensatz zur Verwaltung durch die Bean selbst. Gegensatz zu *Über JavaBeans realisierte Transaktionspersistenz (Bean-Managed Persistence, BMP)*.

Über JavaBeans realisierte Transaktionspersistenz (Bean-Managed Persistence, BMP). In der EJB-Entwicklungsumgebung Persistenz, die von einer Entity-Bean verwaltet wird. Gegensatz zu *Über Container realisierte Transaktionspersistenz (Container-Managed Persistence, CMP)*.

Überbrückung (Failover). In Cluster-Mehrprozessorsystemen mit hoher Verfügbarkeit (HACMP) eine Operation, bei der von einem aktiven Knoten Ressourcen übernommen werden, deren Eigner zuvor ein anderer Clusterknoten war. Diese Operation wird ausgeführt, um die kontinuierliche Verfügbarkeit der Ressourcen zu gewährleisten.

Übergeordnete Kategorie. Eine Kategorie, die innerhalb einer Hierarchie andere Kategorien enthält. Siehe auch *Untergeordnete Kategorie*.

V

Verbundschlüssel. In einer relationalen Datenbank ein Schlüssel, der aus mindestens zwei Attributen besteht, die in einer Beziehung stehen.

Vereinbarung zur gemeinsame Benutzung von Lagerbestand. Eine Vereinbarung, mit der ein Geschäft seine Lagerbelege für ein anderes Geschäft zur Zuordnung von Lagerbestand verfügbar macht.

Verfügbare Lagerbestand. Lagerbestand, der physisch zur Abwicklung von Bestellungen vorhanden ist.

Verkäufer. (1) In WebSphere Commerce eine Person mit einem definierten Aufgabenbereich, die Zugriff auf alle WebSphere Commerce Accelerator-Funktionen hat. (2) Der Aufgabenbereich, der für die Überwachung der übergeordneten Geschäftsziele und die Geschäftsverwaltung sowie die Protokollierung der Geschäftverkäufe verantwortlich ist. Der Aufgabenbereich 'Verkäufer' entspricht einem *Händler*.

Verpackungsbeleg. Ein gedrucktes Dokument, das eine Liste aller Produkte einer bestimmten Freigabe enthält. Dieses Dokument enthält normalerweise auch die Versandadresse sowie Informationen zum Versandunternehmen und in einigen Fällen auch zur Preisgestaltung. Der Verpackungsbeleg wird von Entnahmepackern zum Verpacken der Produkte in einer Freigabe für den Versand verwendet. Er kann im Paket enthalten sein, damit der Kunde sicherstellen kann, dass die richtigen Produkte gesendet wurden.

Versand-Provider. Die Kombination aus einem Versandunternehmen und einem Dienstleistungstyp, der von diesem Unternehmen angeboten wird. Beispielsweise kann ein Versand-Provider XYZ-Kurier mit Versendung über Nacht sein.

Versandkategorie. Definiert Versandspezifikationen und wird normalerweise durch einen Bereich für Gewicht, Größe oder Menge festgelegt. Beispielsweise

können Sie eine Versandkategorie für Produkte in Standardgröße und eine für Produkte in Übergröße haben. Diesen Versandkategorien sind unterschiedliche Versandspesen zugeordnet. WebSphere Commerce definiert zwei standardmäßige Versandkategorien: Kosten pro Artikel und Kosten pro Bestellung. Diese beiden Kategorien können nicht geändert oder gelöscht werden.

Versandunternehmen. Eine Firma, die Versanddienstleistungen von einem Fulfillment-Center zu einem Kunden bereitstellt.

Verschlüsselung. Die Konvertierung von Daten in ein nicht direkt lesbares Format, um den unbefugten Zugriff insbesondere bei der Übertragung dieser Daten zu verhindern.

Vertikale Skalierbarkeit. Die Erstellung mehrerer JVM-Prozesse (JVM = Java Virtual Machine) auf einer einzigen Maschine.

Vertrag. In WebSphere Commerce eine Vereinbarung zu den Bedingungen, die für die Ausführung einer bestimmten Transaktion gelten. Eine logische Gruppierung von Handelspositionscontainern, die in einem Geschäft zur Verfügung stehen. Die Rabatte und Versandspesen für einen Bestellartikel können z. B. abhängig vom zugehörigen Vertrag unterschiedlich berechnet werden.

Verwendungsbeispiel. In WebSphere Commerce zeigt ein Verwendungsbeispiel die Abfolge der Benutzerinteraktionen im Beispielgeschäft und dient als Schablone für die Erstellung eigener Geschäfte.

W

Web-Controller. Ein Adapter für die WebSphere Commerce-Befehle. Es gibt unterschiedliche Arten von Web-Controllern, die jeweils einem bestimmten Client-Aufrufprotokoll zugeordnet sind. Hier sind z. B. HTTP- oder MQSeries-Anforderungen zu nennen.

Web-Server. Ein Server im Web, der Anforderungen hinsichtlich HTTP-Dokumenten ausführt. Der Webserver steuert den Ablauf der Transaktionen, die bei WebSphere Commerce eingehen und abgehen. WebSphere Commerce. Er schützt die Vertraulichkeit von Kundentransaktionen und stellt sicher, dass die Identität des Benutzers sicher an den WebSphere Commerce-Server übertragen wird. Der Webserver implementiert das Protokoll Secure Sockets Layer (SSL), um dieses Sicherheitsniveau zu erreichen.

Web-Server-Exemplar. Eine eindeutige Konfiguration des Webserver zur Unterstützung eines oder mehrerer WebSphere Commerce-Exemplare.

Webanwendungs-Dokumentstammverzeichnis. Die Position innerhalb des Dateisystems, an der die Webres-

ourcen einer Anwendung (z. B. statische HTML-Elemente, JSP- und GIF-Dateien) gespeichert sind.

Webpfad für Webanwendung. Der Teil einer URL, der einer Webanwendung zugeordnet ist.

WebSphere Application Server . Ein auf Java-Servlets basierender Webanwendungsserver, der zur Implementierung und Verwaltung von Webanwendungen dient. Beim WebSphere Application Server handelt es sich um eine Plug-in-Komponente für Webserver, die auf einem serverseitigen Java-Programmierungsmodell basiert, das Servlets, JSP-Dateien und Enterprise-Beans verwendet.

WebSphere Commerce Accelerator . In WebSphere Commerce eine Workbench mit Online-Tools, die für die Pflege von Onlinegeschäften mit Hilfe von verschiedenen Geschäftsoperationen verwendet wird. Wenn auf der WebSphere Commerce-Maschine mehrere Sprachen verfügbar sind, können Sie diese Tasks für jede Sprache ausführen. Wenn Ihnen ein Aufgabenbereich mit Verpflichtungen im Bereich Bestellabwicklung zugeordnet wurde, können Sie unter Verwendung von WebSphere Commerce Accelerator auch das Fulfillment-Center auswählen, das dem betreffenden Geschäft zugeordnet ist. Tasks, für deren Ausführung Sie über Ihren Aufgabenbereich berechtigt sind, werden in den Menüs der WebSphere Commerce Accelerator-Homepage angezeigt. Diese Tasks basieren auf Benutzeraufgabenbereichen und Berechtigungsstufen.

WebSphere Commerce Studio . WebSphere Commerce Studio ist in drei Editions verfügbar: Developer Edition, Professional Developer Edition und Business Developer Edition. Alle Editions enthalten die Tools, die zum Entwickeln der Webressourcen Ihres Geschäfts erforderlich sind.

WebSphere Commerce-Beans. Eine Gruppe von Java-Beans, die in WebSphere Commerce und Commerce Studio enthalten sind und zum Zugreifen auf Informationen in den Datenbanktabellen dienen. Wenn Sie Geschäftsseiten mit diesen Beans erstellen, können Sie Informationen anzeigen, die sich häufig ändern. Hierzu gehören z. B. Kategorie- und Produktlisten oder Produktpreise.

WebSphere Commerce-Datenbank . Die Datenbank, die die Betriebsdaten für Onlinegeschäfte enthält.

WebSphere Commerce-Exemplar . Eine eindeutige Konfiguration von WebSphere Commerce zur Unterstützung einer Website für den elektronischen Handel, die ein oder mehrere Geschäfte umfassen kann.

WebSphere Commerce-Server . Der Server, der die mit dem Geschäft und dem Handel zusammenhängenden Funktionen einer E-Commerce-Lösung bearbeitet. Er stellt die gesamte WebSphere Commerce-Funktionalität in einem Web-Container sowie einem EJB-Container bereit.

WebSphere Studio. WebSphere Studio besteht aus einer Reihe von Tools, durch die alle Aspekte der Website-Entwicklung durch eine allgemeine Schnittstelle abgedeckt werden können. Auf diese Weise können Sie Ihre Site von einer zentralen Position aus erstellen, verwalten und warten.

Wrapper. Ein Programm oder Script, das die Ausführung eines anderen, wichtigeren Programms vorbereitet und ermöglicht.

WYSIWYG (What You See Is What You Get) . Die Funktionalität eines Texteditors, Seiten ständig genauso anzuzeigen, wie sie beim Druck oder bei der Anzeige über einen Webbrowser erscheinen.

X

X.509-Zertifikat. Die Authentifizierung von Client-Zertifikaten für Benutzer, die auf eine gesicherte WebSphere Commerce-Site zugreifen.

XML (Extensible Markup Language). Eine Standard-metasprache zum Definieren von Formatierungssprachen, die von SGML abgeleitet wurde und eine Untervariante dieser Sprache darstellt. XML übergeht die komplexeren und weniger häufig genutzten Teile von SGML und vereinfacht das Schreiben von Anwendungen, die zum Verarbeiten von Dokumenttypen, zum Schreiben und Verwalten strukturierter Informationen sowie zum Übertragen und gemeinsamen Benutzen strukturierter Informationen in unterschiedlichen Datenverarbeitungssystemen dienen. XML wird vom World Wide Web Consortium (W3C) definiert.

Z

Zertifizierungsstelle (Certificate Authority, CA). Eine Organisation, die Zertifikate ausgibt. Die Zertifizierungsstelle authentifiziert die Identität des Zertifikats-eigners sowie die Services, für deren Verwendung der Eigner berechtigt ist, gibt neue Zertifikate aus, erneuert bestehende Zertifikate und widerruft Zertifikate, die Benutzern gehören, die nicht mehr für ihre Verwendung berechtigt sind.

Zugriffsbeans. Wrapper für Enterprise-Beans, die normalerweise von Clientprogrammen verwendet werden. Zugriffsbeans verdecken die Komplexität, die mit lokalen und fernen Schnittstellen verbunden ist. Diese Beans werden durch Arbeiten mit Tools in VisualAge(R) für Java(TM) generiert. WebSphere(R) Commerce-Befehle verwenden Zugriffsbeans, um Datenbankoperationen zu erleichtern.

Zugriffsgruppe. Eine bestimmte Art der Mitgliedsgruppe, die zum Definieren der Zugriffssteuerung verwendet wird. Befehle und Sichten sind einer oder mehreren Zugriffsgruppen zugeordnet und ermöglichen den Mitgliedern, denen dieser Aufgabenbereich zugewiesen ist, den Zugriff auf diese Sichten und Befehle.

WebSphere Commerce definiert eine Reihe von Zugriffsgruppen vorab. Der Site-Administrator verwendet die WebSphere Commerce-Verwaltungskonsole dazu, diesen Gruppen Zugriff zuzuordnen und neue Gruppen hinzuzufügen, falls dies erforderlich ist.

Zuordnen von Lagerbestand. Lagerbestand für eine Bestellung für Lagerbestand verwenden, der tatsächlich in einem Fulfillment-Center vorhanden ist. Zuordnen ist nicht mit Reservierung identisch, das eine zwingendere Richtlinie ist und normalerweise nicht für Bestellungen gilt. Gegensatz zu *Zuordnen von Lagerbestand für erwarteten Lagerbestand*.

Zuordnen von Lagerbestand für erwarteten Lagerbestand. Lagerbestand für eine Bestellung für Lagerbestand verwenden, dessen Eingang in einem Fulfillment-Center erwartet wird. Diese Information befindet sich normalerweise in einem Datensatz zum erwarteten Lagerbestand. Gegensatz zu *Zuordnen von Lagerbestand*.

Zurückgelassene Einheit. Ein bestellbarer Artikel, der in einen Einkaufskorb aufgenommen wurde, aber zum Zeitpunkt der Datenextraktion nicht bestellt wurde.

Bemerkungen

Die vorliegenden Informationen wurden für Produkte und Services entwickelt, die auf dem deutschen Markt angeboten werden. Möglicherweise bietet IBM die in dieser Dokumentation beschriebenen Produkte, Services oder Funktionen in anderen Ländern nicht an. Informationen über die gegenwärtig im jeweiligen Land verfügbaren Produkte und Services sind beim IBM Ansprechpartner erhältlich. Hinweise auf IBM Lizenzprogramme oder andere IBM Produkte bedeuten nicht, dass nur Programme, Produkte oder Dienstleistungen von IBM verwendet werden können. Anstelle der Produkte, Programme oder Dienstleistungen können auch andere ihnen äquivalente Produkte, Programme oder Dienstleistungen verwendet werden, solange diese keine gewerblichen oder andere Schutzrechte der IBM verletzen. Die Verantwortung für den Betrieb der Produkte, Programme oder Dienstleistungen in Verbindung mit Fremdprodukten und Fremddienstleistungen liegt beim Kunden, soweit solche Verbindungen nicht ausdrücklich von IBM bestätigt sind.

Für in diesem Handbuch beschriebene Erzeugnisse und Verfahren kann es IBM Patente oder Patentanmeldungen geben. Mit der Auslieferung dieses Handbuchs ist keine Lizenzierung dieser Patente verbunden. Lizenzanforderungen sind schriftlich an folgende Adresse zu richten (Anfragen an diese Adresse müssen auf Englisch formuliert werden):

IBM Europe
Director of Licensing
92066 Paris La Defense Cedex
France

Trotz sorgfältiger Bearbeitung können technische Ungenauigkeiten oder Druckfehler in dieser Veröffentlichung nicht ausgeschlossen werden. Die Angaben in diesem Handbuch werden in regelmäßigen Zeitabständen aktualisiert. Die Änderungen werden in Überarbeitungen oder in Technical News Letters (TNLs) bekanntgegeben. IBM kann jederzeit Verbesserungen und/oder Änderungen an den in dieser Veröffentlichung beschriebenen Produkten und/oder Programmen vornehmen.

Verweise in diesen Informationen auf Websites anderer Anbieter dienen lediglich als Benutzerinformationen und stellen keinerlei Billigung des Inhalts dieser Websites dar. Das über diese Websites verfügbare Material ist nicht Bestandteil des Materials für dieses IBM Produkt. Die Verwendung dieser Websites geschieht auf eigene Verantwortung.

Werden an IBM Informationen eingesandt, können diese beliebig verwendet werden, ohne dass eine Verpflichtung gegenüber dem Einsender entsteht.

Lizenznehmer des Programms, die Informationen zu diesem Produkt wünschen mit der Zielsetzung: (i) den Austausch von Informationen zwischen unabhängigen, erstellten Programmen und anderen Programmen (einschließlich des vorliegenden Programms) sowie (ii) die gemeinsame Nutzung der ausgetauschten Informationen zu ermöglichen, wenden sich an folgende Adresse:

Lab Director
IBM Canada Ltd. Laboratory
8200 Warden Avenue

Markham, Ontario
L6G 1C7
Canada

Die Bereitstellung dieser Informationen kann unter Umständen von bestimmten Bedingungen - in einigen Fällen auch von der Zahlung einer Gebühr - abhängig sein.

Die Lieferung des im Handbuch aufgeführten Lizenzprogramms sowie des zugehörigen Lizenzmaterials erfolgt im Rahmen der Allgemeinen Geschäftsbedingungen der IBM, der Internationalen Nutzungsbedingungen der IBM für Programmpakete oder einer äquivalenten Vereinbarung.

Informationen über Nicht-IBM Produkte wurden von den Herstellern dieser Produkte zur Verfügung gestellt, bzw. aus von ihnen veröffentlichten Ankündigungen oder anderen öffentlich zugänglichen Quellen entnommen. IBM übernimmt keine Verantwortung für deren Richtigkeit. Fragen zum Leistungsspektrum von Nicht-IBM Produkten sind an die Hersteller dieser Produkte zu richten.

Diese Veröffentlichung enthält Beispiele für Daten und Berichte des alltäglichen Geschäftsablaufes. Sie sollen nur die Funktionen des Lizenzprogrammes illustrieren; sie können Namen von Personen, Firmen, Marken oder Produkten enthalten. Alle diese Namen sind frei erfunden, Ähnlichkeiten mit tatsächlichen Namen und Adressen sind rein zufällig.

Diese Veröffentlichung enthält möglicherweise Informationen zu Produkten anderer Unternehmen. Dazu können auch Hinweise auf die Internet-Adressen dieser Unternehmen gehören. IBM übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Verwendung solcher Informationen.

Dieses Produkt basiert auf dem SET-Protokoll.

COPYRIGHTLIZENZ:

Diese Veröffentlichung enthält Beispielanwendungsprogramme, die in Quellsprache geschrieben sind. Sie dürfen diese Beispielprogramme kostenlos kopieren, ändern und verteilen, wenn dies zu dem Zweck geschieht, Anwendungsprogramme zu entwickeln, verwenden, vermarkten oder zu verteilen, die mit der Anwendungsprogrammierschnittstelle konform sind, für die diese Beispielprogramme geschrieben werden. Die in diesem Handbuch aufgeführten Beispiele sollen lediglich der Veranschaulichung und zu keinem anderen Zweck dienen. Diese Beispiele wurden nicht unter allen denkbaren Bedingungen getestet.

Kopien oder Teile der Beispielprogramme bzw. daraus abgeleiteter Code müssen folgenden Copyrightvermerk beinhalten:

(C) (Name Ihrer Firma) (Jahr). Teile des vorliegenden Codes wurden aus Beispielprogrammen der IBM Corp. abgeleitet. (C) Copyright IBM Corp. 1996, 2003. Alle Rechte vorbehalten.

Marken

Das IBM Logo und folgende Namen sind in gewissen Ländern (oder Regionen) Marken oder eingetragene Marken der International Business Machines Corporation:

- AIX
- DB2
- DB2 Extender
- DB2 Universal Database
- IBM iSeries
- Intelligent Miner
- Lotus
- MQSeries
- OS/390
- S/390
- SecureWay
- VisualAge
- WebSphere
- z/OS
- zSeries
- 400

Java und alle Java-basierten Marken und Logos sind in gewissen Ländern Marken der Sun Microsystems, Inc.

Microsoft, Windows und das Logo von Windows sind in gewissen Ländern eingetragene Marken von Microsoft Corporation.

SET und das SET-Logo sind Marken von SET Secure Electronic Transaction LLC.

UNIX ist in gewissen Ländern eine eingetragene Marke von The Open Group.

Andere Namen von Unternehmen, Produkten oder Dienstleistungen können Marken oder Dienstleistungsmarken anderer Unternehmen sein.

Index

A

- Angebotsanfrage 133
 - Prozess 134
- Aufgabenbereiche 25
 - Datenbankentwickler 27
 - Geschäftsentwickler 27
 - Marketingmanager 26
 - Produktmanager 26
 - Site-Administrator 26
 - Web-Designer 27
- Auktionen 115
 - Arten
 - holländische Auktion 117
 - offene Auktion 117
 - versiegelte Gebote 117
 - Galerie 116
 - Preismechanismen 116
 - Regeln 115
 - verwaltet von
 - Kundendienstmitarbeiter 119

B

- Berichte
 - Lagerbestand
 - Bestandskorrekturen 124
 - geöffnete Datensätze zum erwarteten Lagerbestand 124
 - Lagerbelege nach Produkt 124
 - Lagerbestandsstatus 124
 - Produkte in Bestellungen mit Lieferrückstand 124

C

- Commerce Studio 14

E

- Entwicklungszyklus 25
 - Anforderungen sammeln 27
 - Entwurf 29
 - Geschäftsentwicklung 29
 - Implementierung 31
 - Katalogentwicklung 30
 - testen 31

G

- Geschäfte
 - Beispielgeschäft 36
 - erstellen 33
 - multikulturelles Geschäft 40
- Geschäftskonten 127
- Geschäftsrichtlinien
 - Katalog 68
 - Kundenberechtigung 127
 - Rückgaben 90

I

- IBM WebSphere Catalog Manager 30

K

- Kampagnen 100
 - Kampagnenpromotionen
 - Collaborative Filtering 100
 - suggestives Verkaufen 100, 101
 - Werbung zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades 100, 102
 - Werbung 97
- Katalog 43
 - Beispielprodukte
 - Loader-Paket 47
 - Erstellungsmethoden 47
 - Haupt~ 50, 65, 127
 - verstehen 43
- Konfigurationsmanager 55
- Konten 127
 - Berichte 123
- Kundendienstmitarbeiter 79
 - Auktionen 119
 - Kundenbestellungen 85
 - Registrierungsinformationen 79
- Kundenprofil 98

L

- Lagerbestand 18
 - Available to Promise (ATP) 60
 - Berichte
 - Bestandskorrekturen 124
 - geöffnete Datensätze zum erwarteten Lagerbestand 124
 - Lagerbelege nach Produkt 124
 - Lagerbestandsstatus 124
 - Produkte in Bestellungen mit Lieferrückstand 124
 - Datensätze zum erwarteten Lagerbestand 62
 - Spontanbelege 63
 - Zuordnung 60
- Lieferanten 62
- Loader-Paket 47

M

- Marketing
 - Berichte 125
 - Couponrabatte 104
 - E-Marketing-Einblendung 97
 - Kampagnen 100
 - Kundenprofil 98
- Marketingmanager 93
 - Kampagnen 103
 - Kundenprofile 99
 - Produktdetails 69

O

- Onlinezusammenarbeit 137

P

- Produktberater
 - Metaphern 110
 - Produktberaterstatistik 125
 - Produktforschungsstatistik 125
 - Produktvergleichsstatistik 125
 - Verkaufsassistentenstatistik 125
- Produkte
 - Rabatt zuordnen 94

Q

- QuickPlace 137

R

- Richtlinien, Geschäfts~
 - Katalog 68
 - Kundenberechtigung 127
 - Rückgaben 90
- Rückgaben 89
 - Berichte 126
 - ausstehende Rückgaben 126
 - Rückgabeeingänge werden nicht disponiert 126
 - Rückgaben mit Teillieferungen 126
 - Gebühren 90
 - Genehmigungen 90
 - Rückgabegründe 89
 - Rückgaben, vom System verwweigert 90
 - Verwenden von Rückgaben 89

S

- Standardvertrag 128
- Subsysteme
 - Bestellung 18
 - Handel 18
 - Katalog 17
 - Lagerbestand 18
 - Marketing 18
 - Mitglied 16

V

- Vertrag, Standard~ 128

W

- WebSphere Commerce
 - Komponenten 10
 - Datenbank 11

WebSphere Commerce (Forts.)
Komponenten (Forts.)
 im Paket enthaltene Software 13
 Verwaltungskonsole 54
 Web-Anwendungs-Server 10
 Web-Server 11
 WebSphere Commerce Accelerator 16
 WebSphere Commerce Payments 12



Teilenummer: CT20BDE

GC12-3299-00



(1P) P/N: CT20BDE

