

dmexco, 13.-14. September 2017, Köln

Strategien für modernes E-Commerce im Omnichannel-Marketingmix

Best Practices und Lösungen zur ganzheitlichen Weiterentwicklung von E-Commerce-Umgebungen im Hinblick auf digitale Transformation im Marketing

München, 29. August 2017 – w&co MediaServices, Fullservice-Mediendienstleister für Omnichannel-Marketing, präsentiert auf der dmexco 2017 (Halle 7, Stand C058) Lösungsstrategien für modernes E-Commerce. Aus einer Hand bietet w&co dafür integrierte Leistungen, die das Ökosystem Online-Handel insgesamt berücksichtigen: Ablösung von Altsystemen, Evaluation, Konzeption, Implementierung neuer E-Commerce-Umgebungen sowie Aufbau von Infrastrukturen, Prozessen und Plattformen für einen effizienten E-Commerce-Betrieb im Omnichannel-Marketingmix. Damit positioniert sich w&co als ganzheitlicher Partner für die digitale Transformation im Marketing.

w&co zeigt auf der dmexco 2017 Best Practices und Lösungskonzepte zur Weiterentwicklung von E-Commerce. Bestehende Webshop-Software einfach durch neue zu ersetzen, genügt nicht. Es geht darum, E-Commerce als integralen Baustein im Omnichannel-Marketingmix intelligent einzubinden. „Wer seinen Online-Handel nachhaltig vorantreiben und Investitionen schützen will, braucht eine ganzheitliche Lösungsstrategie – eine, die neben der Evaluierung der optimalen IT-Systeme, Plattformen und Dienstleister auch die Zukunftsfähigkeit der E-Commerce-Infrastrukturen insgesamt berücksichtigt“, sagt Robert Schneider, Geschäftsführer von w&co. „Das heißt, sie beantwortet Fragestellungen zum gesamten Ökosystem Online-Handel: zum Betrieb und zur Bewirtschaftung des E-Commerce-Systems ebenso wie zur weiteren Entwicklung von Omnichannel-Marketing. Dafür braucht es Partner, die für diesen umfassenden Ansatz Spezialkompetenzen und Erfahrung vorweisen können. Nur dann trägt die Veränderung der Systembausteine und Schnittstellen dazu bei, im gleichen Schritt auch die digitale Transformation im Marketing voranzutreiben.“

Wie wichtig die technische Modernisierung im E-Commerce ist, zeigt auch eine aktuelle Snapshot-Studie von w&co (*) mit Fokus auf die Modebranche. Sie gilt als Vorreiter im E-Commerce – doch die Umfrage zeigt: Ob Hersteller oder Händler, die Unternehmen haben im E-Commerce mit veralteter Software, fehlender Integration und heterogenen Systemen zu kämpfen, es bleibt ihnen kaum Spielraum für Neuerungen oder innovative Entwicklungen im Omnichannel-Marketing.

Welche Aspekte bei einer nachhaltigen Veränderung im E-Commerce entscheidend sind, zeigt w&co auf der dmexco aus der Projektpraxis. Dazu gehören Bereiche wie:

Auswahl der E-Commerce-Software

Branche, Marketingstrategie und Zielgruppen auf der einen Seite sowie eigene Ressourcen, bestehende Systeme und Budget bestimmen, welche E-Commerce-Software zum Unternehmen passt. Geeignete Schnittstellen müssen gewährleisten, dass Erweiterungen durch neue Technologien einfach möglich sind. Gleichzeitig ist sicherzustellen, dass trotz individueller Anpassungen das System Release- und Update-fähig bzw. konform mit Industriestandards bleibt, um Investitionen zu schützen.

Zentrale Plattformen für Content-Management

Mit der Modernisierung der E-Commerce-Software sollten Unternehmen zugleich auch das Content-Management für Omnichannel-Marketing auf eine neue Ebene heben. Das Ziel muss sein, Plattform-gestützt alle Prozesse durchgängig zu steuern: von der E-Commerce-Fotografie und Artikelbetextung über die Erstellung der Content-Varianten für alle Kanäle bis hin zur Umsetzung im Webshop und in der Marketingkommunikation.

Integration mit Backend-Systemen

Datenkonsistenz und maximaler Automatisierungsgrad sind die Prämissen für die Integration von E-Commerce in bestehende Backend-Systeme wie Warenwirtschaft (ERP), Produktinformationssystem (PIM), Kundenmanagement (CRM) und Marketing-Automation-Lösungen. Die Qualität der Systemvernetzung ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für eine digitale Transformation im Marketing, die Prozesse beschleunigt und manuelle Arbeitsschritte überflüssig macht.

Entwicklung von Omnichannel-Commerce

Die Umsetzung einer modernen E-Commerce-Landschaft und zugehöriger Infrastrukturen für Content-Management und Prozesssteuerung schafft die Grundlage für Omnichannel-Commerce. Die Leistungsfähigkeit der Technologie ist ein maßgeblicher Faktor, ob auf wirtschaftliche Weise die durchgängige Vernetzung von Touchpoints mit Kunden gelingt – vom Webshop zu Affiliate-Plattformen bis hin zu Social Media Communities, individualisierten Mailings, Ladengeschäft und Print-Katalog.

„E-Commerce muss als Teil eines umfassenden Omnichannel-Marketings betrachtet werden für erfolgreiche Markenentwicklung, Umsatzwachstum und Differenzierung gegenüber Wettbewerbern“, ergänzt Schneider. „Entsprechend integriert muss der Modernisierungsprozess im E-Commerce und Marketing angestoßen und umgesetzt werden. Dafür gibt es keine pauschalen Lösungen. Vielmehr gilt es, aus individuellen Unternehmenszielen, Best Practice Erfahrung und unter strikten ROI-Kriterien den geeigneten Weg zu finden. Genau für diesen Anspruch hat w&co als Fullservice-Dienstleister ein ganzheitliches Portfolio an Kompetenzen und Technologien entwickelt, um Kunden als zentraler Partner im E-Commerce in der digitalen Marketing-Transformation erfolgreich zu begleiten.“

() Die Ergebnisse der Snapshot-Studie von w&co „E-Commerce in der Modebranche 2017: Technologischer Stand und strategische*

Herausforderungen“ werden Anfang September veröffentlicht. Mehr dazu finden Sie unter www.w-co.de bzw. in Kürze unter www.w-co.de/fashion-studie

Über w&co MediaServices:

w&co MediaServices ist als Fullservice-Anbieter etabliert mit Komplettservices für ganzheitliches Omni-Channel Marketing. Neben der Umsetzung von Webshops oder Shopping-Apps für Smartphones und Tablets umfasst das Leistungsangebot von w&co Fotografie, Kreation, PreMedia und Medien IT. Als Partner namhafter Software-Hersteller implementiert w&co führende Systemlösungen für ganzheitliches Enterprise Content Marketing. Mit ausgeprägter Serviceorientierung entwickelt w&co zudem individuelle IT-Lösungen zur Steuerung und Automatisierung komplexer Marketinganforderungen für weltweite Zielmärkte. Gegründet 1954 unterstützt w&co Kunden aus Handel, Versandhandel, Verlagswesen sowie zahlreiche international tätige Industrieunternehmen. Mehr Informationen unter www.w-co.de

w&co Unternehmenskontakt für die Presse:

Janina Pielken
Marketing
Tel.: +49 (89) 67 80 03-486
Email: presse@w-co.de
w&co MediaServices GmbH & Co KG
Charles-de-Gaulle-Straße 8
81737 München

Presseagentur:

Gisela Knabl
progress5
Tel.: 089-28 97 49-80
gisela.knabl@progress5.com