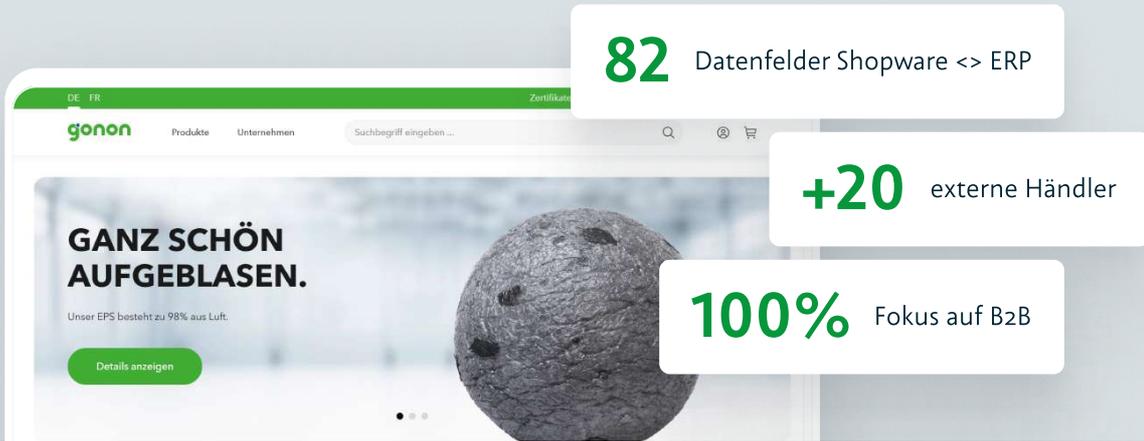


CASE STUDY

Gonon: B2B-Commerce effizient & erfolgreich



Vorteile durch Shopware

Optimiert auf Effizienz und Skalierung

Der API-first Ansatz erlaubt es uns, einfach notwendige Umsysteme wie ERP, CRM oder PIM einzubinden und die Daten im Shop zur Verfügung zu stellen. Damit stehen wichtige Daten stets aktuell zur Verfügung.

Auch Lösungen wie kundenindividuelle Konditionslisten oder die Auftragsverarbeitung in der Spedition via Logistik-Tool lassen sich effizient realisieren. Dies steigert die Datensicherheit stark und legt den Grundsatz für Umsatzsteigerung und die Skalierung des Funktionsumfangs.

Das Redesign bringt Verkäufe und Konversionen

Mit dem Redesign positioniert sich Gonon als Marktführer im Dämmstoffbereich. Der neue Shop begeistert Neukunden, während Bestandskunden die neuen Funktionen gerne nutzen. Selbstverständlich sind UI und UX für alle Endgeräte optimiert und erfüllen die Erwartungen der unterschiedlichen Kundengruppen. Dank dem CMS-Bereich und den Erlebniswelten von Shopware 6 ist uns das gelungen.

100% Fokus auf B2B

Der Onlineshop ist optimiert für anspruchsvolle B2B-Kunden. Er kann viel mehr als «nur» Bestellungen erfassen und unterstützt Gonon dabei, die Kundenbeziehungen auszubauen. Shopwares B2B Standardfunktionen leisten ihren Beitrag für eine höhere Professionalität.

Dem Standard treu bleiben

Dank Shopwares Rule und Flow Builder konnten wir selbst komplexe B2B-Prozesse nahe am Shopware-Standard konzipieren und entwickeln. Dies verhindert, dass wir externe Plugins verwenden müssen und garantiert eine lange und einwandfreie Laufzeit des Shops, weil keine «technischen Schulden» entstehen.

Kurz & knapp

▶ Shopware Version

Shopware 6

▶ Unternehmen

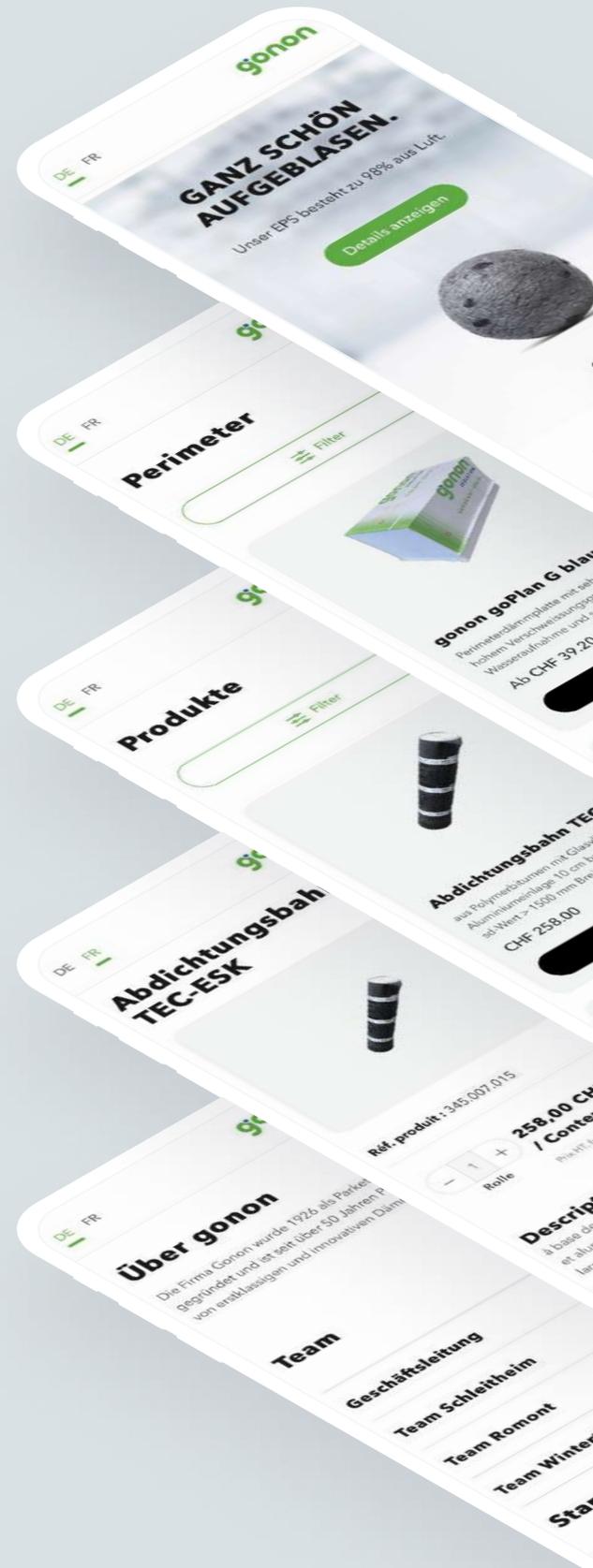
Gonon, gegründet 1926 als Parkettfabrik, ist seit über 50 Jahren ein führender Hersteller und Händler von innovativen Dämmstoffen in der Schweiz. Die Produktion von Verpackungsteilen aus expandierbarem Polystyrol wurde in den 60er-Jahren eingeführt, gefolgt von der Herstellung von EPS-Wärmedämmplatten für die Baubranche. Heute betreibt Gonon schweizweit drei Standorte und bietet qualitativ hochwertige Isolationsmaterialien an.

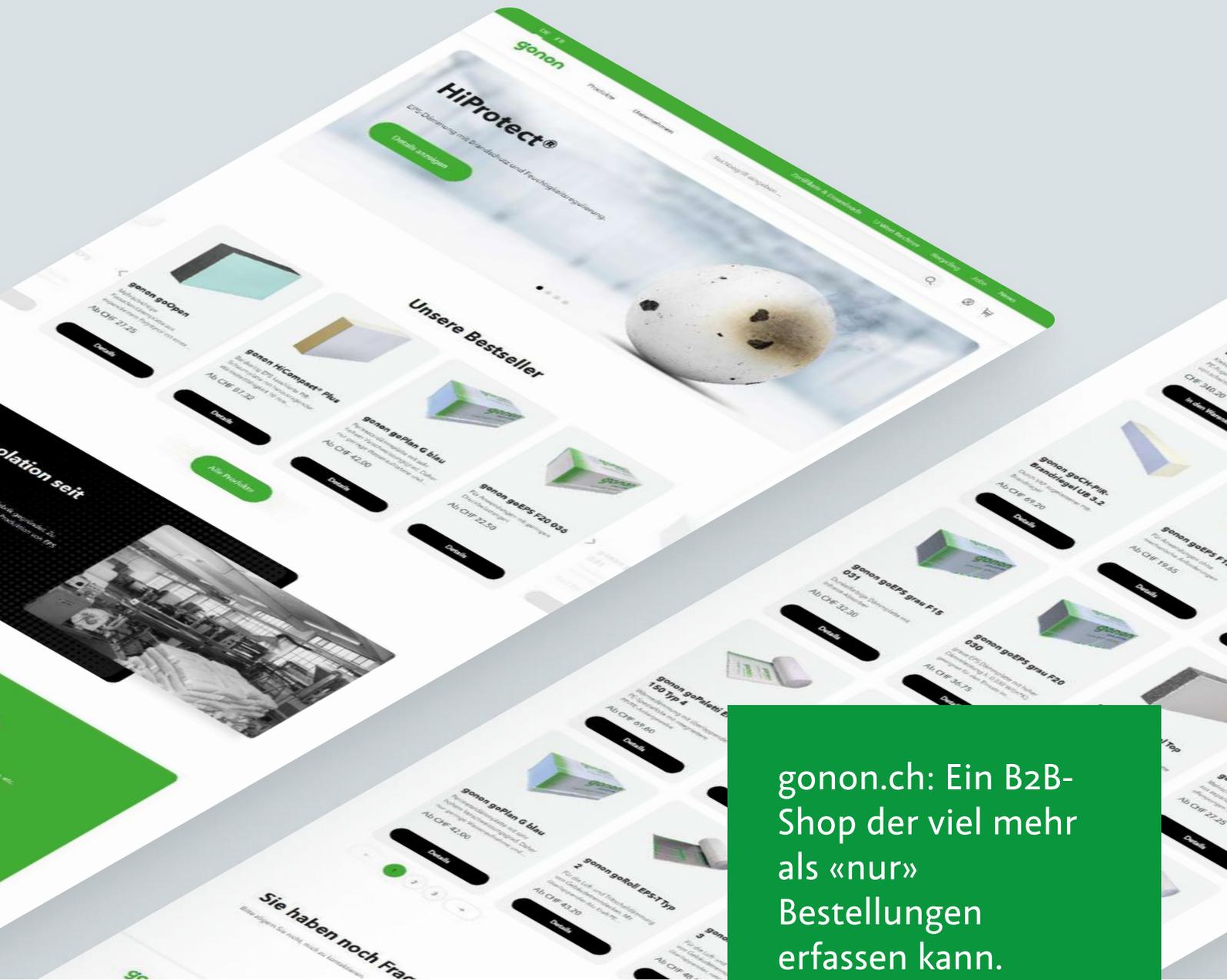
▶ Merkmale

- B2B-Shop
- Programmierung und MarTech vereint
- Programmierung eines U-Wert-Rechners
- Zweisprachiger Onlineshop (DE/FR)
- Cross- und Upselling von Materialien und Zubehör

▶ Technische Besonderheiten

- Integration von ERP europa3000 mit Anbindung von kundenspezifischen Preisen
- Interaktive Händlerzuweisung für Kunden
- Assets werden per CDN ausgeliefert und on-the-fly komprimiert
- Kundenindividuelle Konditionslisten als PDF
- Diverse Zuschläge wie z.B. LSVA, Bergzuschlag, Tessinzuschlag





gonon.ch: Ein B2B-Shop der viel mehr als «nur» Bestellungen erfassen kann.

Gonon: Ein Shop der den steigenden Anforderungen seiner B2B-Kunden gewachsen ist

Mit Gonon setzten wir die Vision eines modernen B2B-Shops um. Kunden können sich einloggen und sehen ihre individuellen Preise, die aufgrund mehrerer Kriterien ermittelt werden. Der Shop berechnet automatisch den U-Wert der Komposition und der Checkout-Prozess erfolgt so geschmeidig wie nur möglich.

Die Herausforderung: B2B-Bedürfnisse effizient und nahe am Standard umsetzen

Mehrere Punkte standen der angestrebten Vision im Weg:

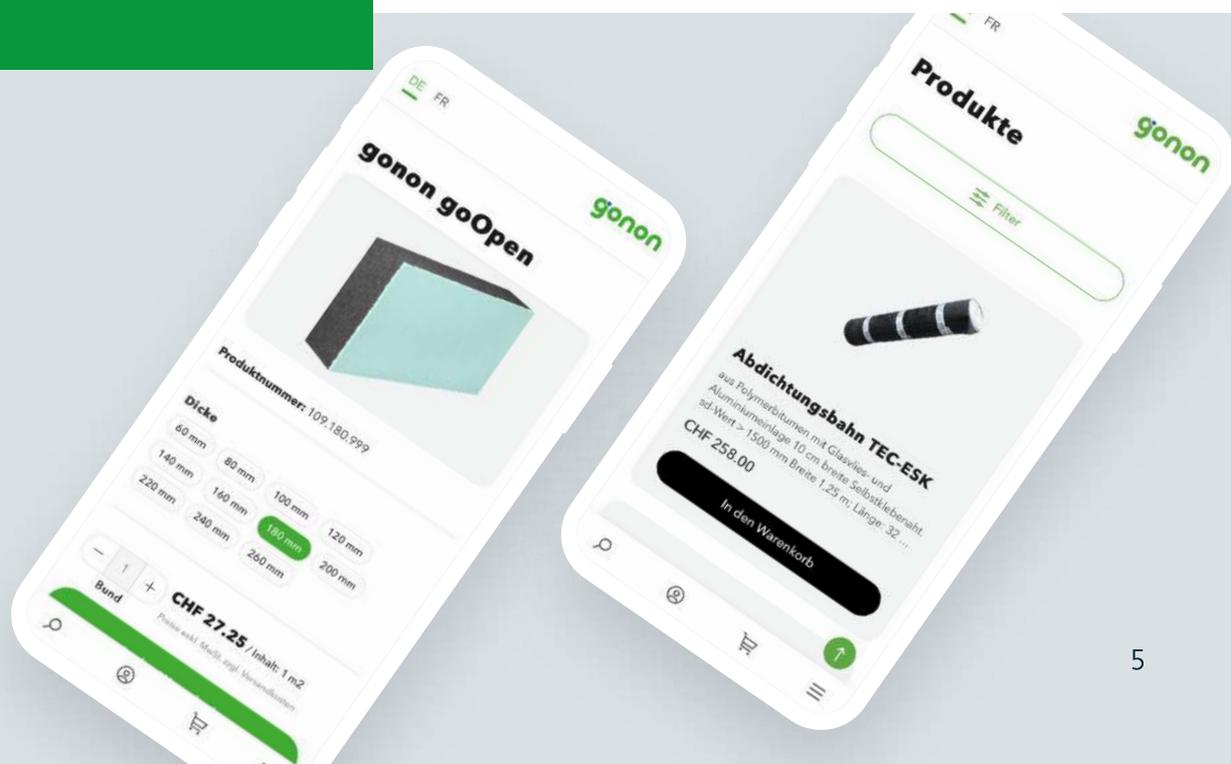
- Der Vertriebsprozess war keineswegs digitalisiert und kostete Gonon viele Ressourcen im Verkaufsinendienst.
- Die komplexen Bedürfnisse der B2B-Kundschaft konnten nicht mit einem Shop «ab Stange» umgesetzt werden.
- Wie digitalisieren wir den Verkaufsprozess, ohne dabei einen Mehraufwand für das Gonon-Team zu generieren?

Im Projekt blieben wir, wenn immer möglich, nahe am Standard von Shopware 6. So entstehen weniger «technische Schulden».

Die Lösung: neues Design, neues Shopsystem, ERP-Anbindung

Nach einem initialen Kick-off skizzierten wir die Informationsarchitektur, gestalteten Wireframes und verfeinerten diese in enger Zusammenarbeit mit den involvierten Personen von Gonon. Unsere Designerin gestaltete sämtliche Seiten des neuen Shops sorgfältig in Figma. Trotz starkem B2B-Fokus stand auch das mobile Design im Zentrum der Überlegungen.

Den Shop setzten wir auf Shopware 6 auf, anschliessend programmierten wir das Theme und eigene Plugins, um alle gewünschten Funktionalitäten sicherzustellen. Dabei bleiben wir, wenn immer möglich, nahe am Shopware-Standard und beziehen keine fertigen Store Plugins, die wir nicht in- und auswendig kennen. So lässt sich der Shop besser warten und einfacher erweitern. Es entstehen weniger «technische Schulden».

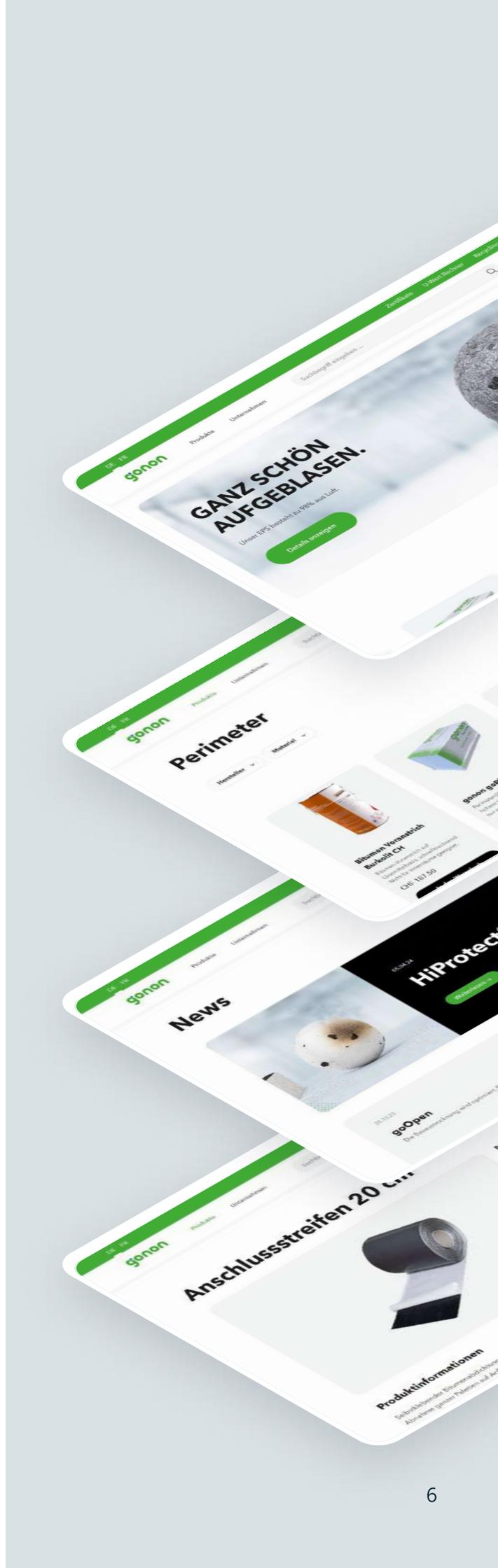


Das Resultat: moderner Onlineshop mit nahtloser ERP Anbindung

Das Herzstück der Programmierung war die Anbindung zum ERP europa3000. Das verschlankt Prozesse und spart Ressourcen. Dadurch werden alle wichtigen Daten (Kunden, Produkte, Bestellungen, KAM-Preise und mehr) automatisiert ausgetauscht. Kunden sehen ihre individuellen Preise direkt im Shop und Gonon braucht nicht mehr mit Katalogen und Anfragen zu hantieren.

Ausserdem legten wir die MarTech-Basis für erfolgreiches Onlinemarketing. Wir denken immer schon bei Projektbeginn daran, dass der Shop später vermarktet werden muss. Deshalb banden wir als Erstes mit Google Analytics 4 ein Tracking-Tool ein, verknüpften Produktdatenfeeds mit dem Google Merchant Center und bauten eine E-Mail-Automatisierung für neue und bestehende Kunden ein.

Die MarTech-Aktivitäten zeigen Wirkung und sowohl Bestands- als auch Neukunden – sie begeistern laufend und halten den Umsatz hoch.



12 Out-of-the-box B2B Funktionen

Shopware begeistert Gonon und andere B2B-Händler mit vielen Out-of-the-box Funktionen.



Mitarbeiterverwaltung

Händler können firmenspezifische Logins für ihre Mitarbeiter erstellen und ihnen Rollen und Rechte zuweisen.



Verbesserte Suche

Advanced Search ersetzt die schwache Standardsuche durch leistungsstarke, anpassbare Optionen.



Quick Order

B2B-Kunden können über ihr eigenes Kundenportal grössere Bestellungen direkt und schnell eintragen oder mittels einer CSV-Liste hochladen.



Merk- & Bestelllisten

Mit Merklisten bietet Shopware eine smarte Lösung, um Produkte zu speichern. Händler und Kunden können vordefinierte Bestelllisten erstellen und teilen.



Angebote

Individuelle Angebote müssen nicht mehr manuell erstellt und verhandelt werden. Shopware digitalisiert den Prozess und lässt Händler und Kunde direkt online die Preisverhandlungen durchführen.



Genehmigungsprozesse

So erhalten auch Azubis oder temporäre Aushilfen die richtigen Genehmigungen. Diese können sie je nach Budget, Produktkategorie und weiteren Faktoren steuern.



Aussendienstmitarbeiter

Diese Funktion lässt Vertriebsmitarbeiter einen eigenen Kundenlogin erstellen, damit sie B2B-Kunden in der Shopumgebung beraten und schulen können.



Sales Agent

Geht noch einen Schritt weiter und bietet die Integration von CRM-System, digitale Interaktionen und erweiterte Tracking- und Analysefunktionen an.



Digital Sales Rooms

Macht das Einkaufserlebnis so richtig interaktiv: Die Kombination aus Videocall und Screensharing hilft B2B-Händlern, besonders Bestandskunden den Shopwechsel schmackhaft zu machen.



Multi-Inventory-Funktionalität

Shopware Beyond ermöglicht die Verwaltung verschiedener Lagerbestände, sodass Produkte unabhängig vom Lagerstandort gekauft werden können.



Abonnements

Steigern auch B2B Umsätze, indem Kunden die Lieferung ihres Lieblingsprodukts automatisieren können. Sichere Einnahmen für den Shop, weniger Stress für die Kunden.



Retouren-Management

Demnächst wird auch Retourenhandling weiter optimiert. Evolve-Kunden wird so ein Self-Service-Portal angeboten, in welchem Kunden ihre Retouren intuitiv im Kundenkonto verwalten.

Schöner & intuitiver Shop, der mehr Umsatz macht

B2B-Shops müssen nicht nur gut aussehen und intuitiv bedienbar sein, um neben B2C Shops gut auszusehen: Sie müssen weitaus mehr Funktionen erfüllen können. Mit den Shopware Erlebniswelten und einem Expertenteam gelingt das ziemlich gut. Erstere bieten nicht nur die Möglichkeit, selbstständig Inhaltsblöcke hinzuzufügen und zu verändern. Der AI Copilot hilft massgeblich bei der Erstellung von neuen Bild- und Textinhalten, prüft letztere auf Rechtschreibfehler und übersetzt sie in jede beliebige Sprache. Mit der smarten Implementierung eines branchenspezifischen Glossars gelingt es auch fachgerechte Übersetzungen für technische Ausdrücke zu kreieren.

Künstliche Intelligenz hilft aber auch beim Checkout Prozess, denn damit lassen sich personalisierte Checkout-Nachrichten einblenden, die vorgängig mit unterschiedlichen Parametern wie Länge und Stil der Sprache verbessert werden können. Der Shopware Publisher unterstützt die Benutzer, Anpassungen besser zu tätigen und erhöht die Nachvollziehbarkeit der Versionen.

Nahtlose Anbindung an Systemlandschaft

Dank dem API-First Ansatz und der Headless Architektur kann die gesamte Systemlandschaft angebunden werden, egal ob ERP, PIM, CRM, Buchhaltung oder Logistik. Damit schöpfen Händler die Möglichkeiten mit Shopware voll aus: So gelingt auch die Integration von Schnittstellen und Verkaufskanälen problemlos. Mithilfe dieser können Prozesse von der Bestandsverwaltung bis zum Kundenservice optimiert und vollautomatisierte Workflows realisiert werden. Mit einer individuell zugeschnittenen Best-of-Breed-Strategie verbessert das die Produktivität der Geschäftsabläufe und somit nachhaltig den Gewinn.

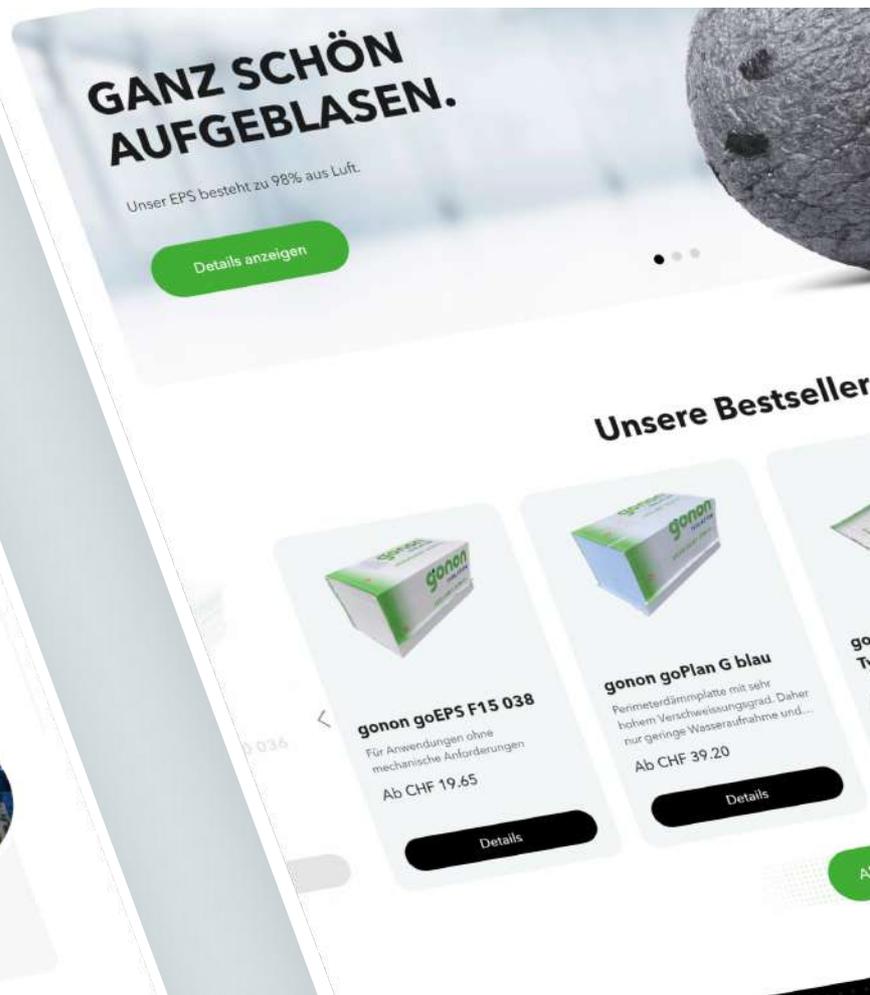


Open-Source: Maximale Kontrolle für B2B

Die Nutzung eines Open-Source-Shopsystems für B2B-Händler bietet mehrere Vorteile: Händler haben vollständige Kontrolle und Zugriff auf den gesamten Quellcode, was Anpassungen und Erweiterungen erleichtert. Open-Source-Software ermöglicht eine stärkere Kontrolle über die Datensicherheit, da Händler die Sicherheitsmassnahmen selbst implementieren und überwachen können. Ausserdem gibt es oft eine aktive Community, die regelmässig Updates und Sicherheits-Patches bereitstellt. Schliesslich können Open-Source-Lösungen kosteneffizienter sein, da keine Lizenzgebühren anfallen und die Möglichkeit besteht, auf bestehende Module und Plugins zurückzugreifen.

B2B und D2C- Commerce auf einer Plattform vereinen

Zwei oder mehr Sales Channel in einem? Kein Problem! Mit Shopware integrieren Händler B2B- und D2C-Commerce auf einer Plattform und können mehrere Verkaufskanäle gleichzeitig steuern. Dadurch heben sich Händler nicht nur von der Konkurrenz ab, sondern nutzen auch ihr volles Potenzial, ohne die altbewährten Vertriebskanäle aufzugeben. Ein zentrales System ermöglicht es, Bestellungen, Lagerbestände und Kundendaten effizienter zu verwalten und somit Zeit und Ressourcen zu sparen.



Innovationszug nicht verpassen

Mit den B2B Components, dem AI-Copilot und Spatial Commerce Funktionen arbeitet Shopware auch weiterhin unermüdlich daran, B2B-Händlern neue und innovative Funktionen für B2B-Vertriebsstrategien zu ermöglichen.

Mit den B2B Components steht Shopware nach wie vor am Anfang der Entwicklung. Sechs Features sind bereits vorhanden und zahlreiche neue Funktionen und Verbesserungen der bestehenden befinden sich in Planung:

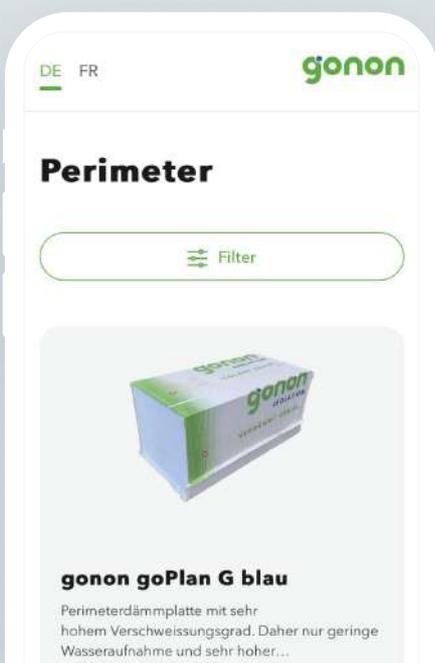
Kürzlich ausgerollt wurde die Funktion Bestelllisten. Diese Funktion ermöglicht es B2B-Kunden, Einkaufslisten zu erstellen, die dann mit Kollegen innerhalb desselben Unternehmens geteilt und gemeinsam bearbeitet werden können. Dadurch wird der Bestellprozess effizienter und die Koordination vereinfacht. Als Händler können ebenso Listen erstellen und an einen oder mehrere Kunden senden.

Der Wechsel von der B2B Suite sollte in Zukunft ebenso erleichtert werden. Die B2B Components bieten mit dem ganzheitlichen Lösungsansatz eine verbesserte Alternative zur traditionellen B2B Suite an. Da jedoch viele Kunden auf die alte Suite angewiesen sind und die Migration bisher nur manuell möglich war, werden spezifische Migrationspfade entwickelt, um den Übergang zu erleichtern und die Integration zu optimieren.

Die nächste Erweiterung der B2B-Komponenten ist darauf ausgelegt, die Darstellung komplexerer Unternehmensstrukturen im Geschäftspartner-Management zu erleichtern. Die neue Funktionalität ermöglicht die Konfiguration differenzierterer und spezifischerer Zugriffsrechte, um den Bedürfnissen von Unternehmen mit komplexen Strukturen gerecht zu werden.

Mit dem AI-Copilot wird Shopware in Zukunft ebenso den einen oder anderen B2B-Händler überraschen. Das ist für B2B-Commerce ein Game-Changer: Händler können damit ihre Prozesse straffen, die Kosten senken und eine personalisierte Markenidentität schaffen.

Spatial Commerce wird auch in Zukunft entscheidende Wettbewerbsvorteile ermöglichen, indem sich die Händler klar von der Konkurrenz abgrenzen. Shopware erleichtert die Integration von 3D-Datendateien und ermöglicht von Beginn an immersive Einkaufserlebnisse. Die visionäre Strategie und fortlaufenden Innovationen von Shopware sorgen dafür, dass das Business stets an der Spitze der Spatial-Revolution bleibt.



webwirkung

Haben Sie Fragen oder Anfragen?

Wir freuen uns über beides. Sie erhalten von
uns rasch eine Antwort.

Anfrage hinterlassen