

CASE STUDY





Zum Unternehmen

Die Adam Hall Group gehört weltweit zu den Top 3 Herstellern für Eventtechnik. Sie entwickelt u.a. Flightcases, Lautsprecher, Licht-, Bühnen- und Studioteknik. Zudem vertreibt sie als internationales Vertriebsunternehmen und Service-Dienstleister mehr als 30 renommierte Marken an ihre Geschäftspartner. Mit ihren 220 Mitarbeitern vertreibt sie über 8.000 sofort verfügbare Artikel in 200 Ländern und generiert dabei einen Umsatz von über 80 Mio. Euro im Jahr.



Key Facts

- ✓ Zielgruppe: B2B (Musiker, Verleiher und Retailer)
- ✓ Lizenz: Shopware Enterprise
- ✓ 200 Länder und sechs Sprachen
- ✓ Doppeltes Währungssystem (Verrechnungs- + Anzeigewährung)
- ✓ Dauer: 23 Monate
- ✓ Kundenbasierte Echtzeit-Preisberechnung mit Bestpreisfindung
- ✓ Multistep Registrierung (Shop -> ERP -> Shop Finalisierung)
- ✓ Eigenentwickelte Artikel-Recommendation-Engine für Shop und Newsletter
- ✓ Splitwarenkorb / Custom Checkout
- ✓ Hoch individuelles Tracking für einige Drittsysteme
- ✓ Doppeltes Währungssystem (Verrechnungs- & optionale Anzeigewährung)

Technical Facts

- ✓ Pim: Akeneo
- ✓ E-Mail (Transaktion + Newsletter): InxMail + dasistweb Newsletter Powerup
- ✓ 100% Dockerized (Dev to Prod)
- ✓ Vollautomatische Deployment-Pipeline vom Build über Unit- sowie automatisierte Frontendtests bis hin zum Blue-Green-Deployment
- ✓ ERP: Microsoft Navision
- ✓ Hosting: Syseleven HS Cluster mit Microservice Architektur
- ✓ Gemeinsame Daten- und Templatebasis für sieben Shopware Instancen
- ✓ Microservice Architektur auf Symfony Basis
- ✓ Suche: Shopware Enterprise Search + dasistweb Powerup für Suche
- ✓ Umfangreiches Health-Monitoring und Alert-System

Herausforderungen

Für Adam Hall ist der Online-Vertrieb ein wesentlicher Bestandteil am Unternehmensumsatz. Eine leistungsstarke und ausgeklügelte Webpräsenz ist somit unverzichtbar. Die drei wesentlichen Aufgaben sind hierbei:

- 1) eine Corporate Webseite und die Bereitstellung von Artikelinformation für den Endkunden in 6 Sprachen
- 2) ein B2B Webshop für alle Händler weltweit um Waren ordern zu können sowie
- 3) die Integration aller angebotenen Services, wie bspw. Financial Services, Reparatur Service, technische Planungsunterstützung, Sonderanfertigungen, POS Verkaufshilfen und Trainings.

Als Shopware Enterprise Partner wurden wir als dasistweb GmbH damit beauftragt eine vorhandene Eigenentwicklung durch einen Shopware-Shop zu ersetzen, um der rasanten Weiterentwicklung im E-Commerce dauerhaft gerecht werden zu können. Wir sollten auf Basis des Shop-Systems von Shopware zum Teil weit reichende individuelle Anforderungen entwickeln und dabei trotzdem auch zukünftig als Shopware-System updatefähig bleiben.

Unsere Leistungen



Beratung



CMS Optimierung



Technisches Konzept



Projektmanagement



UI/UX



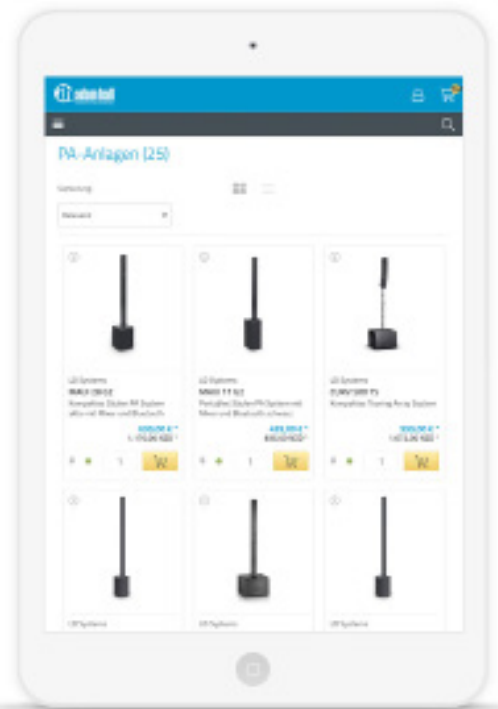
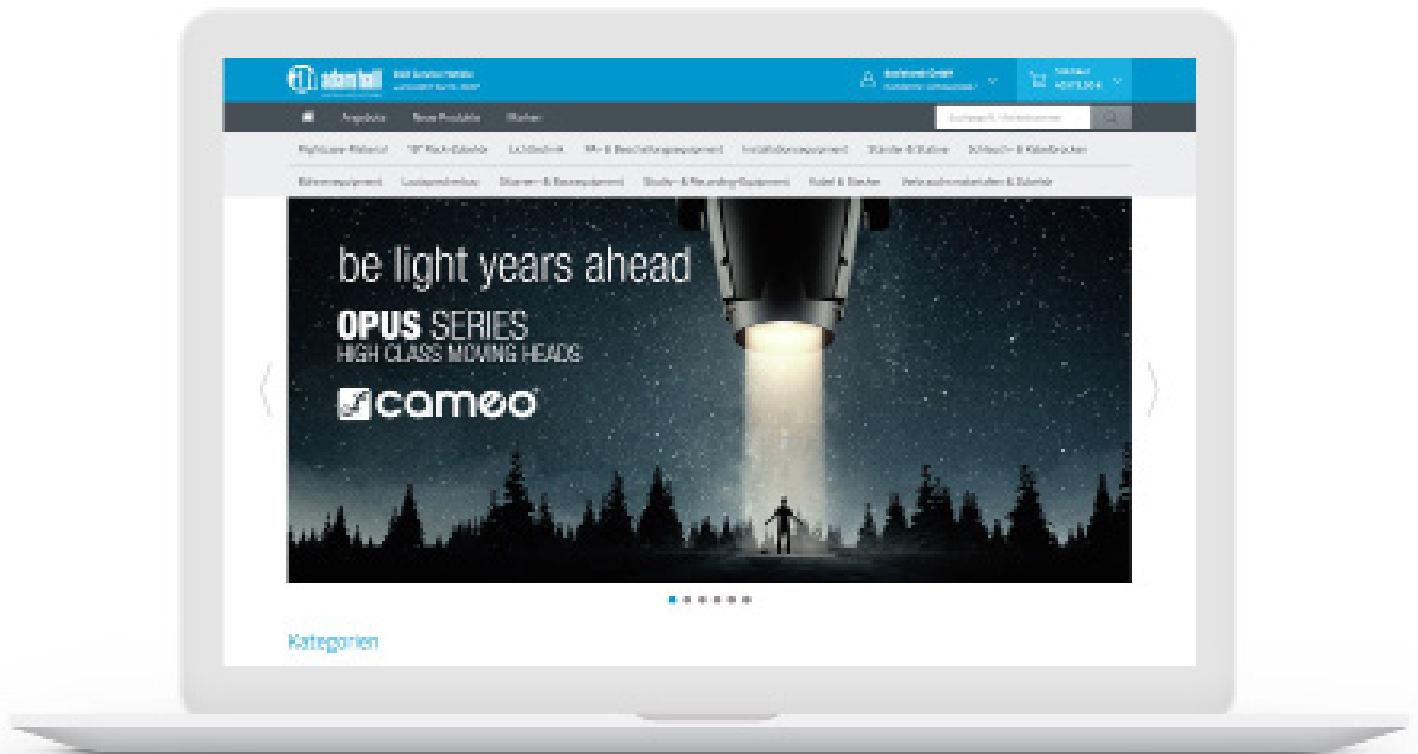
Technische Umsetzung



Schnittstellen-
entwicklung



Qualitymanagement



Projektverlauf und Umsetzungs-Highlights

Das Projekt startete für uns Ende 2015 mit einer 6-monatigen Anforderungsanalyse. Innerhalb von 17 Monaten entwickelten wir darauf hin alle initialen Anforderungen und konnten im November 2016 mit der neuen Online Web-Präsenz live gehen. Aufgrund der Komplexität wurde vorab eine dreimonatige Testphase gemeinsam mit Adam Hall durchgeführt. Seit Go-Live entwickeln wir die Online-Präsenz nun kontinuierlich weiter.

Die Umsetzung beinhaltete dabei einige Eigenentwicklungen. Ein paar davon wollen wir im Folgenden vorstellen. So hat z.B. jedes der 200 Länder teilweise eigene Artikelverfügbarkeiten, Preise und zum Teil auch eine eigene Vertriebsstruktur, an die sich der Shop halten muss. Zudem gibt es für jedes Land eigene Sprachkombinationen mit bis zu 6 Sprachen je Land. Hierzu war ein umfangreiches Konzept nicht nur auf Basis von Subshops notwendig sondern auch ein weitreichendes Administrations- und API-Konzept, um den Shop auch vernünftig administrieren und warten zu können. Dies fängt bei Content an, geht über Artikel bis hin zu Kunden und Bestellungen.

Artikel können im Shop sowohl einzeln, als Set oder als B-Ware angeboten werden. Je Kunde können einzelne Artikel auch individuell ausgeblendet oder nicht kaufbar sein. Jeder Kunde kann ebenfalls je Artikel zudem unterschiedliche Staffelpreise angeboten bekommen. Dabei soll jeder Kunde aber auch immer den Bestpreis erhalten, wenn bspw. ein Angebot vorliegt. Die Preise werden dabei schon im Artikellisting berechnet und korrekt angezeigt. Ebenfalls wird auch die Verfügbarkeit in nahezu Echtzeit angezeigt für jede erdenkliche Stückzahl für jeden Ort der Welt. Und schließlich soll der Shop trotz der hohen Abhängigkeit an das ERP System auch vollständig weiter funktionieren, wenn das ERP einmal ausfällt. Unsere Lösung hierzu war eine konsequente Microservice Architektur, da das eingesetzte MS Navision ERP System viel zu langsam gewesen wäre, um den Traffic in Echtzeit bewältigen zu können. Unsere Microservices wurden zu einer zentralen Stelle für alle Preisberechnungen außerhalb des ERP Systems, um Preise im Millisekunden-Bereich berechnen zu können.

Der Shop hat einen sehr hohen Automatisierungsgrad um die Warenabwicklung zu vereinfachen. So wird jede Order bereits durch ein Warenkorb-Splitting aufgeteilt in sofort oder erst später verfügbare Waren. Sucht der Kunde beispielsweise einen bestimmten Artikel in einer größeren Lieferung, so kann er online genau einsehen, dass sich dieser auf Palette 3 in Paket 5 befindet.

Andere Anforderungen sind, dass Preislisten immer aktuell in einem kundenindividuellen Format nur für diesen Kunden über einen Download oder automatischen File-transfer-Service bereitgestellt werden können. Die Artikel API muss menschlich leserlich sein, um sie technisch validieren zu können. Bei Import-Problemen, durch bspw. Fehler im Datenstand, müssen alle Fehler für einen Artikel übersichtlich auf einmal angezeigt werden und nicht nur der erste, der auftritt. Ein weiteres Feature ist, dass Kunden ihre Registrierung in einem hochautomatisierten Prozess anfragen können. Hierbei wird der Interessent innerhalb eines eleganten Wizards durch eine Reihe von relevanten Fragen geschickt. Wird der Kunde akzeptiert, kann dieser nun durch einen Link seine Registrierung mit Passwort und weiteren Details vervollständigen und hat ab sofort seine individuellen Konditionen zur Verfügung.

Wir haben eine eigene Recommendation-Engine entwickelt, um den speziellen B2B Ansprüchen gerecht zu werden. Wir generieren einen hochindividuellen Newsletter je Kunde, der über InxMail versendet wird. Und wir haben eine eigene Short-Link-Generierung entwickelt, die es ermöglicht, Links über alle Sprachen hinweg zu verwenden und den Kunden anhand von Login, Land und Browser-sprache richtig aufzulösen.

Und natürlich haben wir enormen Wert auf die Usability des Shops gelegt. So werden beispielsweise Endverbraucher, Wiederverkäufern und Event Equipment Vermietern unterschiedliche Produktdarstellungen ausgespielt. Zudem wird jedes neue Feature dem Nutzer über eine geführte Tour erklärt. Sogar Wartungsarbeiten werden userspezifisch angezeigt, damit jeder Kunde früh genug darauf vorbereitet ist.

Das sagt der Kunde!



Adam Hall GmbH
Anja Knopf, Product Owner, Web

„Neben einer hochwertigen Marken- & Produktpräsentation wollen wir unseren Kunden ein intuitives und performantes Einkaufserlebnis im Online Shop bieten. Dieses Ziel hat dasistweb nicht nur mit erstklassigem Knowhow & Projektmanagement sowie innovativen Ideen erreicht, sondern auch weil das Team immer flexibel, kundenorientiert und zuverlässig agiert. Es ist eine Freude mit diesem Team zu arbeiten!“

Das haben wir erreicht

- ✓ Steigerung Onlineumsatz um 27%
- ✓ Ausfallsichere, performante und sichere, auch unter Hochlast verfügbare E-Commerce Plattform erschaffen
- ✓ Steigerung der Usability und Akzeptanz bei den Kunden
- ✓ Geschwindigkeit enorm verbessert
- ✓ Enormer Informationsgewinn in Echtzeit für Innen- und Außendienst (Vertrieb)
- ✓ Hoher Grad an Automatisierung
- ✓ Lückenlos dokumentierte Server- und Projekt-Landschaft
- ✓ Neue Features und Verbesserungen gehen wöchentlich online. Time to Market extrem verkürzt.

Derzeit erweitern wir mit einem dedizierten Team in regelmäßigen Sprints die Funktionalitäten der Webpräsenz welche wöchentlich deployed werden. Ebenso entwickeln wir in enger Abstimmung mit dem Marketing von Adam Hall neue Brandpages und weitere Marketing Aktionen.



WIR TREIBEN E-COMMERCE
AUF DEN GIPFEL

dasistweb GmbH
Bergfeldstraße 11
83607 Holzkirchen

Tel.: +49 (0) 8024/649 957 0
Mo. bis Fr. - 09:00 bis 17:00
E-Mail: info@dasistweb.de