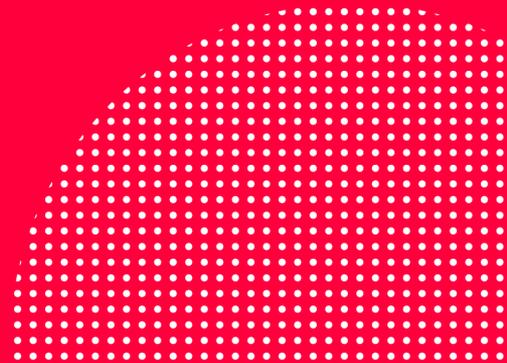


E-Commerce. Check-up. Unser Angebot. **Namics.**

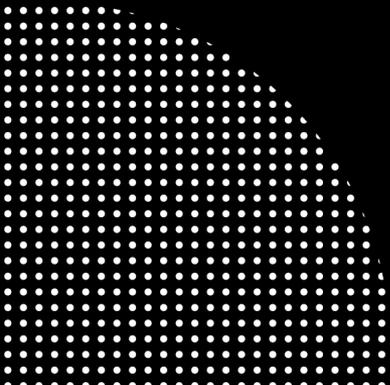
A Merkle Company



Agenda.

- 01 | **Der E-Commerce Check-up.**
- 02 | **Die Resultate. Unser Vorgehen.**
- 03 | **Projektablauf.**
- 04 | **Über Namics.**

Der E-Commerce Check-up.



Warum der E-Commerce Check-up?

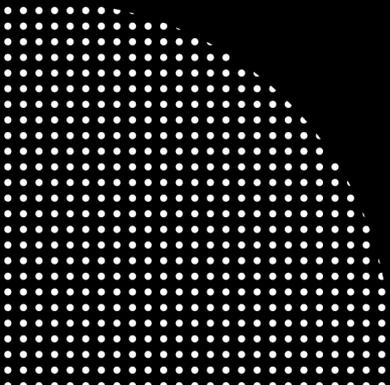
Eine E-Commerce-Strategie ist ein sehr umfassendes Unterfangen, da sie direkt mit der Business-Strategie des Unternehmens verbunden ist und sowohl **Kultur, Personen, Prozesse als auch den Technologieeinsatz** des Unternehmens adressiert. Schnell verliert man sich in Details und oft in einer rein internen Perspektive.

Hier setzen wir mit dem E-Commerce Check-up an. Dieser ermöglicht einen **initialen, externen Blick auf die Chancen und Potentiale, wie auch die Herausforderungen**, die E-Commerce für Ihr Unternehmen bieten.

Der E-Commerce Check-up liefert auf Basis einer Analyse durch unsere Expert*innen **erste Quick-Wins innerhalb von strategischen Handlungsfeldern**. Nicht die detaillierte Strategie steht im Vordergrund, sondern gemeinsam **neue Optionen und Chancen zu identifizieren**.



Die Resultate. Unser Vorgehen.



3

Ergebnisse

Welche praktischen Ergebnisse erhalten Sie?

Eine unabhängige Expertenmeinung zum Status quo Ihres E-Commerce-Reifegrades sowie eine Ableitung von Massnahmen zum Ausbau Ihrer Marktposition:

- 1 **Mehrdimensionale Beurteilung des E-Commerce-Reifegrades Ihres Unternehmens entlang E-Commerce spezifischer Kriterien.**
- 2 **Vergleich mit Best Practices aus der Branche und weiteren Marktteilnehmern.**
- 3 **Ableitung Ihrer E-Commerce-Potentiale und Definition konkreter Handlungsfelder (Quick Wins und langfristige Massnahmen).**

Wie geht die Reise weiter?

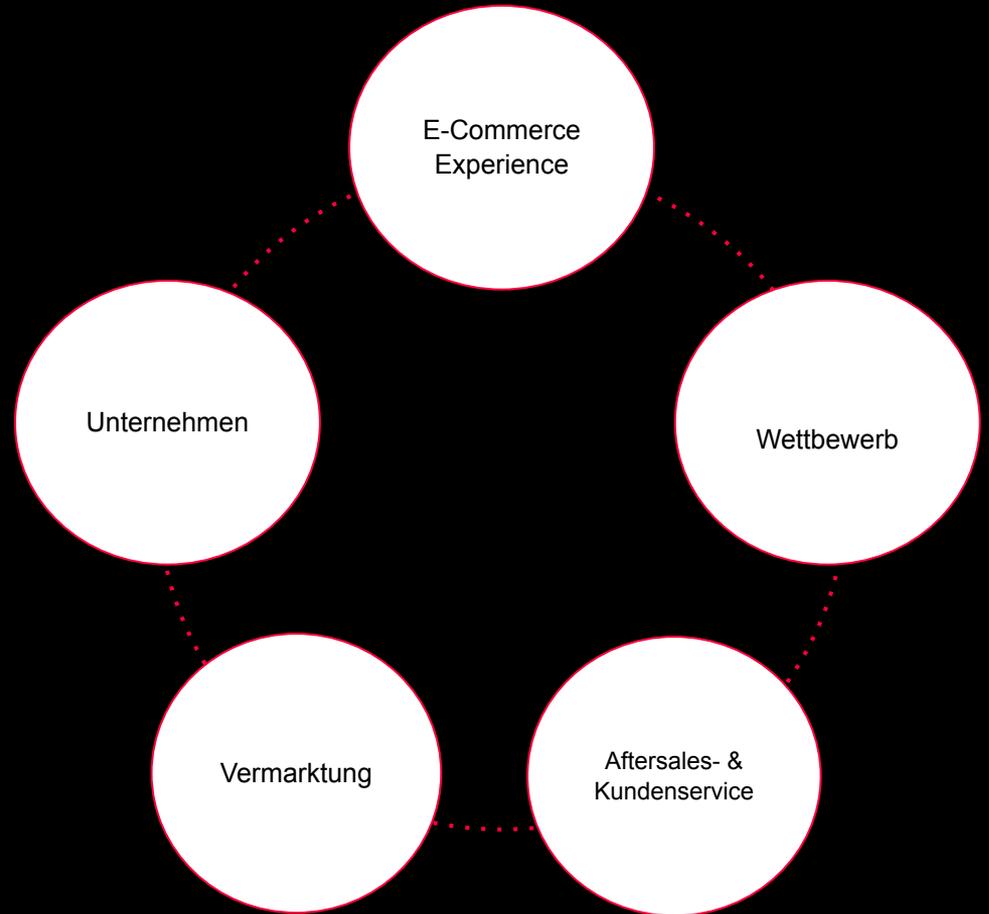
In Anschluss an den Check-up besteht die Möglichkeit, gemeinsam eine Commerce-Strategie und entsprechende Massnahmen weiter auszuarbeiten.



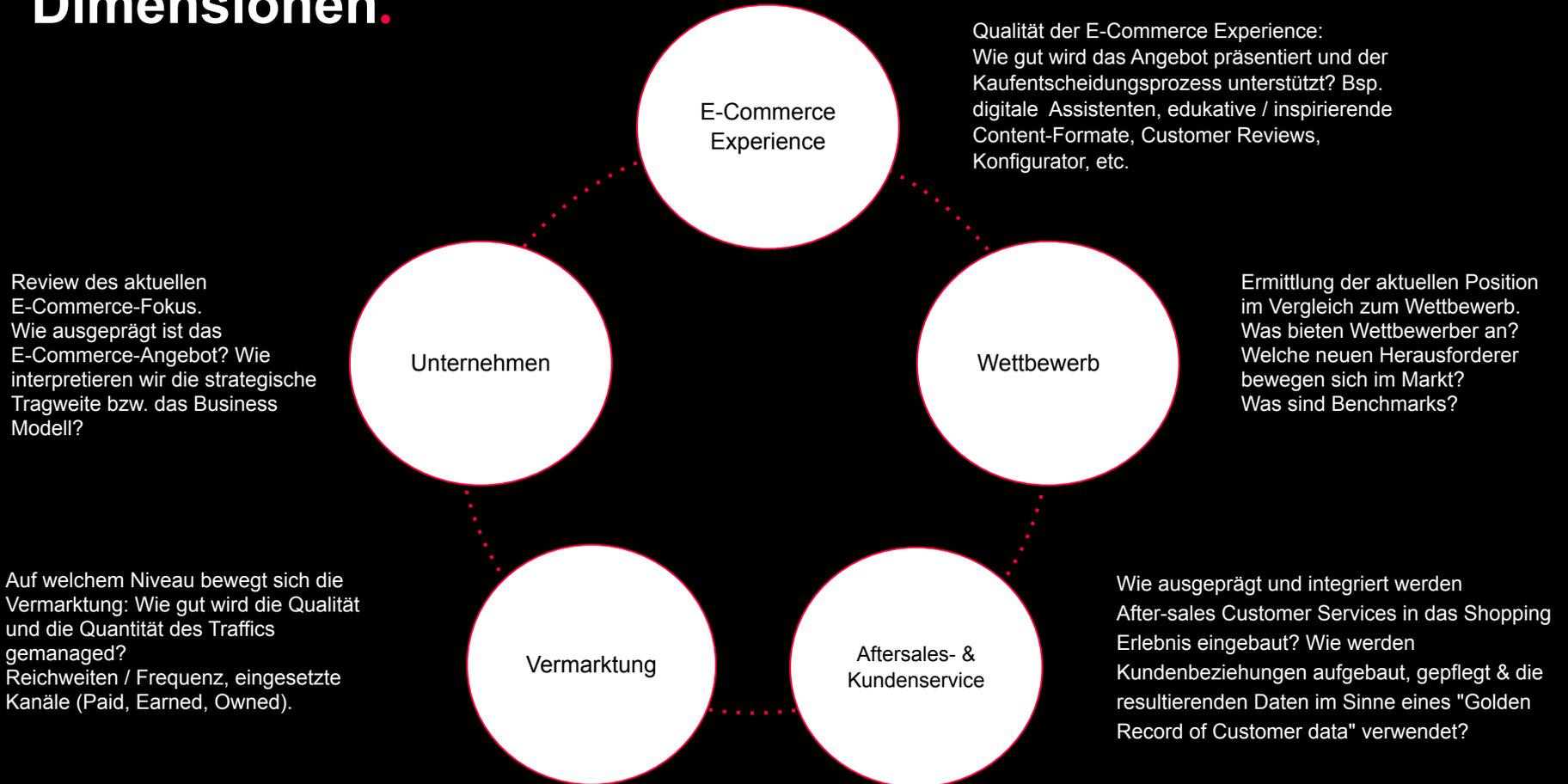
Vorgehen. Analyse.

Im Rahmen des Check-ups analysieren wir fünf Dimensionen, um den Gesamtkontext E-Commerce möglichst ganzheitlich zu erfassen, Abhängigkeiten aufzuzeigen und die resultierenden Handlungsempfehlungen klar zuzuordnen.

Nachfolgend erörtern wir die jeweiligen Fragestellungen pro Dimension.



Dimensionen.

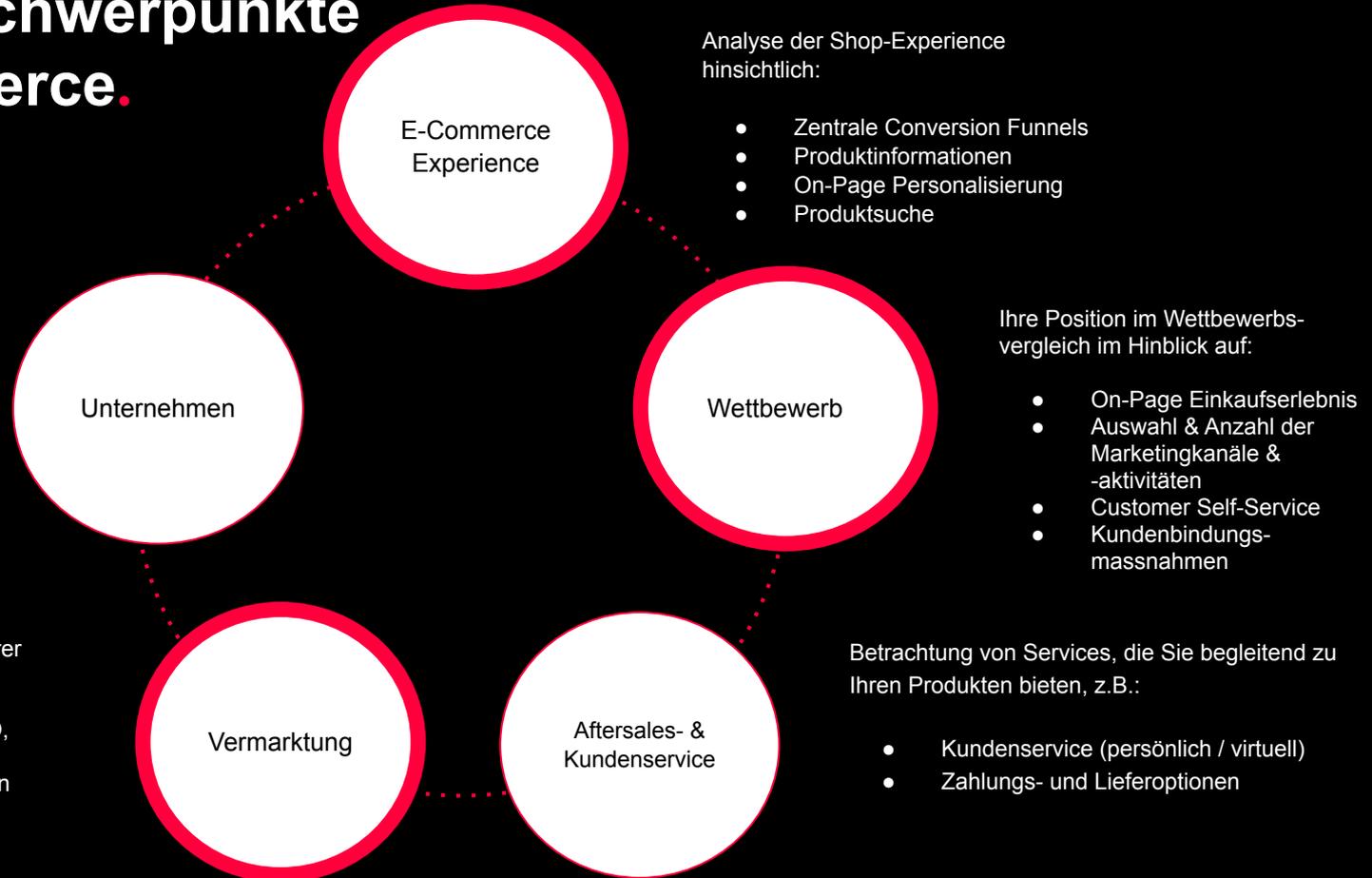


Schwerpunkte in der Analyse. B2B vs. B2C.

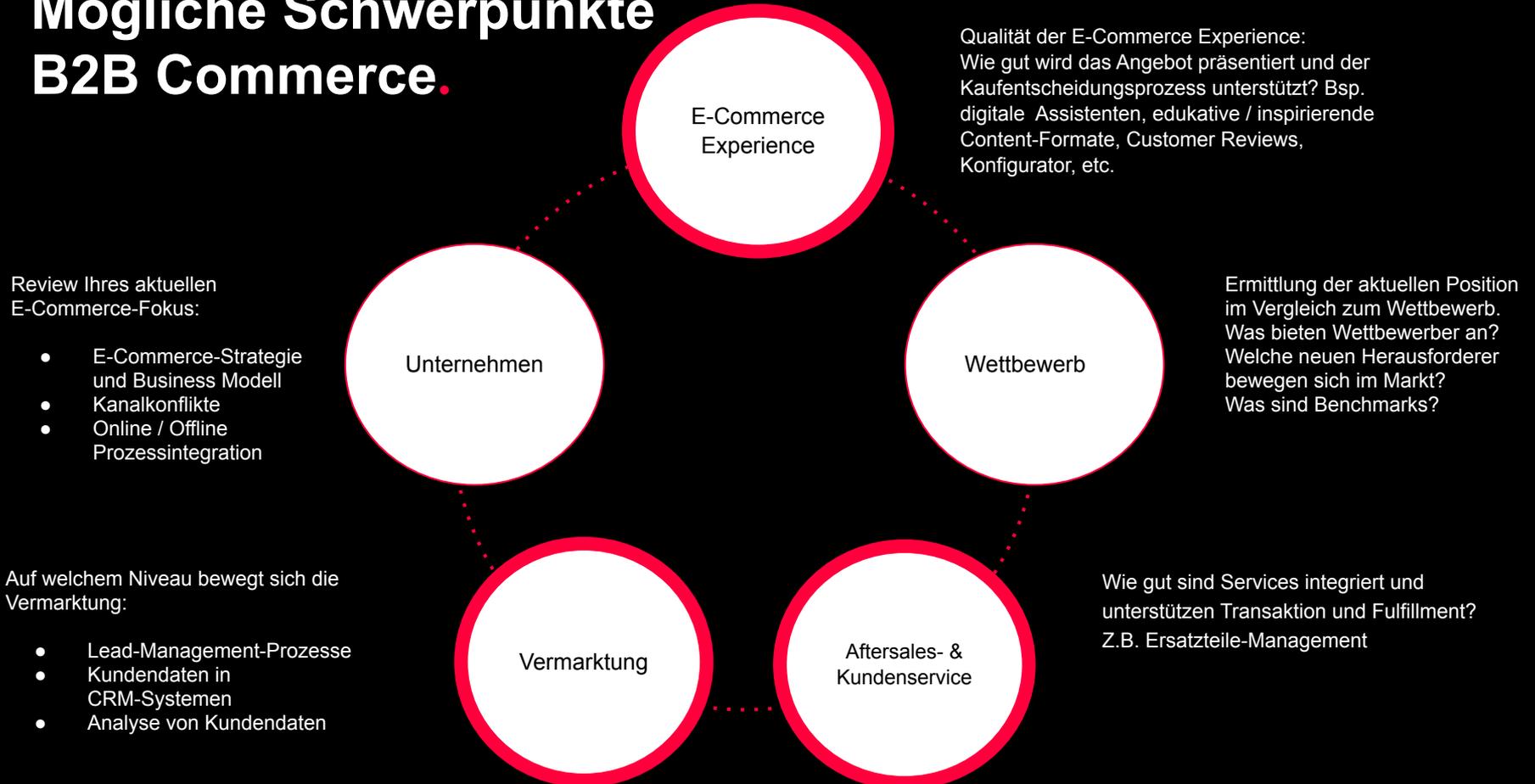
Viele Erfolgsfaktoren im E-Commerce gelten gleichermassen für B2C, B2B, B2B2C oder D2C. Dennoch gibt es Schwerpunkte, denen je nach Business Modell vermehrt Beachtung geschenkt werden sollte oder die einzigartig sind.

Dieser Tatsache tragen wir im Rahmen unseres Check-ups Rechnung und setzen die Schwerpunkte in der Analyse gemäss Ihren individuellen Wünschen.

Mögliche Schwerpunkte B2C Commerce.



Mögliche Schwerpunkte B2B Commerce.



Bewertung.

Nach Abschluss der Analyse erfolgt unsere Einschätzung des E-Commerce-Reifegrades anhand der betrachteten Dimensionen:

E-Commerce-Fokus in Ihrem **Unternehmen**.

Bewertung der **Experience-Qualität**.

Position im Vergleich zum **Wettbewerb**.

Vermarktung: Generierung von Traffic und Conversions.

Bandbreite und Qualität des angebotenen **Service**.

Analyse und Bewertung liefern die Basis unser Empfehlungen.



Unternehmen



XP



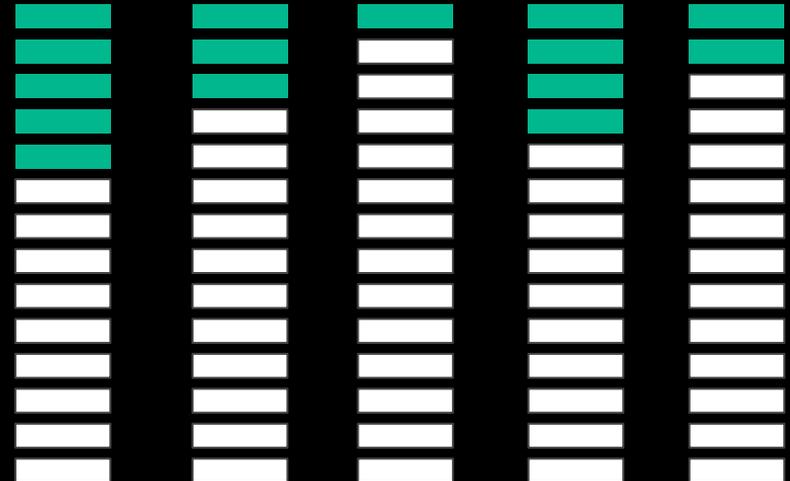
Wettbewerb



Vermarktung



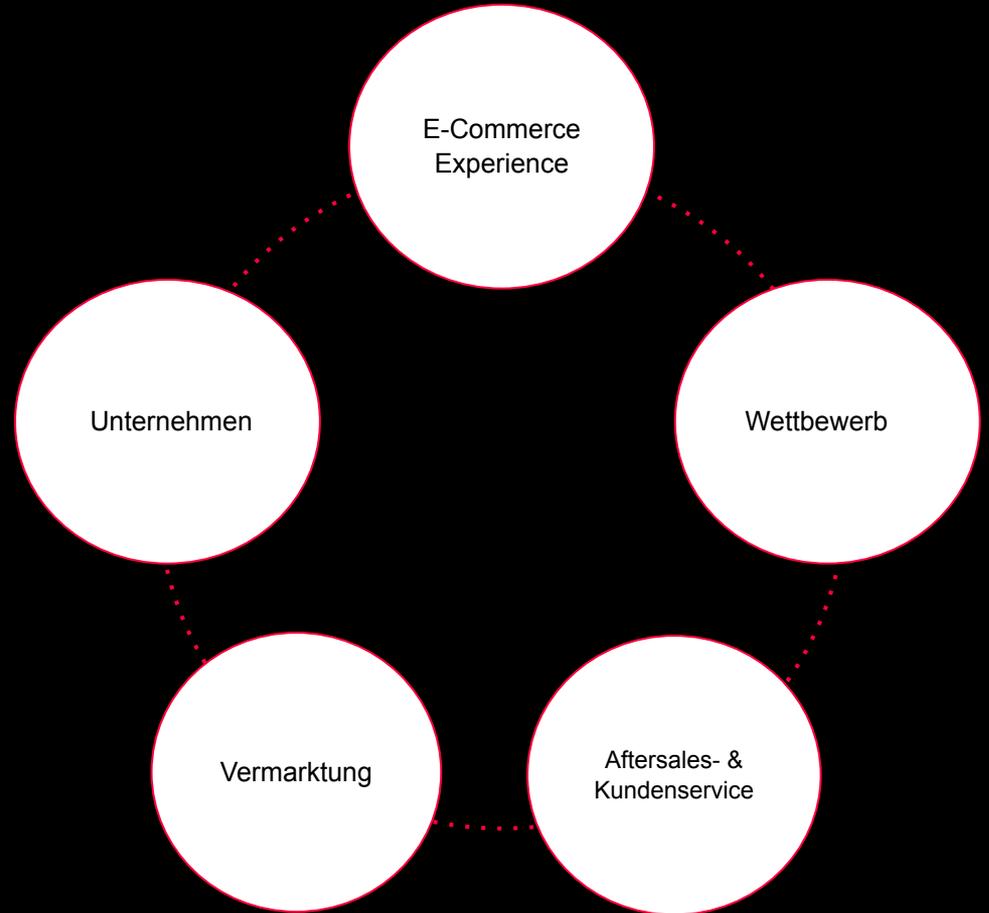
Service



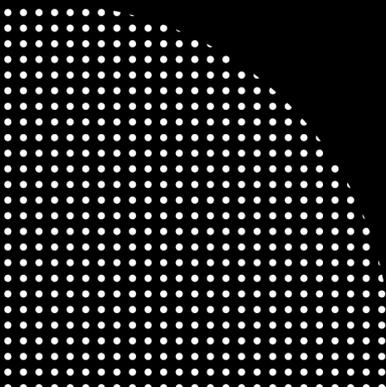
Empfehlungen.

Für jede Dimension erhalten Sie

1. Die Top-3 Empfehlungen
2. Handlungsfelder
3. Quick-Wins

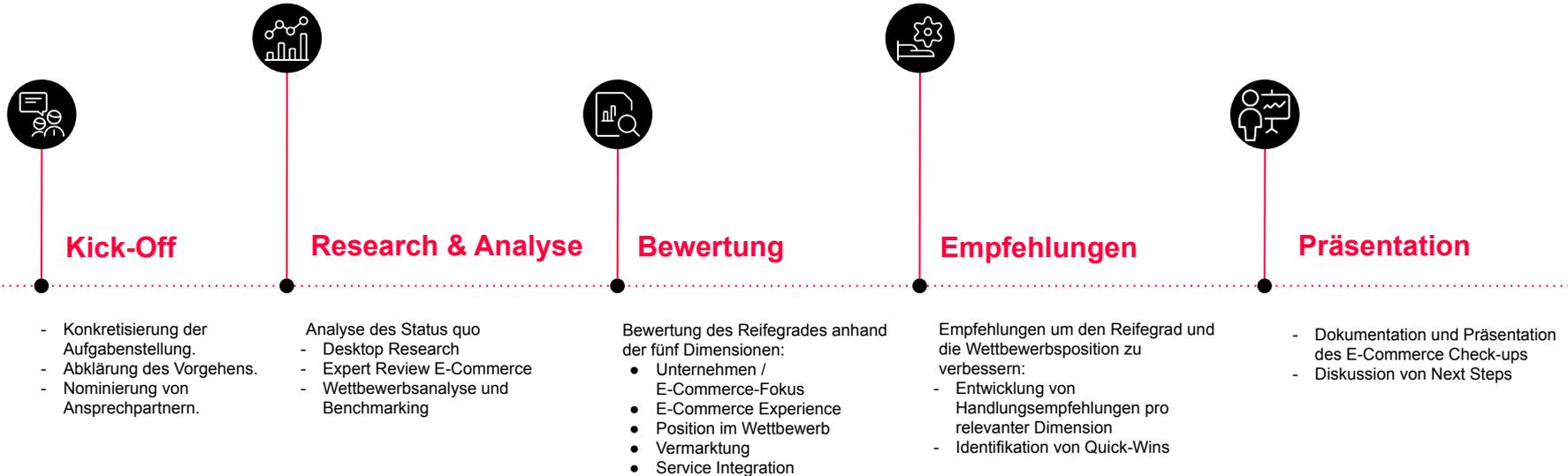


Projekttablauf.



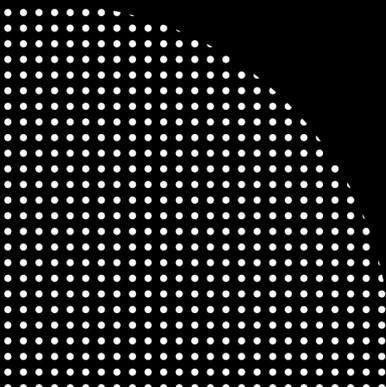


Vorgehen. Laufzeit.



Laufzeit: 1 - 2 Wochen

Über Namics.



Fullservice. Nah dran. **Namics.**

Kunden lieben Namics.

Über 75% unserer Kunden vertrauen uns seit mehr als drei Jahren.



Digitaler Fullservice.

Experience Platforms

Commerce

CRM & Customer Loyalty

Digital Marketing

Data Science

Mobile Apps

Operations

550+
Mitarbeiter/innen

6
Standorte

25+
Jahre für unsere
Kunden/-innen
unterwegs.

Starke Partner.



Weltweite Netzwerke.

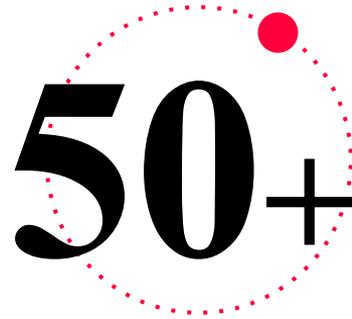


Unsere Commerce-Kompetenz in Zahlen.



700+

Commerce-
Projekte



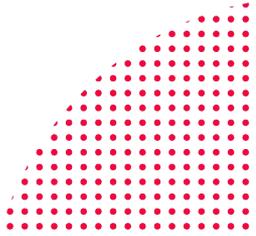
50+

zertifizierte
Mitarbeiter/innen



85+

Commerce-
Experten/-innen



Erfolgreiche B2C-Commerce-Projekte.

BUCHERER

1888

Exklusive
Erlebniswelt und
neues CRM für den
Juwelier für Luxus-
Uhren & Schmuck.




VICTORINOX

Vom
Traditionshersteller
zum digitalen
Trendsetter.



Sunrise

Integriertes
Kundenerlebnis
über alle Kanäle.




UNTERNEHMENSGRUPPE
BRÜDER SCHLAU

Raumprofi auf dem
Weg zum smarten
Multichannel-
Händler.

FINANCE

SCOUT 24

Mit Online-Plattform
zum digitalen
Berater für
Finanzen und
Versicherungen.



Neuer Webauftritt
setzt auf
Produktvielfalt und
lokale Angebote.

Exklusive, digitale Erlebniswelt.

Ästhetik, Tradition und Präzision: Für diese Werte steht Bucherer seit 1888. Inzwischen ist aus dem Schweizer Familienunternehmen der zweitgrößte Luxus-Retailer der Welt geworden.

Die Herausforderung

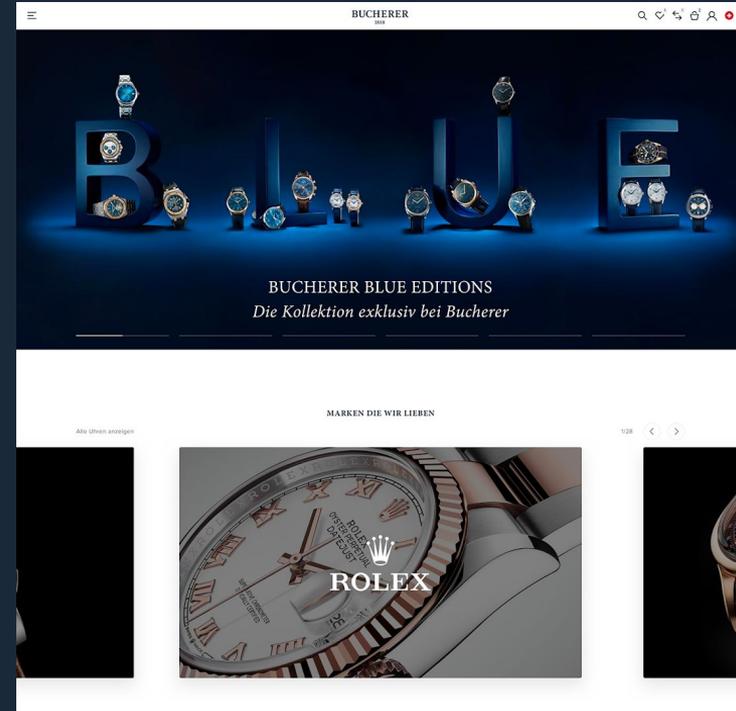
- Digitale Transformation mit neuer Vertriebsstrategie
- Anpassung an die Kundenbedürfnisse: Hochwertiges, personalisierte Shopping-Erlebnis auch über digitale Touchpoints bieten

Unser Ansatz

- Edles Webdesign mit Fokus auf das Erlebnis der hochwertigen Schmuckstücke und Uhren
- Hochwertige Inhalte und Storytelling: Kunden erhalten Einblicke und Inspiration zu den Produkten und zur Handwerkskunst
- Technischer Pionier mit dem Einsatz von Sitecore Experience Commerce

Das Ergebnis

- Exklusive digitale Erlebniswelt und einheitliche Experience über alle Kanäle, dank Click-to-Collect- Funktion und Shop-Locator bleibt Bucherer auch offline mit den Kunden in Kontakt
- Projekt erhielt "Ultimate Experience" Award – die höchste Auszeichnung für ein Sitecore Projekt



+100%
mehr
Transaktionen

SITECORE
Experience
Awards
2019
Winner

Website und Online Shop Relaunch.

Die über 130-jährige Geschichte von Victorinox ist geprägt von einer nachhaltigen Ausrichtung: Tradition, Qualität und Innovation. Heute ist Victorinox ein globales Unternehmen mit fünf Produktkategorien: Schweizer Taschenmesser, Haushalts- und Berufsmesser, Uhren, Reisegepäck und Parfüms.

Die Herausforderung

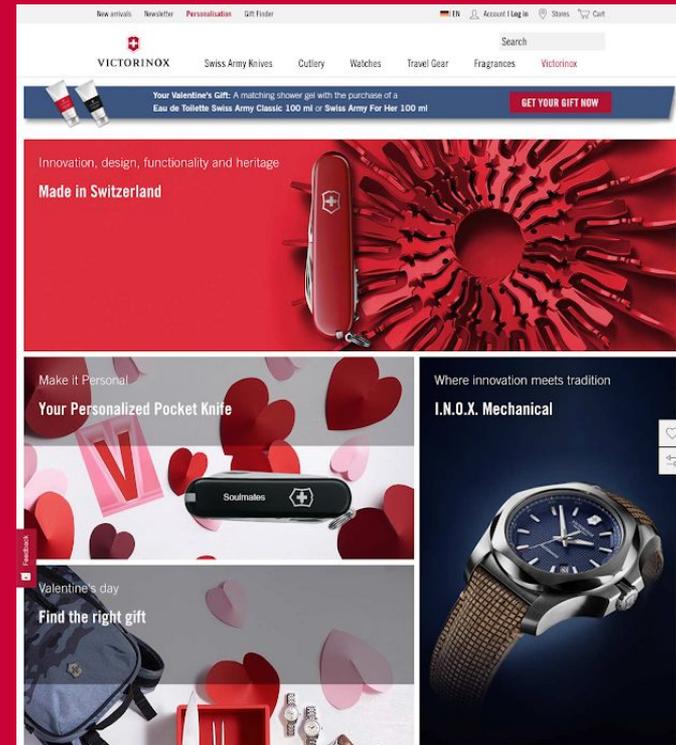
Eine multi-channel-fähige E-Business-Plattform, ein hochwertiges Markenerlebnis auf der Website sowie die Einführung eines Online-Direktvertriebs – das sind die Ziele von Victorinox, um sich für die digitale Zukunft optimal aufzustellen.

Unser Ansatz

- Produkte stärker emotionalisieren und damit Kunden die Wertigkeit, Geschichte und Qualität vermitteln
- Einfache Usability und klares Design
- Einsatz von SAP Commerce als integrierte Lösung für Online Shop und Website

Das Ergebnis

- Das vielfältige Angebot wird spürbar und die Marke für Kunden digital erlebbar.
- Nach erfolgreicher Umsetzung erfolgte das Rollout auf mittlerweile 17 Länderseiten, 8 Online Shops sowie der Website Relaunch und der Online Shop für die Marke Wenger.





VICTORINOX

Continuous Improvement: Geschenkefinder, Content Hub und Produktkonfigurator.

Die über 130-jährige Geschichte von Victorinox ist geprägt von einer nachhaltigen Ausrichtung: Tradition, Qualität und Innovation. Heute ist Victorinox ein globales Unternehmen mit fünf Produktkategorien: Schweizer Taschenmesser, Haushalts- und Berufsmesser, Uhren, Reisegepäck und Parfüms.

Die Herausforderung

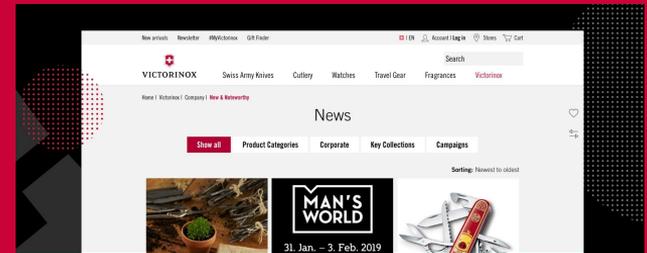
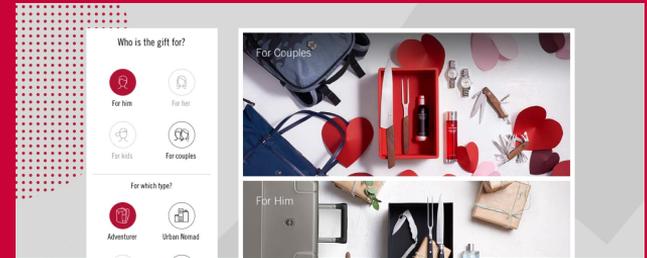
Nach dem erfolgreichen Auftakt mit Website Relaunch und neuem Online Shop war die Begeisterung für digitale Neuerungen entfacht. Gemeinsam haben wir uns auf die Suche nach neuen, Ideen für die Marke und die Onlinekommunikation gemacht.

Unser Ansatz

- Personalisierung: Individualität von Produkten rückt ins Zentrum, einzelne Produkte können selbst gestaltet und individualisiert werden
- Customer Centricity: Kundenfeedback fließt von Anfang an in die Entwicklung neuer Ideen ein, Durchführung von User Testings

Das Ergebnis

- Gift Finder: Geschenkvorschlage und Inspirationen ganz nach den Bedürfnissen der Kunden
- Content Hub: leichter Zugang zu allen Neuigkeiten rund um das Unternehmen sowie den Download von Pressematerial
- Produktkonfigurator: individuelle, digitale Gestaltung von Taschenmessern als persönliches Unikat



Erfolgreiche B2B-Commerce-Projekte.



Moderner
B2B-Shop.



Perfekt
personalisierte
Customer Journey.

Hoval

Kundenzentrierter
Webauftritt mit
neuem
Online-Shop, PIM
und CMS.

BOSSARD
Proven Productivity

Kundenorientierte
B2B-Plattform für
E-Commerce.



E-Shop und PIM
auf Basis SAP
Hybris.

 **Metrohm**

E-Shop und PIM
auf Basis SAP
Hybris (PIM &
Commerce) und
neue Sitecore
Website.



Personalisierte Customer Journey.

Covestro zählt zu den weltweit führenden Herstellern hochwertiger Polymer-Werkstoffe. Die Unternehmensprodukte finden sich in vielen Lebensbereichen.

Die Herausforderung

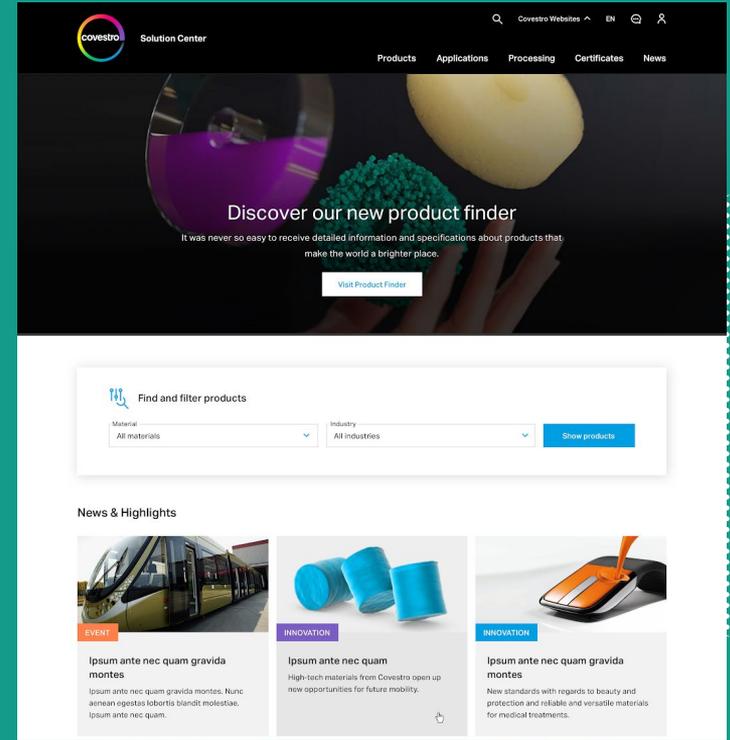
- Ziel: Solution Center, das auf relevante Zielgruppen abgestimmt ist
- Dank neuer CX Factory soll langfristig sichergestellt werden, dass das Produkt- und Serviceangebot die Kundenwünsche trifft

Unser Ansatz

- Auf Basis des “From-Insights-to-Action”-Ansatzes ermittelt Namics, wie nah das Unternehmen am Kunden ist
- Interne und verschiedene externe Interviews von internationalen Zielgruppen des B2B-Unternehmens

Das Ergebnis

- Produktseiten sind exakt auf Wissen und Bedürfnisse der User zugeschnitten
- Im neuen Solution Center sind alle Produkte von Covestro zentral einseh- und bestellbar
- Die Customer Experience Factory ermöglicht es, Kundenwünsche und -ideen bei der Weiterentwicklung der Website einzubringen





Relaunch B2B-Online-Shop.

Die KOCH Group AG ist an fünf Standorten in der Schweiz mit über 300 Mitarbeitenden tätig. Das Sortiment des Bauzulieferers umfasst 65.000 Artikel und besteht aus Beschlägen, Werkzeugen, Maschinen und weiteren Produkten.

Die Herausforderung

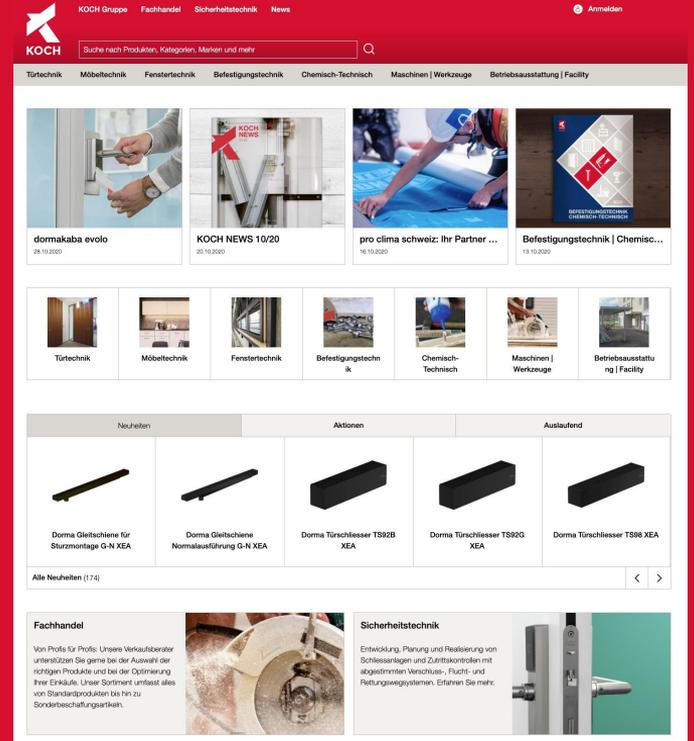
- Neben der Modernisierung des Shops übernimmt Namics den Relaunch des CMS und des PIMs

Unser Ansatz

- Umsetzung auf SAP Hybris
- ERP-Integration und Logistik-Anbindung für automatisierte Bestell- und Auftragsprozesse
- B2B Accelerator und Assisted Service Module
- Responsive Design und komfortable Bedienung

Das Ergebnis

- Pricing-Logik stellt auftragsbezogene Preise sicher
- Optimierter Kundenbereich
- Dank Assisted Service Module können Kunden noch besser im Kaufprozess unterstützt werden
- Neue Shop-Suche erleichtert das Finden von 54.000 Produkten und minimiert Falschbestellungen



Wir haben Ihr Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme!

Ihre New Business Ansprechpartner:

Für Deutschland Benjamin Quitter (+49 69 365 059 0) und
für die Schweiz Dominik Steinacher (+41 44 228 67 77)

newbusiness@namics.com

**Angebot. E-Commerce
Check-Up. Namics.**

A Merkle Company



© Namics AG 2020