

ICONPARC

E-Commerce B2B



PRO LOG



Liebe Leserin, lieber Leser,

erfolgreiche B2B E-Business-Strategien sind interdisziplinäre Unterfangen: Es braucht Beteiligte aus dem gesamten Unternehmen, um die Vorteile der Digitalisierung gewinnbringend nutzbar zu machen – und eine E-Business-Plattform, die diesem übergreifenden Charakter ebenfalls Rechnung trägt. E-Business ist so facettenreich, wie Ihr Unternehmen. Dabei gilt online wie offline: Der Schlüssel zum Erfolg liegt in der Differenzierung vom Wettbewerb. Aus diesem Grund entwickeln wir für Sie eine maßgeschneiderte Lösung, welche die individuellen Stärken Ihres Unternehmens greifbar und erlebbar macht – am Desktop ebenso wie auf Tablets und Smartphones.

B2B Lösungen von ICONPARC sind nachhaltig und erfolgreich! Anhand des Beispiels der Karl Gröner GmbH aus Ulm zeige ich Ihnen, was genau E-Business in einem B2B Kontext bedeutet.

Dieses Beispiel habe ich gewählt, weil wir die Herren Gröner von Beginn an beim Aufbau der E-Business Lösung beraten haben. ICONPARC hat die Gröner B2B E-Business Plattform entworfen und gebaut: Sie ist seit dem Jahr 2002 in Betrieb und dabei - wie all unsere Plattformen - technologisch jederzeit auf dem neuesten Stand. Der nachhaltige Erfolg des mittelständischen Familienunternehmens Gröner zeigt: Es rechnet sich, in Digitalisierung zu investieren, und das bereits bei Unternehmen mit einem Jahresumsatz ab etwa 25 Mio. EUR.

Mein besonderer Dank gilt Bernd Gröner und Dr. Eberhard Gröner für das seit 20 Jahren geschenkte Vertrauen, sowie Frau Lienhart für Ihr herausragendes Engagement in der Pflege der Gröner E-Business Plattform.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre. Über Ihr Interesse und jede Form von Rückmeldung freue ich mich: Rufen Sie mich gerne unter der +49 89 - 15900643 an, oder schreiben Sie mir unter consulting@iconparc.de.

Bis dahin verbleibe ich mit herzlichen Grüßen aus München

Antoine Levy
Dipl.-Ing.
CEO & Owner

INHALT

7	Was ist E-Business? Abgrenzung: B2B vs. B2C
9	Und was davon ist im Internet sichtbar?
11	Eine neue Herausforderung, Produkt vs. Lösung
13	FACTS & FIGURES
15	Die Karl Gröner GmbH
17	Hinter den Kulissen - die Geschäftsführer von Gröner
19	PHASE I - Konzeption
21	Beratung & Strategie
23	UX & Designstudie
25	PHASE II - Umsetzung
27	ICONPARC E-Business Suite
29	Übersicht FRONTEND & BACKEND
31	FRONTEND
33	Full Responsive Design
35	Visibility, Turbo Lead Generator
37	Startseite mit Warengruppen-Layer, Autosuggest
39	Trefferlisten mit Filternavigation, Warengruppen-Übersicht
41	Produktseite - Textil, Produktseite - Systems
43	Produktseite - Folien, Produktseite - Leuchtkasten
45	Produktseite - für alle übrigen Produkte, Produktseite - als PDF
47	Warenkorb, Bestellhistorie
49	Rücksendungen, Rücksendungshistorie
51	Events, Event-Anmeldungen
53	Brand Experience, CMS

55	Database Publishing
57	BACKEND
59	Durchgängig einfaches Bedienkonzept
61	BACKEND
63	Sales Team
65	E-Commerce
67	Catalog & PIM, Search & Filter
69	CMS
71	Middleware
73	Weitere Module
75	Ticketing-Systeme & Dokumentation
77	PHASE III - Betrieb und weiterer Ausbau
79	Entwicklungsmethodik
81	OPEN
83	TestBots
85	Maximale Agilität durch Continuous Delivery
87	Software Updates
89	Migration von Daten
91	Terraformers
93	ICONPARC
95	Dipl.-Inf. Robert Strehlow
97	Dipl.-Ing. Antoine Levy
99	Success Stories

Was ist E-Business?

Da die Abgrenzung von E-Business und E-Commerce häufig unklar erscheint, beginnen wir mit den Begriffsdefinitionen:

Auszug aus Wikipedia zum Begriff E-Commerce:

„Elektronischer Handel, auch Internethandel, Onlinehandel oder E-Commerce, bezeichnet Ein- und Verkaufsvorgänge mittels Internet. [...] Beim elektronischen Handel wird durch Datenübertragung eine unmittelbare Geschäftsbeziehung zwischen Anbietern und Abnehmern abgewickelt. Im weiteren Sinne umfasst der elektronische Handel jede Art von geschäftlicher Transaktion, bei der Internet-Anbieter – auch solche, die keine Handelsunternehmen sind – und Internet-Nachfrager als Transaktionspartner im Rahmen von Leistungsanbahnung, -vereinbarung oder -erbringung elektronische Kommunikationstechniken einsetzen.“

Auszug aus Wikipedia zum Begriff E-Business:

„[...] Demnach bedeutet E-Business, die integrierte Ausführung aller automatisierbaren Geschäftsprozesse eines Unternehmens mit Hilfe von Informations- und Kommunikationstechnologie.“ Diese Definition zeigt, dass sich E-Business zum einen auf Transaktionskosten durch die Integration der Geschäftsprozesse und zum anderen auf die Durchlaufzeit bzw. Übertragungskosten durch die Automatisierung auswirkt. Da Integration aber zunächst auf der organisatorischen Seite stattfindet und diese dann mit Hilfe von IuK-Technologien, soweit technisch realisierbar, automatisiert werden kann, ist eine erfolgreiche Durchführung von E-Business an organisatorische Anpassungen, wie die Prozess-, die Aufgaben- und die Datenintegration, gebunden. Demnach kann E-Business die Erfolgspotentiale zwar generieren, aber sie können nur durch die Umstrukturierung organisatorischer Abläufe abgerufen werden. [...]“

E-Commerce ist ein Subset von

E-Business

Was unterscheidet B2B E-Business von seinem B2C Pendant?

	B2C	B2B
Registrierung	freiwillig	zwingend, samt Prüfungsprozess
Kunde	Privatperson	Firma mit Ansprechpartnern, zum Teil > 100
Login	freiwillig	zwingend
Fokus auf	Brand-Experience, Umsatz	Leads, Umsatz
Entscheider	Einzelperson	Gruppe
OCI	nein	Anbindung an ERP-Systeme des Kunden
EDI	nein	Anbindung an Beschaffungslösungen der Kunden
Kundenbeziehung	kurzfristig	nachhaltig und langfristig
Kundenziele	günstigster Preis	Effizienzgewinnung
Verkaufszyklus	einfach und schnell	komplex und langwierig
Kataloge	für alle identisch	kunden-individuelle Sortimente
Preisgestaltung	für alle identisch	kundenindividuell
Preisermittlung	keine	Ad-Hoc Ermittlung aus dem ERP
Verfügbarkeiten	ja oder nein	Echtzeit-Ermittlung: Wann sind welche Mengen wo verfügbar
Lieferzeiten	für alle identisch	kundenindividuell
Sammelwarenkörbe	nein	ja
Rechnungs- und Lieferadressen	wenige, meist nur eine	Teilweise > 100 Lieferadressen je Kunde
Freigabeprozesse	nein	ja
Kommissionierung	nein	ja
Bestellmenge	< 3 Bestellpositionen	> 100 Bestellpositionen
Versandkosten	einfache Berechnung	Berechnungen bzw. individuelle Konditionen
Zahlungsziele	für alle gleich	individuelle Vereinbarungen
Angebote	für alle identisch	kundenindividuell
Aktionen	für alle identisch	Kundengruppen spezifisch
Zuordnung von Vertriebsperson zu Ansprechpartner	nein	ja
Schnittstellen (Anbindungen an andere IT Verfahren)	ERP (einfach)	ERP (komplex), PIM und CRM
Kunden-spezifisch konfigurierbare Auswertungen	nein	ja
Integration von CRM	nein	ja
Newsletter	meist identisch	kundenindividuelle Sortimente, Aktionen und Preise, Kundengruppen segmentiert

Und was davon ist im Internet sichtbar?

Ganz einfach. Fast nichts.

Der Großteil der E-Business Prozesse, Schnittstellen, Daten-Aufbereitungen und Verwaltungsmöglichkeiten liegt im BACKEND, das aber für Kunden - und Neugierige - nicht zugänglich ist. Die wahre Komplexität einer B2B Lösung ist demnach im FRONTEND bestenfalls teilweise sichtbar. Das macht die Auswahl des passenden Partners nicht gerade einfacher.

Darum zeigen wir Ihnen in Demos auch unsere BACKEND Systeme: Hier wird deutlich, wie komplex eine Lösung ist.



Eine neue Herausforderung

Produkte und viele Dienstleistungen sind inzwischen so austauschbar, dass in der Praxis häufig der Preis über den Zuschlag entscheidet. Doch zum geringsten Preis anzubieten, ist auf Dauer keine Gewinnerstrategie – zumindest nicht für die Mehrheit der Anbieter. Dabei gibt es einen vielversprechenden strategischen Ausweg: Um substanziell Neukunden zu gewinnen – und ebenso zur Optimierung der Bindung von Bestandskunden – eröffnet sich im Bereich digitaler Services ein weites Betätigungsfeld zur Differenzierung von Wettbewerbern.

Im 21. Jahrhundert entscheidet primär Digitalisierungskompetenz über die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen!

Umso mehr verwundert eine weit verbreitete Haltung, die sich so zusammenfassen lässt:

Wozu digitalisieren?

Ich sehe doch, dass meine Mitbewerber auch nicht weiter sind!

Eben nicht!

Was im Internet sichtbar ist, ist nur das FRONTEND, die Spitze des Eisbergs. Zudem sind B2B Portale in der Regel abgeschottet und damit nicht ohne Login und Passwort zugänglich. Somit lassen sich insbesondere Art, Umfang und Niveau der im FRONTEND oder im Hintergrund - im sogenannten BACKEND - ablaufenden Automatisierungen und Prozesse nicht einschätzen. Auch B2B APPs liegen in einem geschützten Bereich, so dass Ihnen Fortschritte Ihrer Mitbewerber bei der Digitalisierung nicht zur Kenntnis gelangen.

Und so werden Märkte verteilt, still und leise. Ohne dass Sie es mitbekommen. Und wenn ... dann ist es oft zu spät.

Wo früher Firmen den Markt beherrschten, und Kunden Produkte vor die Nase gesetzt haben, hat sich das Blatt durch die Digitalisierung auf disruptive Weise gewendet: Die immer stärker ins Wirtschaftsleben drängenden Digital Natives sind nahezu durchgängig online und erwarten ...

Ich, alles und jetzt!

Wer sich darauf nicht einstellt, verliert den Anschluss - und diese Kunden.

Wir sind der Meinung, dass sich Kunden langfristig nicht über digitale Anwesenheit, sondern über digitale Prozesse binden lassen.

Produkt vs. Lösung

Für uns und unsere Kunden ist Digitalisierung kein Selbstzweck, sondern ein mächtiges Instrument für Marketing und Vertrieb - mit messbaren Resultaten wie beispielsweise dem Umsatz. Digitalisierung mittels eines Software-Produkts ist eine taktische Herangehensweise. Digitalisierung mittels einer Lösung erlaubt es hingegen, viele taktische Maßnahmen mit einer übergreifenden Strategie zu verzahnen. Lösungen von ICONPARC stehen für einen umfassend integrierten Ansatz, der strategischen Charakter besitzt. Alle abgeleiteten Maßnahmen fließen auf der operativen Ebene in Leistungsmerkmale der jeweiligen Lösung ein – und tragen auf diese Weise zum Gelingen bei.

Wir entwickeln Lösungen zu komplexen Fragestellungen. Derart interdisziplinäre Vorhaben sind nur im Team bzw. mit einer Kombination außergewöhnlicher Begabungen realisierbar. ICONPARC bündelt die Talente und Erfahrung von mehr als 20 Software-Entwicklern, die zum größten Teil seit über 10 Jahren – teils seit über 15 Jahren – bei uns arbeiten.

Als konstitutive Merkmale von Lösungen gelten lt. Wikipedia:

- Kombination: Eine Kundenlösung besteht aus mehreren, verschiedenartigen und miteinander in Beziehung stehenden Dienstleistungen und Produkten, oder Dienstleistungen und Dienstleistungen. Durch diese Kombination besitzt eine Lösung ein hohes Maß an Problemlösungspotenzial, d. h., sie kann ein

komplexes Kundenproblem lösen. Bei einem einzelnen Produkt oder einer einzelnen Dienstleistung handelt es sich nicht um eine Lösung, da diese isolierten Leistungen kein komplexes Problem lösen können.

- Integration: In einer Lösung sind die Produkte und Dienstleistungen aufeinander abgestimmt, so dass sie sich technisch und funktional zu einem Ganzen zusammenfügen. Dieses bezeichnet man als interne operationale Integration. Zudem ist eine Lösung auf die Gegebenheiten und Anforderungen im Kundenunternehmen ausgerichtet. Dieser Umstand wird als externe Integration bezeichnet.
- Individualisierung: Eine Lösung ist auf die Anforderungen eines einzelnen Kunden angepasst. Die Individualisierung betrifft in erster Linie die Erstellung bzw. Auswahl und die Zusammensetzung der Leistungsbestandteile, jedoch z. B. auch die Preisfestsetzung.

Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen die Entstehung und Leistungsmerkmale der für das mittelständische Unternehmen Gröner entwickelten B2B E-Business Lösung vor: Bereits im FRONTEND zeigt sich, wie mittels Customization hochgradig individualisierte produktspezifische Darstellungen und Bediensystematiken entstanden sind. Mit einem Produkt von der Stange wäre dies nur sehr eingeschränkt möglich – zulasten der Akzeptanz bei Kunden.

FACTS & FIG URES

Zahlen, Daten, Fakten zur Karl Gröner GmbH



GRÖNER

FACHHANDEL FÜR WERBETECHNIK

📈 **27,3 Mio. € Umsatz**

📊 **71 % Online Umsatz**

📦 **120.000 Produkte**

👥 **110 Mitarbeiter**

Die Karl Gröner GmbH ist ein traditionsreicher Fachhändler für Werbetechnik. Zum umfangreichen Sortiment des Familienunternehmens aus Ulm zählen rund 120.000 Artikel aus den Bereichen Folien, Siebdruck, Werbetextilien und Deko-Systeme sowie Digital Services und Großgeräte-Systemlösungen.

Hinter den Kulissen

Dr. Eberhard & Bernd Gröner
Geschäftsführer der Karl Gröner GmbH

"Ohne unsere B2B E-Business Plattform wäre das Großhandels-Business in unserer Branche heute praktisch nicht mehr leistbar. Die eigenständige, flexible Anpassung der Sortimente, eine extrem performante Preis- und Verfügbarkeitsprüfung auf Basis individueller Kundenkonditionen und nicht zuletzt die allumfassende Produktinformation, die zu der hohen Akzeptanz der Plattform beigetragen hat, bestärken uns auch nach über 20 Jahren Livebetrieb in der Meinung, mit ICONPARC den richtigen Partner im Dschungel der E-Business-Anbieter und -Entwickler gefunden zu haben."



PHASE I

Erfolgreiche Lösungen gelingen dank 24-jähriger Erfahrung - stets messbar, insbesondere anhand der Online-Umsätze.



Beratung & Strategie

**Nur wer seinen eigenen Weg geht,
kann von niemandem überholt
werden.**

Marlon Brando

Wir holten Geschäftsleitung, Vertrieb und Marketing an einen Tisch. In vier Workshops erarbeiteten wir gemeinsam eine erfolgversprechende Strategie.

Das Ergebnis war eine 96-seitige Spezifikation (Lasten- und Pflichtenheft) inkl. zahlreicher Abbildungen, Tabellen und Anlagen.



UX & UI Designstudie

Wir präsentierten der Gröner Geschäftsleitung verschiedene Designentwürfe, in deren Fokus von Beginn an der Gedanke stand, Kunden und Interessenten eine angenehme Benutzererfahrung (UX = User Experience) zu bieten.

Alle Designs wurden zunächst in Adobe Photoshop bzw. mittels der Affinity Suite erarbeitet. Im zweiten Schritt entstand für das Wunschdesign ein HTML/CSS/JS-Prototyp, der auf allen Endgeräten getestet und iterativ verfeinert wurde.

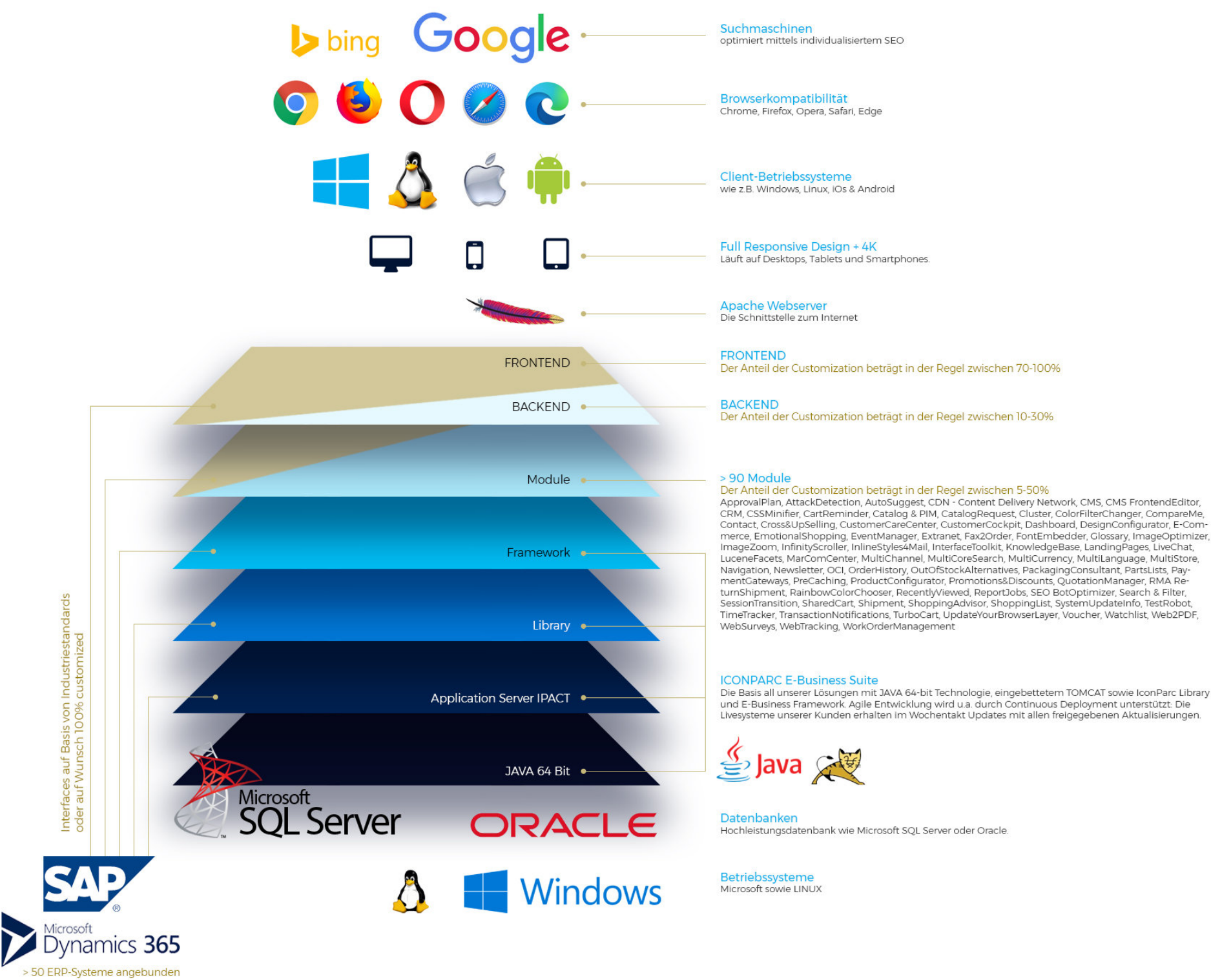
PHASE II

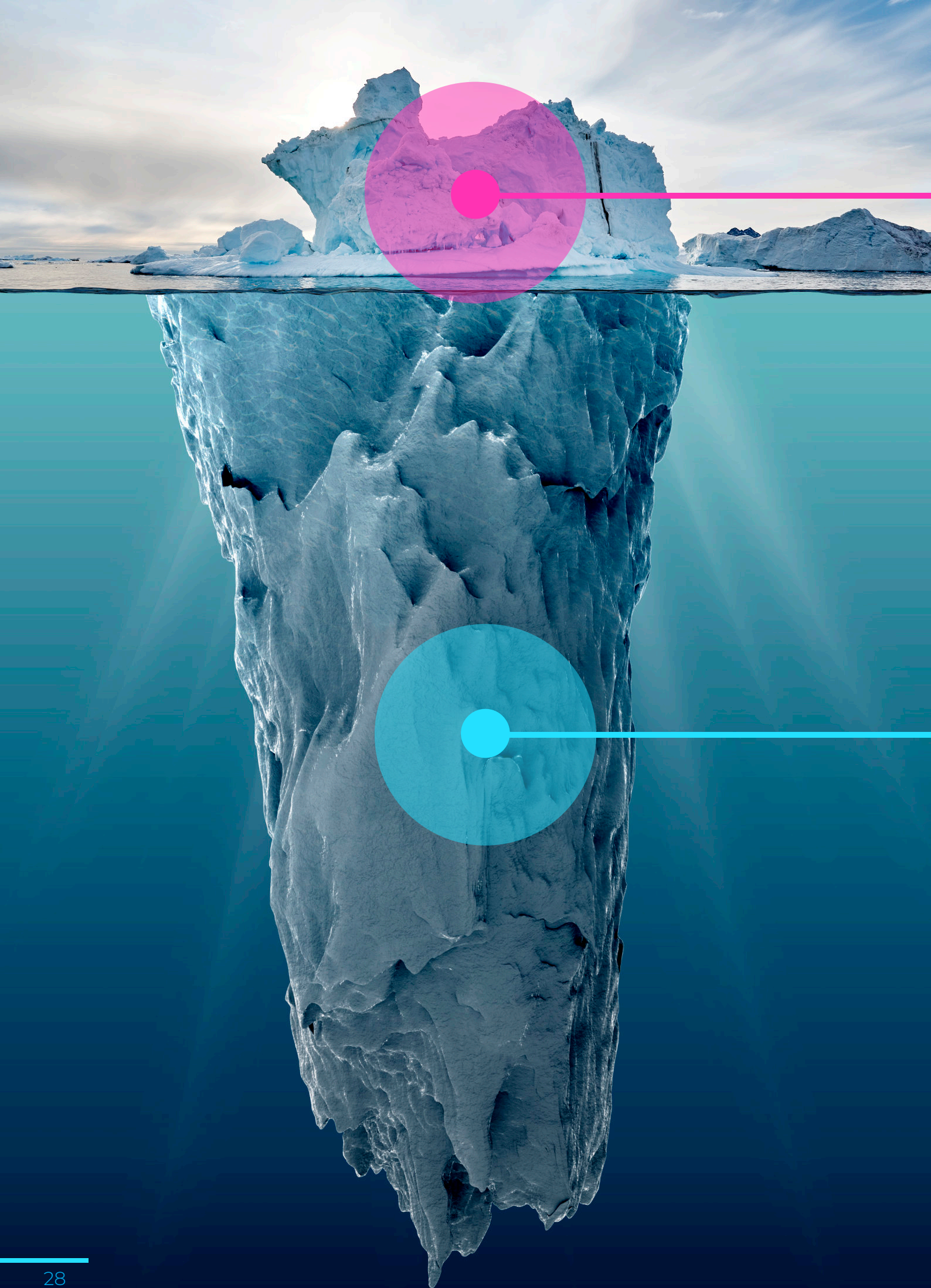
Anschließend erfolgte innerhalb von 6 Monaten die Implementierung mit allen Schnittstellen
Nach zweimonatiger Testphase in der Staging Umgebung ging die B2B Lösung dann Live.

ICONPARC E-Business Suite

Multi-Layer Architektur

Die modulare ICONPARC E-Business Suite ist die Basis für erfolgreiche B2B E-Business Lösungen. Sie zeichnet sich durch einfache Erweiterbarkeit, Flexibilität sowie hohe Performance aus. Das standardmäßig mitgelieferte Framework bildet die Grundlage für alle Module und ist zu den gängigen Betriebssystemen wie Windows und Linux kompatibel. Der Kern besteht aus einer Hochleistungsdatenbank (Database) wie z.B. Microsoft SQL Server oder Oracle, dem ICONPARC Application Server (IPACT) sowie einer umfangreichen Bibliothek (Library), die täglich wächst. Seine hohe Performance verdankt das System insbesondere dem Java Application Server (64 Bit), der zusammen mit einem Apache Webserver die Schnittstelle zum Internet bildet. Alle auf dieser Basis realisierten Anwendungen sind vollständig per Webbrowser bedienbar. Zusätzliche Client-Installationen entfallen daher. Die Library bietet umfangreiche Funktionalitäten, die allen Modulen zur Verfügung stehen und deren nahtlose Integration ermöglichen. Die Module decken vielfältige Anwendungsszenarien ab und können wahlweise durch weitere Module ergänzt werden. Mit Hilfe der integrierten Entwicklungsumgebung lassen sich nachträgliche sowie individuelle Erweiterungen und Anpassungen innerhalb kürzester Zeit umsetzen. Dadurch profitiert Ihr Unternehmen schnell von veränderten Marktgegebenheiten.





FRONTEND

anhand des Beispiels von **GRÖNER**



BACKEND





Die Spitze des Eisbergs, das

FRONTEND

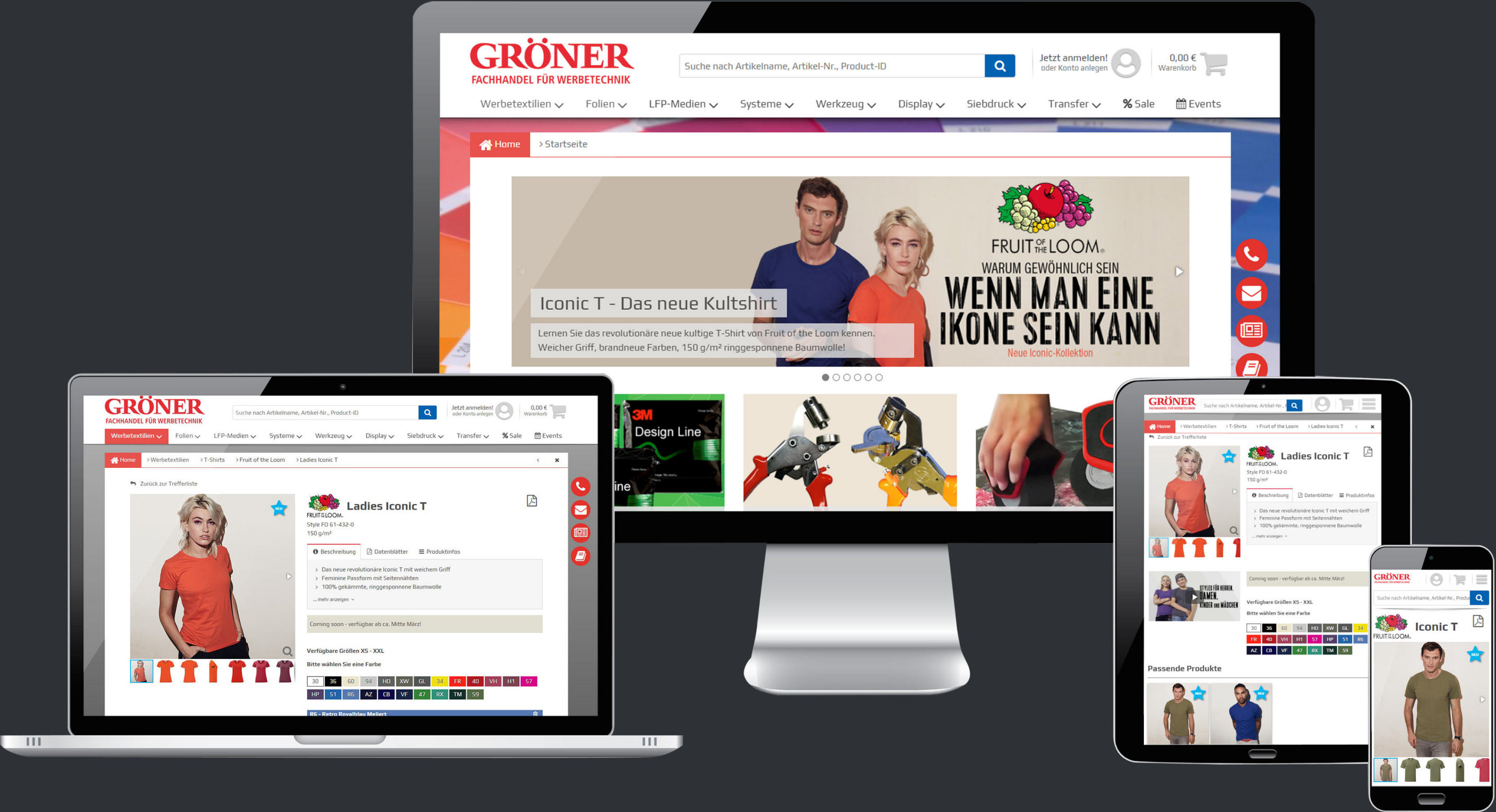
Die im Anschluss aufgeführten Seitenszenarien sind im FRONTEND vorhanden. Die Inhalte sämtlicher Seiten, bestehend aus personalisierbaren Dokumenten und Beiträgen, werden bei jedem Klick dynamisch erzeugt. Eine intelligente Caching Systematik sorgt für beste Performance bei der Seitenauslieferung. Bereits Gast-Besuchern stehen unter www.groener.de rund 11.000 Seiten zur Verfügung.

- Startseite
- Warengruppenseiten
- Suche mit AutoSuggest
- Trefferlisten mit Filter und Infinity Scroll
- Produktseiten für unterschiedlich strukturierte Produktarten und Stücklisten
- Zoom-Funktion für Bilder als Layer
- Druckansicht mit spezifisch designten PDF-Seitenvarianten
- Cross-und Up-Selling
- Zuletzt angesehene Produkte
- Angebote
- Anfragen
- Aktionen
- Neuheiten
- Markenseiten
- Redaktionelle Seiten in Form von Dokumenten (min. 10 Vorlagen für unterschiedliche Zwecke)
- Redaktionelle Beiträge, welche personalisierbar und beliebig oft auf anderen Seiten platzierbar sind (min. 20 Vorlagen für unterschiedliche Zwecke)
- Warenkorb-Layer; Warenkorb-Detailseite
- Freie Bestellungen via Direkteingabe bzw. Excel-Upload
- Check-out Prozess-Seiten: Übersicht; Prüfen; Auftrag übergeben
- Kontaktformular
- Login; Registrierung
- Bestellhistorie: Suche & Bestellansicht mit QuickFill Feature
- Meine persönlichen Daten & Firmendaten, je nach Berechtigung (neu / ändern / löschen)
- Meine Adressen (neu / ändern / löschen)
- Passwort vergessen; Passwort ändern
- Newsletter bestellen / abbestellen
- Retouren-Übersicht & Retouren-Details (RMA-Prozess)

Auf den folgenden Seiten zeigen wir Ihnen ausgewählte Beispiele aus der Lösung www.groener.de, welche exakt nach der Designstudie gebaut wurde...

Full Responsive Design

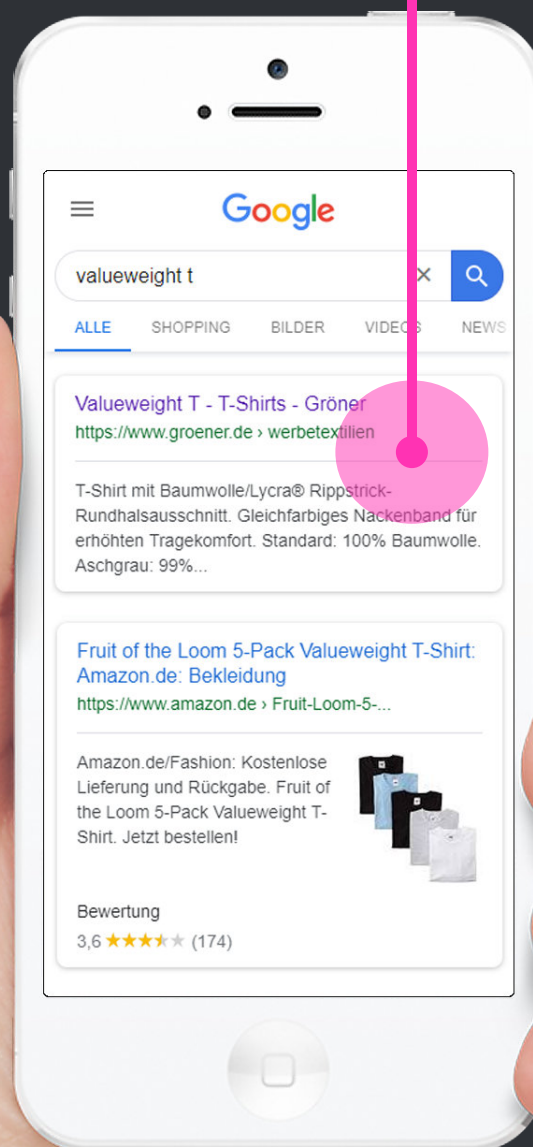
Alle Seitenszenarien sind für die gängigen Browser und Endgeräte optimiert.



Visibility

Viele Jahre Erfahrung mit Optimierungen für Google & Co.
werden mit attraktivem Ranking belohnt.

Erster!

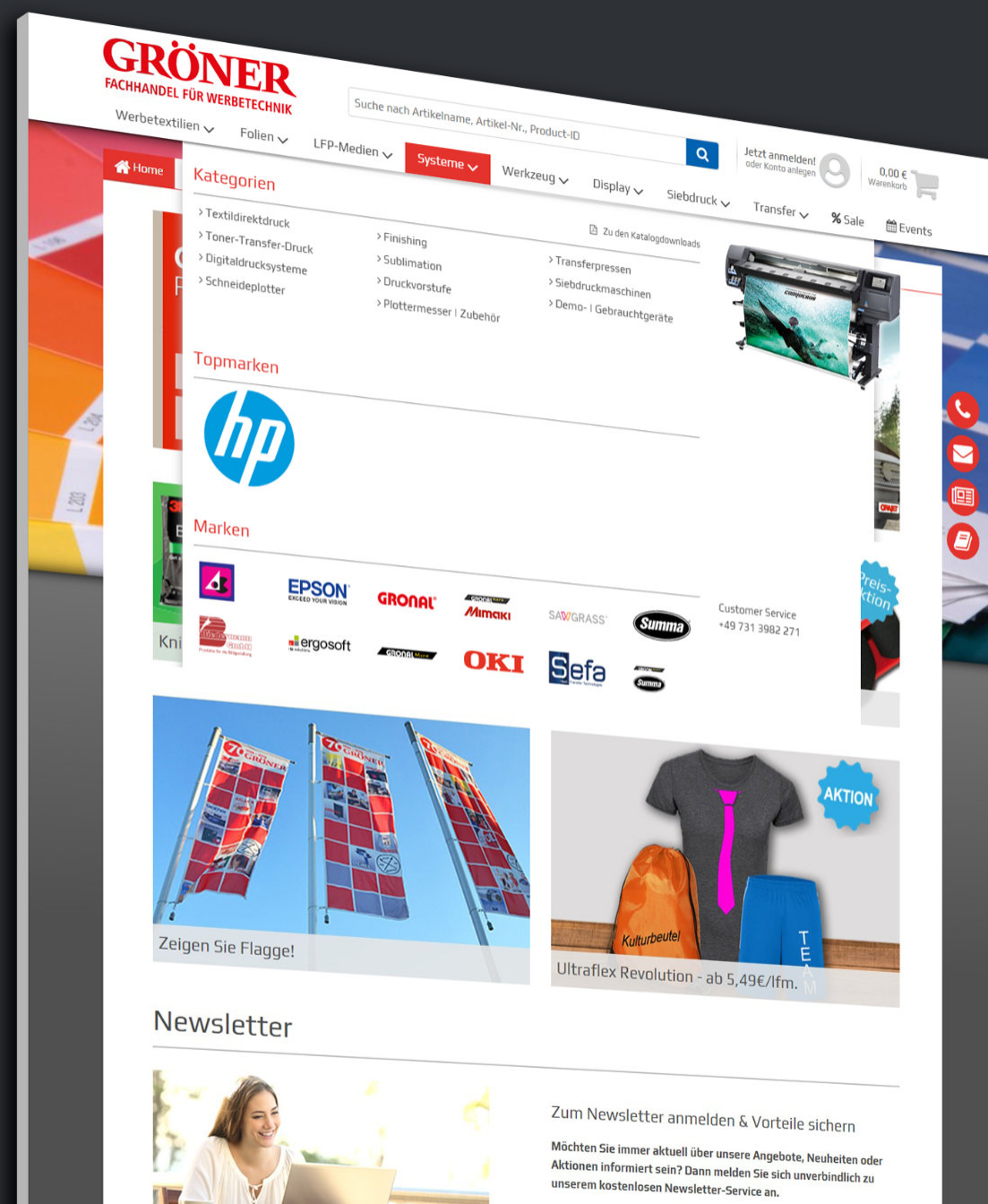


Turbo Lead Generator

Weil Besucher im B2B Umfeld meist erst dann Preise sehen, sobald sie sich angemeldet haben, ist die E-Business Lösung außerdem das wesentliche Instrument zur Lead Generierung. Ein Gutschein für Erstbesteller macht viele registrierte Interessenten direkt zu Käufern.

Startseite mit Warengruppen-Layer

Auf der übersichtlich gestalteten Startseite machen redaktionelle Teaser neugierig auf Schwerpunkt-Themen. Elemente, die auf sämtlichen Seiten zur Verfügung stehen, sind im Headerbereich (Suche, Sortimentsnavigation, Kundenkonto, Warenkorb) bzw. außen rechts (Ansprechpartner, Kontaktaufnahme, Newsletter, Katalog-Downloads) angeordnet.

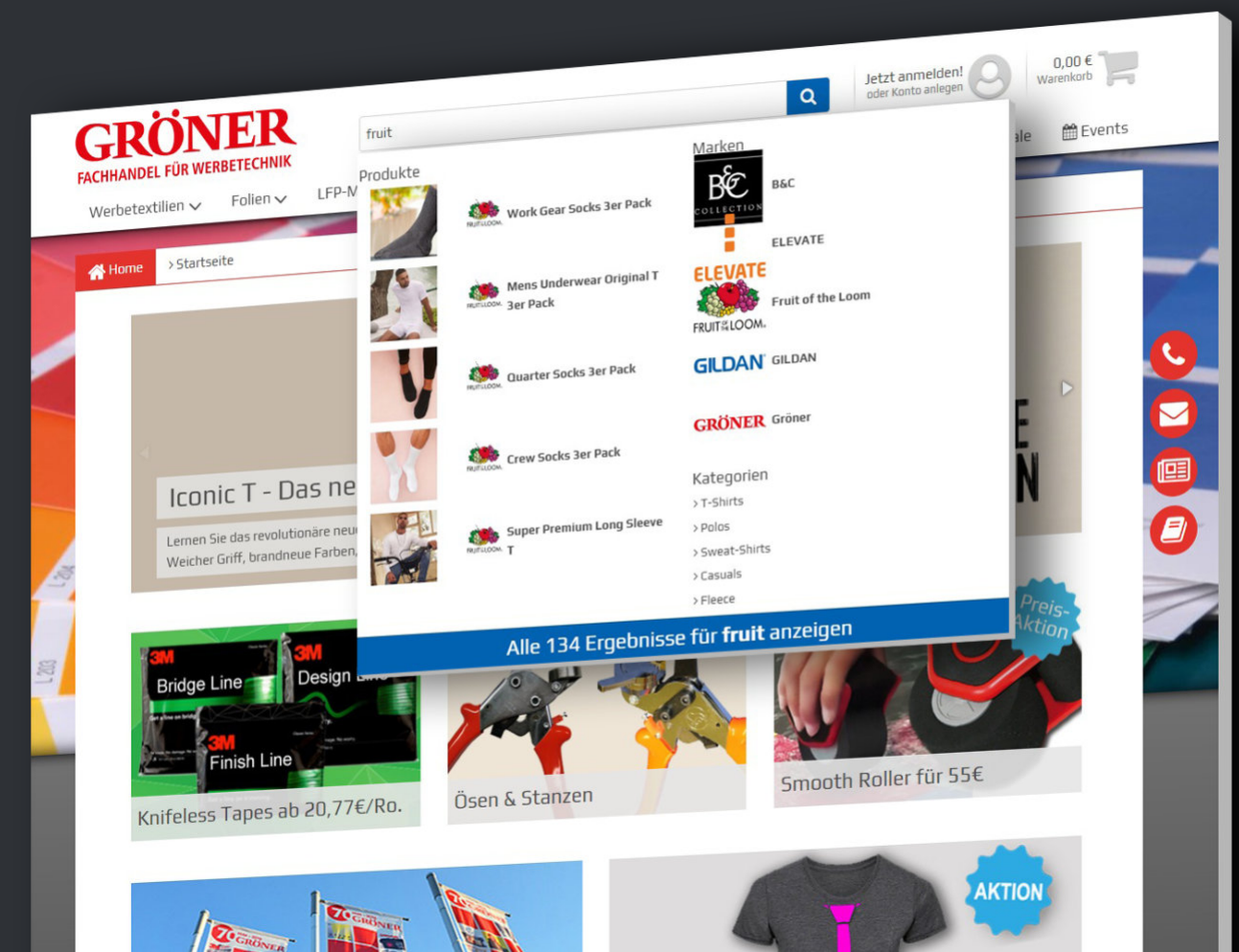


AutoSuggest

Bereits nach dem Eintippen weniger Zeichen in das zentral platzierte Suchfeld erscheinen Treffer-Vorschläge, wobei Produkte, Marken und Warengruppen berücksichtigt sind. Falls die Vorschläge noch nicht das Gesuchte beinhalten, lässt sich mit einem Klick die Liste aller Treffer öffnen. Der Seiten-Footer bietet Einsprungpunkte für viele übergreifende Themen (Impressum, Datenschutz, Versandkosten, uvm.).

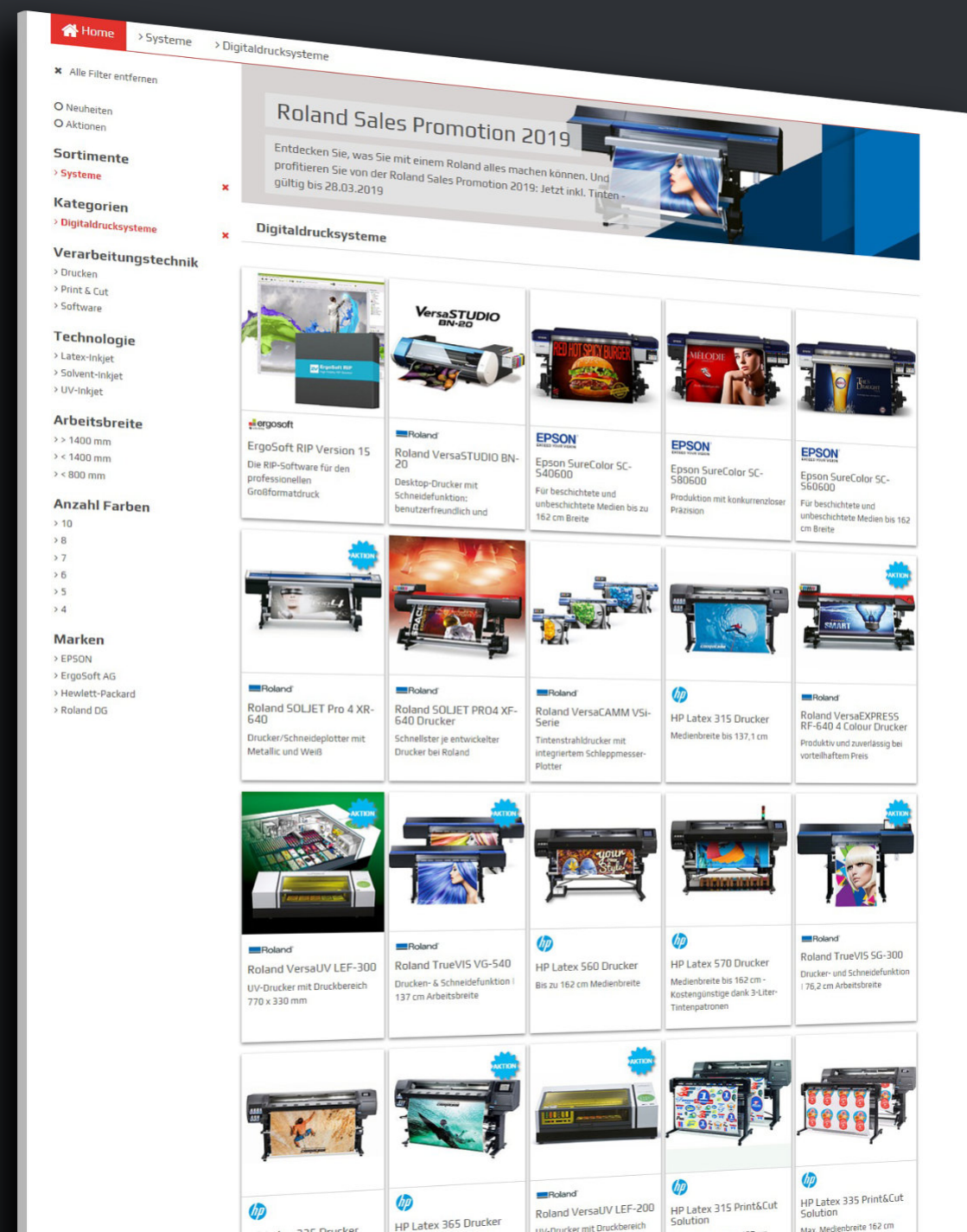
Der große Clou: Die beeindruckende Performance!

Greifen Sie in weniger als 100 ms auf 60.000 Artikel zu!



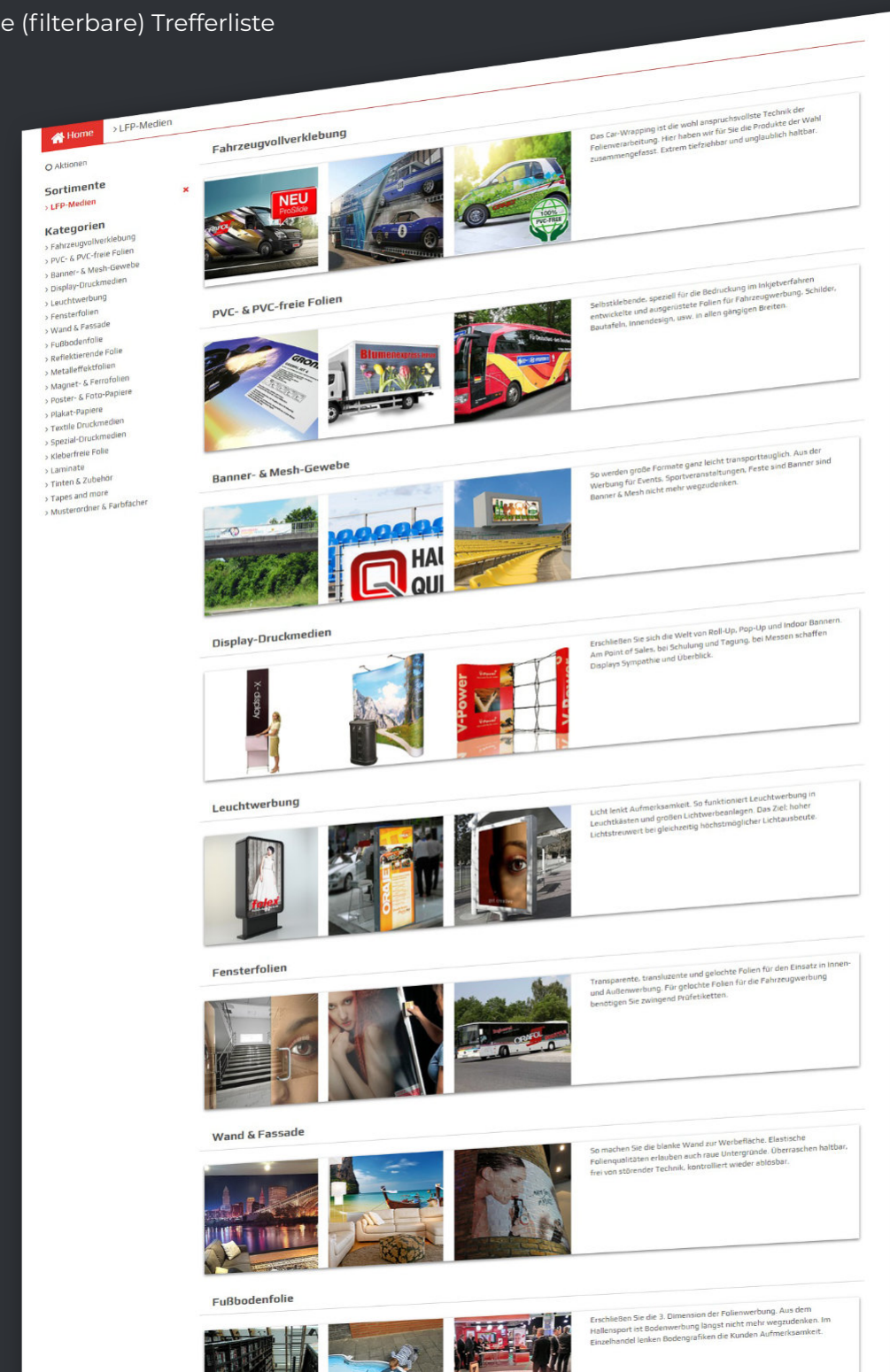
Trefferlisten mit Filternavigation

Beim Einstieg über die Suche dienen Filter als After-Search-Navigation – damit lässt sich die Trefferliste bequem auf die gewünschten Produkte einschränken. Blättern ist übrigens nicht erforderlich: Die Trefferliste ist mit InfinityScroll ausgestattet, das heißt sie lädt weitere Treffer einfach nach, sobald der Besucher beim vertikalen Scrollen in die Nähe des Seitenendes gelangt.



Warengruppen-Übersicht

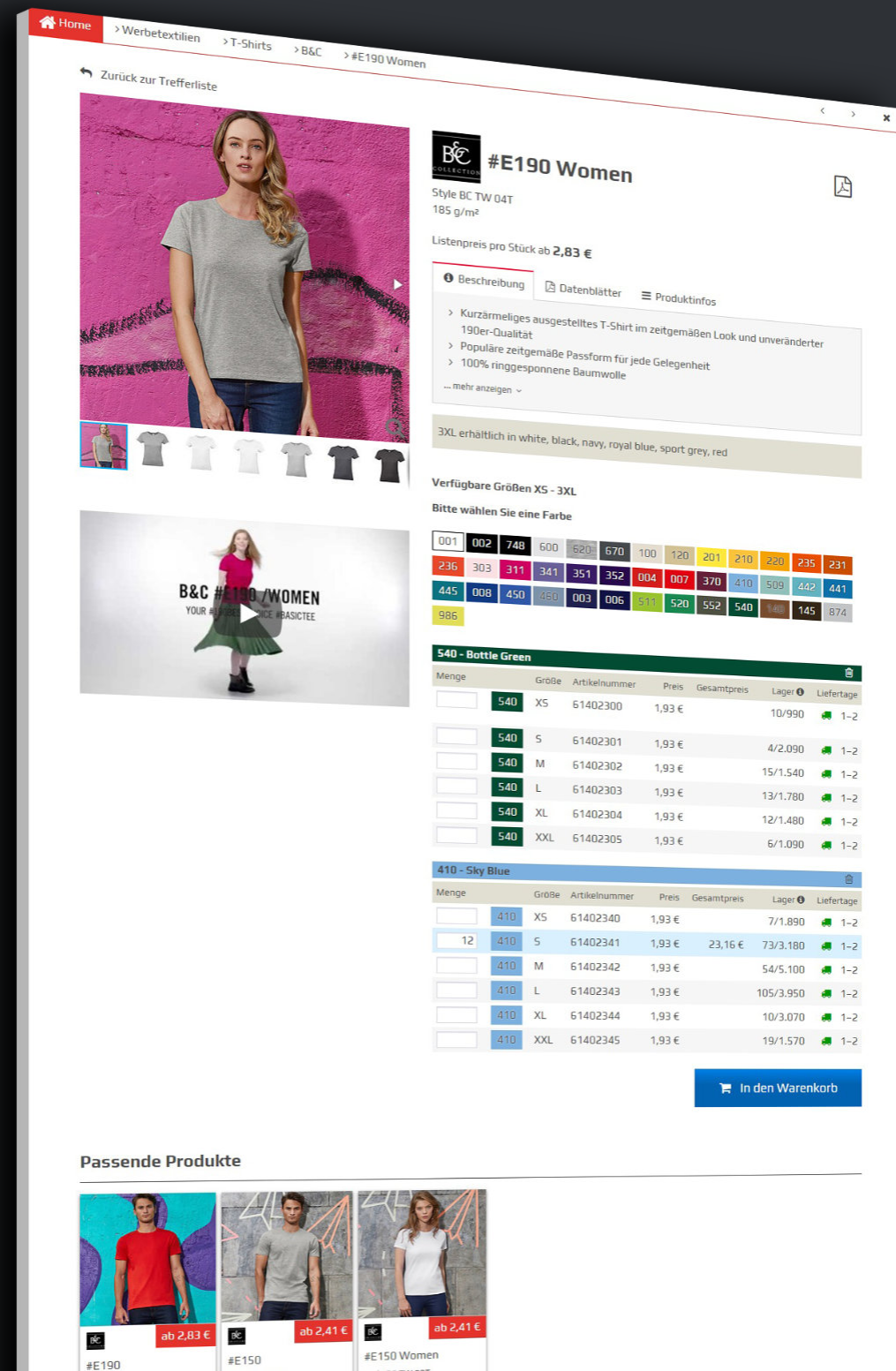
Beim Einstieg über ein Sortiment aus der Hauptnavigation (im Beispiel: „LFP-Medien“) lädt die mit Abbildungen und zusätzlichen Erläuterungen versehene Übersichtsseite zum Stöbern ein: Der Besucher erfährt Wissenswertes zu allen Unterkategorien des gewählten Sortiments. Nach Auswahl einer Kategorie erscheint wiederum die dazu passende (filterbare) Trefferliste



Produktseite - Textil

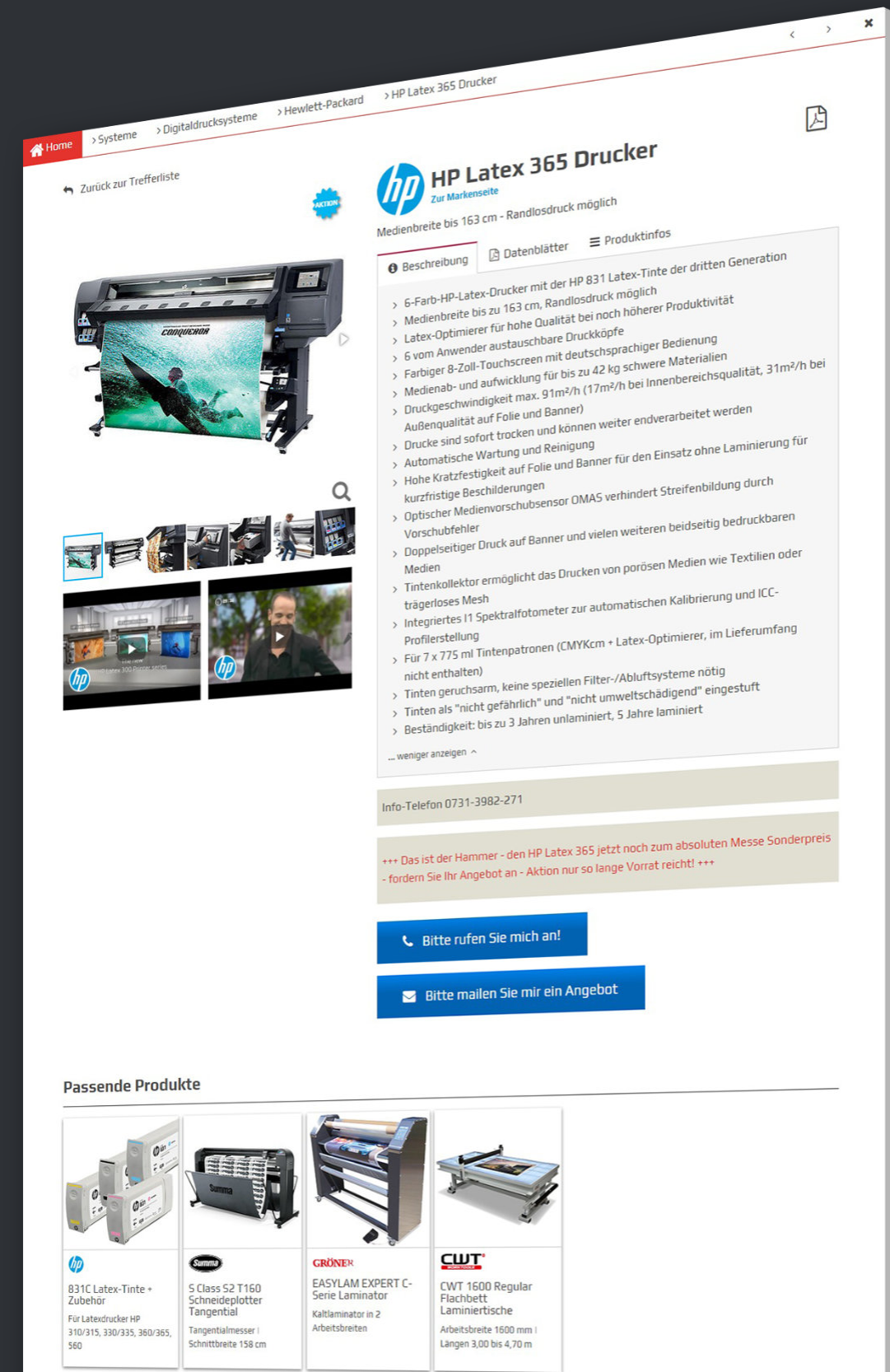
Bild-Slider mit allen Farbvariationen (zoombar); Beschreibung & Datenblätter; Farbauswahl: Bei Klick auf eine Farbe erscheint – ohne Reload der Seite – ein Formularteil mit dem Größenlauf; Preise, Lagermengen (Gröner und Lieferant),

Lieferzeit werden ad hoc ermittelt;
Übernahme aller gewünschten Farb-/
Größen-Varianten in einem Schritt in den
Warenkorb.



Produktseite - Systems

Erklärungsbedürftige Produkte können nicht direkt bestellt werden. Stattdessen wird ein einfacher Kontakt zu einem versierten Berater im Hause Gröner ermöglicht; alternativ kann ein Angebot angefordert werden. Am Seitenende sind Produktalternativen dargestellt.



Produktseite - Folien

Strukturell ähnlicher Aufbau wie die Produktseite im Textilbereich, jedoch mit folgenden Abweichungen: Filterbarer Farbbereichs-Slider zur Reduzierung der sehr umfangreichen Farbauswahl auf ein handhabbares Maß; Formularteil mit abweichenden Merkmalen („Breite“ statt „Größe“) und anderer Bestellmengeneinheit („Meter“ statt „Stück“).

Home>Folien>Plotterfolie & Klebefolie>ORAFOL>ORACAL 751C High Performance Cast

Zurück zur Trefferliste



ORAFOL

ORACAL 751C High Performance Cast

8/7/5/3 Jahre | 0,06 mm | Cast-PVC | glanz | Fahrzeug- u. Verkehrsmittelwerbung

Beschreibung

Datenblätter

Produktinfos

> Gegossene PVC-Folie (Stärke: 0,06 mm)

> Zur Herstellung hochwertiger, langfristiger Fahrzeug- und Verkehrsmittelwerbung

> Ausgezeichnete Haltbarkeit und Dimensionsstabilität auch in Sicken und über Nieten

... mehr anzeigen

Preis je lfm. | Staffelpreise ab 50 lfm.

Auf Farbnamen oder Farbnummern filtern

Schwarzblau-532	Alphablau-588	Heidelbeerblau-590	Stahlblau-518
Mitternachtsblau-591	Dunkelblau-050	Ultramarinblau-058	Tiefblau-537
Kobaltblau-065	Königsblau-049	Marineblau-592	Markantblau-593
Brilliantblau-150	Mittelblau-536	Clematisblau-510	Blau-067
Blaugrün-595	Verkehrsblau-057	Meeresblau-509	Signalblau-508
Petrol-608	Türkisblau-066	Türkis-054	Pastelltürkis-599
Türkisgrün-607	Azurblau-052	Capriblau-507	Euroblau-517
Gletscherblau-555	Hellblau-053	Lichtblau-056	Pastellblau-594
Enzianblau-051	Taubenblau-549		

Stahlblau-518

Meter	Breite	Artikelnummer	Preis	Gesamtpreis	Lager	Liefertage
	518	126 cm	30320203	10,34 €	49	1-2
	518	63 cm	30320603	5,22 €	133	1-2
5	518	50 cm	30320503	2,77 €	13,85 €	85 1-2

Gelbgrün-064

Meter	Breite	Artikelnummer	Preis	Gesamtpreis	Lager	Liefertage
	064	126 cm	30320264	10,34 €	130	1-2
12	064	100 cm	30320164	5,49 €	65,88 €	81 1-2
	064	63 cm	30320664	5,22 €	95	1-2
	064	50 cm	30320564	4,14 €	15	1-2

In den Warenkorb

42

Produktseite - Leuchtkasten

Beispiel aus dem Teilsortiment „Display“:
Zusätzlich zu Beschreibung und Datenblättern sind erklärende Videos eingebunden; spezifische Varianten-dimensionen (Höhe und Breite) führen nach Auswahl der gewünschten Werte zum Formularteil; am Ende der Seite werden wiederum Produktalternativen zur Wahl gestellt.

Home>Display>Leuchtwerbung>GRONAL>Leuchtkasten mit Scheibe einseitig

Zurück zur Trefferliste



GRONAL

Leuchtkasten mit Scheibe einseitig

Leuchtkasten mit stabilem Alu-Profil

Beschreibung

Datenblätter

> Stabiles Aluminium-Profil mit aufgehängter, weiß durchgefärbter Acrylglasscheibe

> Komplett anschlussfertig inkl. handelsüblichen Leuchtstoffröhren

> Tiefe 150 mm

> Aus wetterfestem Aluminium

> Aluminiumprofil umlaufend 3-5cm (je nach Größe des Kastens)

> Sichtbare Fläche verringert sich umlaufend um oben angegebenes Profilmaß

> Zwischengrößen bitte per Mail bestellen.

> Optional: LED-Ausleuchtung (Zusatzkosten ca. 165 Euro/m²)

> Preis je Stück

... weniger anzeigen

Versandkosten 15,- €/Leuchtkasten (innerhalb BRD). Kostenpauschale Lieferung über 300 cm Breite: Versandkosten 40,- €/Leuchtkasten!

Bitte wählen Sie Ihre Größe

Bei Zwischengrößen immer den Preis des nächstgrößeren Standard-Leuchtkastens verwenden!

Höhe auswählen

400

500

600

700

800

900

1000

1100

1300

1400

1600

1700

1800

1900

2000

Breite auswählen

500

600

700

800

900

1000

1250

1550

2000

2500

3000

3500

4000

4500

5000

5500

6000

Menge	Artikelnummer	Preis	Gesamtpreis	Lager	Liefertage
HxB 700x1250		10151357	223,56 €	0	3-5

In den Warenkorb

43

Produktseite - für alle übrigen Produkte

Für die jeweils zu einem Produkt gruppierten Artikel wird ein einfaches Bestellformular dargestellt, beispielsweise für die unterschiedlichen Größen eines Stand-Displays.

Home

> Display

> Roll-Up & Bannerhalter

> GRONAL

> Roll-Up Deluxe

Zurück zur Trefferliste





GRONAL Roll-Up Deluxe

Klemmschienen unten und oben

Beschreibung

Datenblätter

> Banner-Displayhalter mit Kassetten-Funktion

> Teleskopstange mit „Easy-Klipp-System“

> Höhenverstellbar 160 bis 225 cm

> Einseitige Werbefläche

> Inklusive Transporttasche

> Sichtmaß: 1560 variabel bis 2200 mm

> Druckmaß: 1720 bis 2360 mm

... weniger anzeigen

Preis je Stück | Lieferung ohne Banner

Digitaldruck bestellen: Senden Sie uns Ihre druckfähigen Daten auf digitaldruck@groener.de (unter Angabe der Webshop-Auftrags-Nummer)

Menge	Artikelnummer	Preis	Gesamtpreis	Lager	Liefertage
85 cm					
1	10148271	79,00 €	79,00 €	57	1-2
100 cm					
1	10148270	96,00 €	96,00 €	20	1-2
Digitaldruck 85 cm					
1	80437280	39,98 €		0	3-5
Digitaldruck 100 cm					
1	80437281	44,82 €		0	3-5

In den Warenkorb

Passende Produkte



GRONAL

Roll-Up Deluxe

Digitaldruck für Roll-Up Deluxe



GRONAL

Roll-Up Eco silver

Cllic/Stick



folex

Premium Roll-Up SI 164

Brillante Farbwiedergabe |



folex

Premium Textured Roll-Up SI 466

Schnelle Trocknung | 0,175 mm



folex

Premium Textured Roll-Up SI 466

Schnelle Trocknung | 0,175 mm

Produktseite - als PDF Download

Jede Produktseite kann direkt als PDF Dokument heruntergeladen werden. Dabei sind die wesentlichen Produkt-Informationen übersichtlich dargestellt, so dass das Angebot der Firma Gröner auch offline einen guten Eindruck macht.

BC COLLECTION

#E190 Women

Style BC TW 04T 185 g/m²









> Kurzärmeliges ausgestelltes T-Shirt im zeitgemäßen Look und unveränderter 190er-Qualität

> Populäre zeitgemäße Passform für jede Gelegenheit

> 100% ringgesponnene Baumwolle

> Schlauchförmiger Schnitt für mehr Bewegungsfreiheit

> Schmäler Kragen aus Rippstrick für einen modernen Look

> Kragenband im Nacken für ein cleanes Finish

> DuoConcept, 40 gleiche Farben für Damen & Herren

> Satin-Label ultraweich

> Unveränderter bewährter Stoff von B&C seit 20 Jahren

> Einlaufvorbehandelt

> Ash: 99% Baumwolle, 1% Viskose, Sport Grey: 85% Baumwolle, 15% Viskose

3XL erhältlich in white, black, navy, royal blue, sport grey, red

001 White	002 Black	748 Used Black	600 Ash	840 Sport Grey
670 Dark Grey	100 Natural	120 Sand	201 Solar Yellow	270 Olive
230 Apricot	235 Orange	231 Urban Orange	236 Sunset Orange	303 Oxid Pink
311 Sorbet	341 Mineral Lilac	351 Radiant Purple	352 Urban Purple	404 Red
007 Fire Red	370 Burgundy	410 Sky Blue	505 Mineral Mist	442 Summer Sky
441 Atoll	445 Deep Blue	009 Cobalt Blue	450 Royal Blue	455 Navy Blue
003 Navy	006 Urban Navy	511 Oxford Green	520 Kelly Green	525 Light Green
540 Bottle Green		745 Brown	874 Pacific Grey	880 Steel Grey

44

45

Warenkorb

Aufgrund des breiten und tiefen Sortiments ist die Warenkorb-Ansicht strukturell besonders anspruchsvoll: Für maximale Übersichtlichkeit werden die Produkte in bis zu drei Ebenen gruppiert – nach Teilsortiment (z.B. „Werbetextilien“), Style

oder Hauptprodukt sowie erster Variantendimension (z.B. „Farbe“). Damit sind sämtliche gewünschten Varianten eines Produkts auf einen Blick erfassbar.

Home > Warenkorb

Tagaktueller Versand!

Bei Auftragsingang:
Standardversand: Mo.-Do. bis 15.30 h / Fr. bis 14.00 h
Expressversand: Mo.-Do. bis 17.00 h / Fr. bis 14.30 h
(Gilt nur für Lagerware bei Gröner, bei Vorkasse nach Zahlungseingang, saisonal bedingte Stoßzeiten ausgenommen)

Werbetextilien

B&C - #E190 Women

006 Urban Navy

XS (61402510) 5 1,93 € 9,65 €

S (61402511) 5 1,93 € 9,65 €

M (61402512) 10 1,93 € 19,30 €

L (61402513) 11 1,93 € 21,23 €

520 Kelly Green

S (61402481) 5 1,93 € 9,65 €

Display

GRONAL - Roll-Up Deluxe

100 cm (10148270) 1 95,00 € 96,00 €

85 cm (10148271) 1 79,00 € 79,00 €

Siebdruck

EPTAINKS - Serplastik 65 Low Fusion

Black 65051, 5kg (20241321) 1 58,00 € 58,00 €

White 65050, 7kg (20241320) 1 99,75 € 99,75 €

Folien

ORAFOL - ORACAL 751C High Performance Cast

054 Türkis-054

125 cm (30320254) 4 10,34 € 41,36 €

043 Lavendel-043

125 cm (30320243) 13 5,93 € 90,09 €

Transfer

GRONAL - Hotflex

72 Königsblau-72

50 cm (37323872) 2 7,24 € 14,48 €

Werkzeug

GRONAL - Premium Schneide- und Schreibstichunterlage

45x30 cm, grün/schwarz (15522032) 2 8,15 € 16,30 €

Zwischensumme 564,46 €

Versandkosten 0,00 €

Nachnahmegebühr 7,90 €

MwSt. 19% 108,75 €

Gesamtsumme 681,11 €

Weiter einkaufen

Zur Kasse

Zur Bestellhistorie

Kompletten Warenkorb löschen

Kommission anzeigen

Ihr Gutschein Code

Ihre Bestell-Nummer (max. 45 Zeichen)

Ihre Mitteilung an Gröner (max. 256 Zeichen)

Freie Bestellung

Einzelige Direktbestellung

Artikelnummer Menge

In den Warenkorb

Rechnungsadresse

TESTKUNDE Iconparc
Sophienstrasse 1
D-80333 München
Deutschland

Lieferadresse

TESTKUNDE Iconparc
Sophienstrasse 1
D-80333 München
Deutschland

Versandart

Standard
dpd

Zahlungsart

Nachnahme
Andere Zahlungsart auswählen

Bestellhistorie

Alle Bestellungen des Kunden – egal ob online oder offline erfasst – sind in der durchsuch- und filterbaren Bestellhistorie jederzeit zugänglich. Dies umfasst auch Statusangaben zum jeweiligen

Abwicklungsfortschritt. Durch Eingabe neuer Bestellmengen lassen sich früher gekaufte Artikel mit einem Klick erneut in den Warenkorb legen.

Home > Bestellhistorie

Bestellhistorie & Warenrücksendung

In der Bestellhistorie können Sie bequem nach Ihren Aufträgen suchen. Nutzen Sie dafür die Auftragsnummer, die Webshop Bestellnummer, Artikel oder Artikelnummer oder suchen Sie nach Kommissionen die Sie im Auftrag vergeben haben. Möchten Sie Ware zurücksenden, beachten Sie bitte unsere Rücksendebestimmung. Mehr Infos...

Artikel Bezeichnung

Artikel Nr.

Kommission / Weiterverarbeitung

Datum von 03.03.2018

Datum bis dd/mm/yyyy

Suchen

Treffer 1 bis 5 (von insgesamt 6)

Bestelldatum	Auftragsnummer	Web-Shop-Nr.	Besteller	Status	Rücksendung
21.02.2019 20:09	22991680	2019-02-011908	Antoine Levy	in Bearbeitung	
10.10.2018 16:41	22924995	2018-10-073193	Antoine Levy	in Bearbeitung	
11.09.2018 10:32	22909975	2018-09-065926	Antoine Levy	in Bearbeitung	
28.08.2018 15:54	22902755	2018-08-062592	Antoine Levy	Zahlung abgebrochen	
16.04.2018 12:32		2018-04-027113	Antoine Levy	ausgeliefert	
05.03.2018 16:47	22809040	2018-03-017217	Max Muster		

Bestellung 2018-09-065926

Werbetextilien

GILDAN - DryBlend Adult Double Piqué Polo

69C Light Blue

S (60771791) 36 4,08 € 146,88 €

Tee Jays - Sof-Tee

51 royal

S (60615841) 14 3,43 € 48,02 €

Folien

Gröner - GRÖNER Kataloge

Application Tape (30930004) 3 0,00 € 0,00 €

HP Latex Maschine (99941002) 2 0,00 € 0,00 €

Orafol Klebeblätter (99950005) 4 0,00 € 0,00 €

Werkzeug

GRONAL - Premium Schneide- und Schreibstichunterlage

45x30 cm, grün/schwarz (15522032) 3 8,15 € 24,45 €

45x30 cm, grün/schwarz (15522032) 3 8,15 € 24,45 €

60x45 cm, grün/schwarz (15522034) 4 14,15 € 56,60 €

60x45 cm, grün/schwarz (15522034) 4 14,15 € 56,60 €

60x45 cm, transparent (15522035) 5 23,00 € 115,00 €

90x60 cm, grün/schwarz (15522036) 3 26,65 € 79,95 €

Cut-Mat 100x150cm, grün (15522006) 4 153,75 € 615,00 €

Rechnungsadresse

TESTKUNDE Iconparc
Sophienstrasse 1
D-80333 München
Deutschland

Lieferadresse

TESTKUNDE Iconparc
Sophienstrasse 1
D-80333 München
Deutschland

Versandart

Standard
dpd

Zahlungsart

Nachnahme

Zwischensumme 1.166,95 €

Versandkosten nach Aufwand

Nachnahmegebühr 6,60 €

MwSt. 19% 222,97 €

Gesamtsumme 1.396,52 €

Rücksendung anfordern

Unser Service

60.000 Produkte im Sortiment
Ob Plotter und Maschinen, Folien oder

Kontaktinformationen

Adresse
Karl Gröner GmbH
Königsplatz 37

Sicher bezahlen

Vorkasse Nachnahme

Informationen

Ihre Ansprechpartner
Schulungen und Messen

46

47

Rücksendungen

Damit Rücksendungen effizient bearbeitet werden können, ist ein RMA (Returned Material Authorization) Prozess integriert: Zu jeder ausgelieferten Bestellung lässt sich auswählen, welche Position(en) und Menge(n) zurückgegeben werden soll(en) – einschließlich Angabe des Reklamationsgrunds. Gröner stellt dann die erforderlichen Versandpapiere zur Verfügung, so dass der Kunde es ebenfalls leicht hat.

Rücksendungshistorie

Analog zur Bestellhistorie hilft eine durchsuch- und filterbare Aufstellung dem Kunden dabei, den Überblick über seine Rücksendungen zu behalten. Zu jedem einzelnen Fall lässt sich der RMA-Prozess in allen Schritten nachvollziehen.

Home

Warenrücksendung

Auftragsnummer 22909975

Rücksendungsart *
Reklamation

Beschreibung *

Ansprechpartner für Rückfragen

Vorname *
Antoine

Nachname *
Levy

Telefon *
089

Email *
levy@iconparc.de

Alle Artikel zurück geben

Werbetextilien



GILDAN - DryBlend Adult Double Piqué Polo

69C Light Blue

S (60771791)

36

Tee Jays - Sof-Tee

51 royal

S (60615841)

14

Folien



Gröner - GRÖNER Kataloge

Application Tape (30930004)

3

HP Latex Maschine (99941002)

2

Orafol Klebebänder (99950006)

4

Werkzeug



GRONAL - Premium Schneide- und Schreibtischunterlage

45x30 cm, grün/schwarz (15522032)

3

45x30 cm, grün/schwarz (15522032)

3

60x45 cm, grün/schwarz (15522034)

4

60x45 cm, grün/schwarz (15522034)

4

60x45 cm, transparent (15522035)

5

90x60 cm, grün/schwarz (15522036)

3

Cut-Mat 100x150cm, grün (15522006)

4

Ein Gröner Rücksende-Label wird Ihnen nach Prüfung per E-Mail zugesendet. Die Rücknahme ist für Sie kostenfrei.

Home

Warenrücksendungen

Artikel in Bestellung
Name, Beschreibung oder Nummer

Rücksendungsnummer

Auftragsnummer

Datum (von) *
03.02.2012

Datum (bis) *
03.03.2019

Suchen

Treffer 1 bis 3 (von insgesamt 3)

Status	Auftragsnummer	Rücksendegrund/Beschreibung	Datum
Storniert	12312	123123	25.02.2018 13:41
Storniert	sdf	sdf	16.02.2018 19:39
Storniert	asd	asd	23.08.2014 17:09

Status

Auftrags-/Rechnungsnummer

Beschreibung

Typ

Bearbeiter

Angefordert von

Zur Bestell-Nr.

Storniert

12312

123123

Warenrücksendung

Krause, Olga

Antoine Levy

2018-02-015140

Werbetextilien



CARSON CONTRAST - Premium Workwear V-Neck T-Shirt CVT

stg stahlgrau

XXL (60612655)

2

Falschliefierung (ALT)

Rücksendungshistorie

Datum	Bearbeiter	Änderungstyp	Änderung / Kommentar	Anhang
25.02.2018 13:41	noch nicht zugewiesen	Status	keine Auswahl → Neu (RMA benötigt)	

Unser Service

60.000 Produkte im Sortiment

10 € Gutschein für Neukunden

Kontaktinformationen

Adresse

Warenabholung

Sicher bezahlen

Vorkasse

Nachnahme

VISA

MasterCard

Informationen

Ihre Ansprechpartner

Schulungen und Messen

Kataloge

Versandkosten

48

49

Events

Messeauftritte, Roadshows, Seminare o.ä. – alle kommenden Veranstaltungen sind in chronologischer Reihenfolge aufgeführt und werden inhaltlich kurz vorgestellt. Eine detaillierte Beschreibung erhält der Interessent auf einer separaten Seite unter „Mehr Infos“. Dort findet sich auch der Einstieg zur Anmeldung ...

Event-Anmeldung

Die Anmeldung zu einer Veranstaltung kann bequem online erfolgen. Wie üblich ist das Teilnahmeformular bereits soweit als möglich vorbefüllt, wenn der Besucher sich vorher im Gröner Webshop eingeloggt hat. Die Teilnahmebestätigung wird über das BACKEND ausgelöst und per E-Mail verschickt.

Home

18 März
Karl Gröner GmbH, Ulm

Textiler Siebdruck Einsteigerseminar
Wissenswertes, Anwendungstechnik, Praxis - das sind die 3 Säulen des 1-Tages-Seminars veranstaltet von der Akademie für Textilveredlung in Kooperation mit der Karl Gröner GmbH. In diesem Workshop wird dem interessierten Einsteiger die Welt des textilen Siebdrucks näher gebracht. Die Referenten sind langjährige Experten auf dem Gebiet Siebdruck und zeigen sowohl in der Theorie als auch in der Praxis, wie die Farbe auf das Textil kommt und worauf zu achten ist.

Mehr Infos

26 März
Ulm, Karl Gröner GmbH

CarVision Basic-Seminar Tönungsfolie für Fahrzeuge
Seminartermin: 26. März 2019 | Sie möchten das Scheibentönen neu in Ihrem Betrieb anbieten und als Profi für Sonnen-, Blend- und Sichtschutz Ihre Kunden beeindrucken, dann sind Sie in diesem Seminar genau richtig. In der Theorie und Praxis vermitteln wir die Basics mit den neuesten Verarbeitungstechniken praxisnah und mit Gröner CarVision Tönungsfolien.

Mehr Infos

27 März - 28 März
Ulm, Karl Gröner GmbH

Car Wrapping Seminar
Folgende Fragen werden im Seminar in Theorie und Praxis behandelt: Wie erreiche ich die beste Haltbarkeit meiner Verklebung? Wie gelingen mir schwierige Formen und Untergründe perfekt? Wie verklebe ich blasenfrei? Dieses und mehr wird Ihnen beantwortet. Sie erhalten einen theoretischen Einblick in die Welt der Folien und in die bewährtesten Verklebetechniken. Danach werden Sie fit gemacht für die Praxis!

Mehr Infos

14 Mai - 17 Mai
FESPA 19 GLOBAL PRINT EXPO

FESPA München
Das Motto Explosion of Possibilities feiert die vielfältigen kommerziellen und kreativen Möglichkeiten in den Sparten Siebdruck, digitaler Großformatdruck, Textildruck und Werbetechnik. Besuchen Sie Gröner in Halle 5, Stand G70

Home > Event Registrierung

14 Oktober - 18 Oktober
Fürstenfeldbruck - Landsberg/Saale - Bamberg

Roadshow Oktober 2019
Wir sind für Sie wieder unterwegs. In Fürstenfeldbruck, Landsberg/Saale und in Bamberg präsentieren wir neue Produkte, spannende Vorführungen, tolle Gesprächspartner. Außerdem haben wir unschlagbare Aktionen am Start. Melden Sie sich gleich an und schauen Sie vorbei!

Firmendaten

Firma *

Strasse und Hausnummer *

Postleitzahl *

Stadt *

Land *

Deutschland

Telefon *

Ansprechpartner

Anrede *

☒ Herr ☐ Frau

Vorname *

Nachname *

Veranstaltung

Veranstaltung *

Roadshow Fürstenfeldbruck

Personen *

+++ bitte auswählen +++

Datum *

Mo 14.10.2019 00 : 00

Kommentar

☐ Ich habe die Bestimmungen zum Datenschutz zur Kenntnis genommen und akzeptiere diese

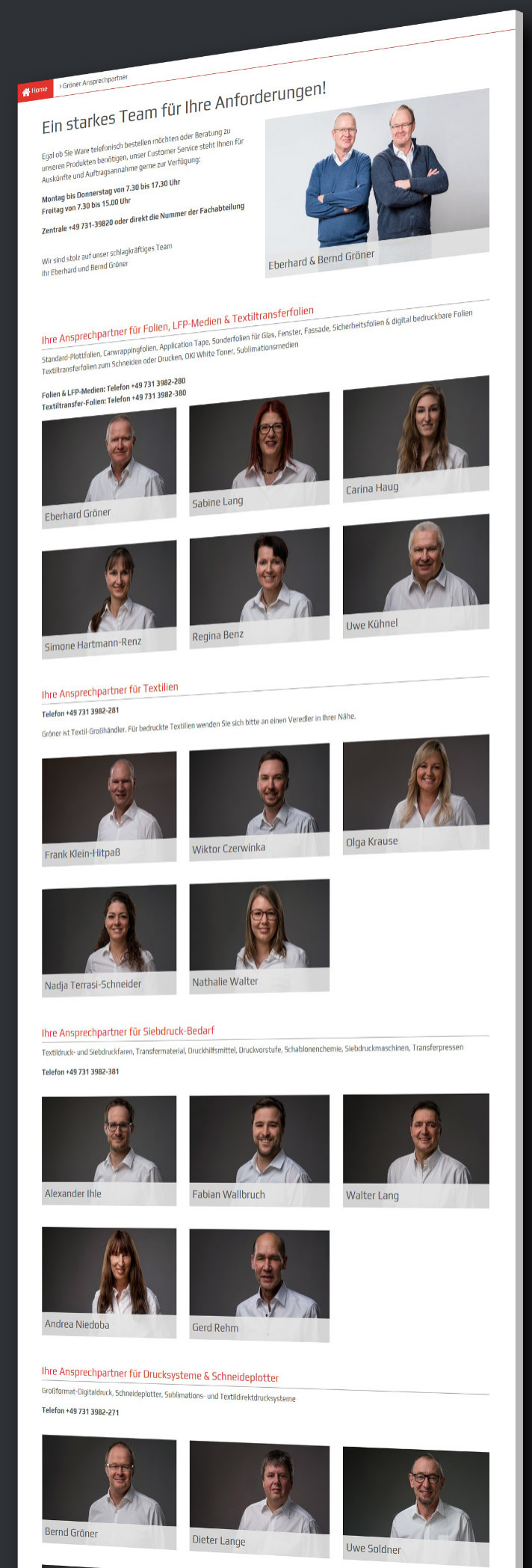
Brand Experience

Wichtige Hersteller-Marken erhalten eine differenzierte Präsentation ihrer Produkte und Inhalte – unter Berücksichtigung von deren individueller Anmutung und Optik. Die Anreicherung mit redaktionellen Inhalten erfolgt dabei personalisiert nach nach markenspezifischen Warengruppen sowie Nutzergruppen.



CMS

Mit Hilfe des im BACKEND integrierten CMS-Moduls lassen sich strukturell und vom Layout her äußerst flexible Seiten gestalten und mit redaktionellen Inhalten befüllen. Die auf dieser Doppelseite gezeigten Beispiele demonstrieren lediglich einen kleinen Teil der Möglichkeiten.



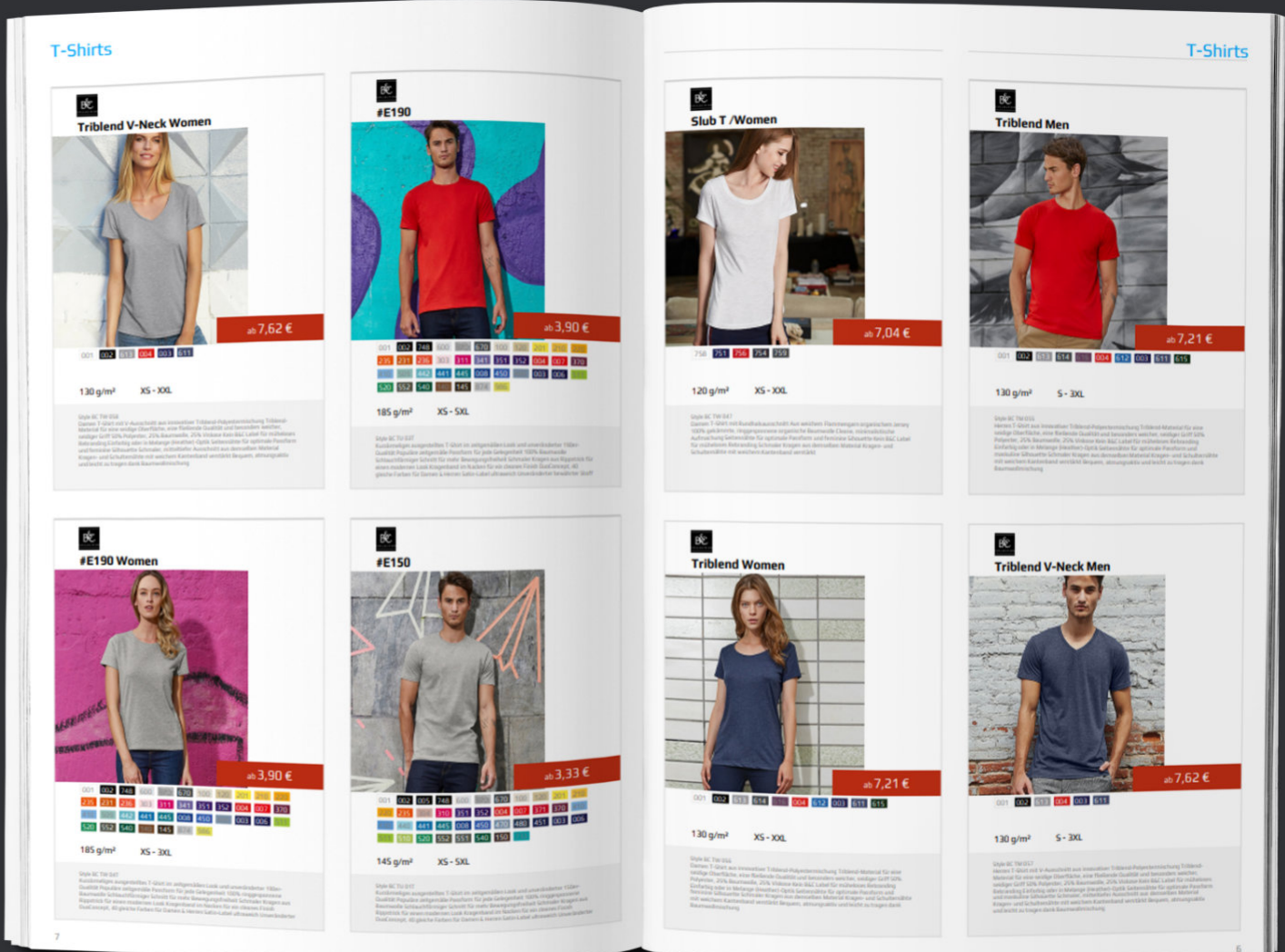
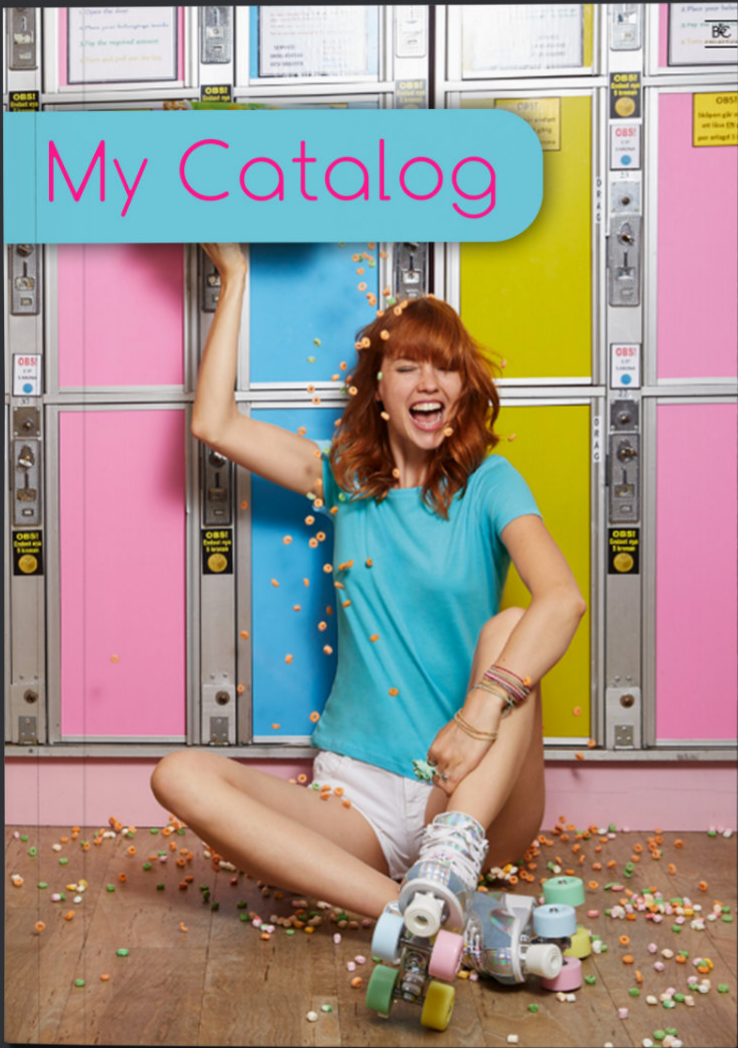
Database Publishing

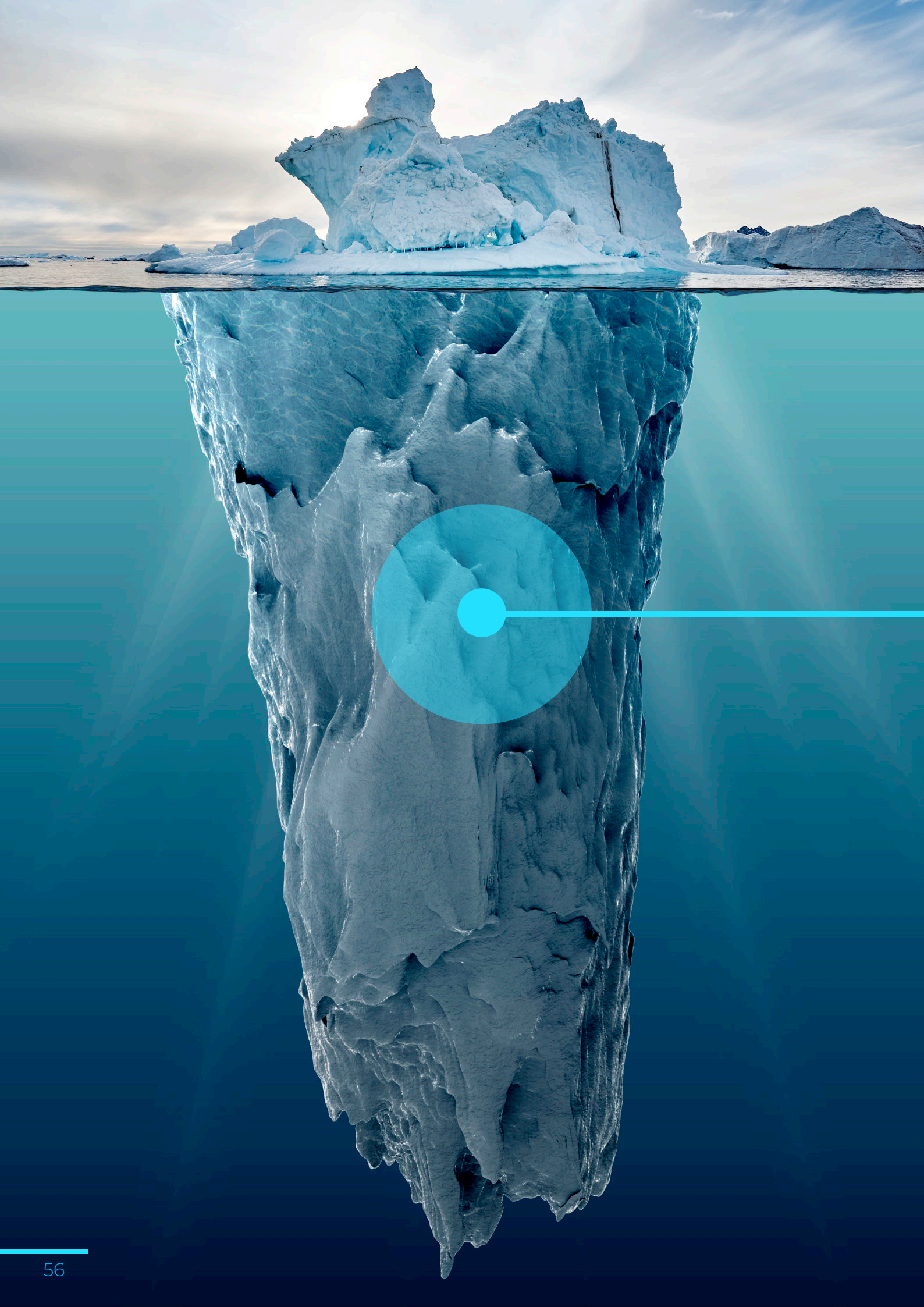
Obwohl saisonal geprägt, ändern sich im Handel mit Textilartikeln auch im Saisonverlauf häufig Styles und deren Preise. Daher sind aktuelle (Print-)Kataloge und Preislisten meist Mangelware. Hinzu kommt ein Aspekt, der besonders bei Textilveredlern zum Tragen kommt: Das Kerngeschäft dieser Händler-Klientel besteht darin, umfassend veredelte Outfits an Firmen und Endkunden zu verkaufen. Für die Textilveredler hat sich Gröner etwas Besonderes einfallen lassen: Einen Katalog-Konfigurator, mit dem sich auf

einfachste Weise individuell gestaltete, druckfähige Kataloge im PDF-Format erstellen lassen. Zur Nutzung des Katalog-Generators ist lediglich ein Webbrowser erforderlich, sowie ein Kundenkonto in der Gröner B2B Plattform. Mittels Drag&Drop wählt ein angemeldeter Händler aus dem aktuellen Textilienangebot aus, welche Kategorien und Styles er einem seiner Endkunden anbieten möchte - beispielsweise Sweatshirts, T-Shirts und Caps. Darüber hinaus lädt der Händler sein eigenes

Deckblatt für den im Entstehen begriffenen Katalog hoch. Für die in den Katalog übernommenen Artikel bestimmt der Händler nun noch den prozentualen Aufschlag auf seine Einkaufspreise. Auch eine Trefferliste, die z.B. durch Filterung nach Kategorie (z.B. "T-Shirts"), Marke, Grammatur Farbe entstanden ist, lässt sich als Katalog ausleiten, beispielsweise für Endkunden des Händlers, die bereits ein spezifisches Angebot erhalten möchten. Schneller geht es nicht! Realisiert wurde My Catalog auf Basis

der ICONPARC Data Publishing Lösung. Innerhalb von Sekunden lassen sich die konfigurierten Kataloge als web- oder druckfähige PDF-Dateien ausgeben und einem spezifischen oder beliebig vielen Kunden eines bei Gröner einkaufenden Händlers zur Verfügung stellen. Ein Katalog mit über 120.000 Artikeln auf 440 Seiten wird in nur zweieinhalb Minuten generiert





Sind wir bis hierher vor allem auf das spezifische FRONTEND der Gröner B2B Plattform eingegangen, widmen wir uns nun dem BACKEND: Dieses besitzt ein standardisiertes Look&Feel sowie eine übergreifende Bedien- und Berechtigungssystematik, die von allen ICONPARC Kunden genutzt wird. Funktional sind bereits sehr viele Komponenten integriert und mit praxisnaher Funktionalität „vorgedacht“ – beispielsweise rund 300

Dialog-Assistenten für verschiedenste Pflegeprozesse. Auf dieser Grundlage erfolgt sodann die Anpassung (Customization) im Hinblick auf die individuellen Anforderungen jedes ICONPARC Kunden.

BACKEND

Auf den nachfolgenden Seiten stellen wir Ihnen das BACKEND vor, welches den größten Teil einer E-Business Plattform ausmacht. Sämtliche Module sind darin nahtlos integriert, was spiegelbildlich auch

für das FRONTEND gilt. Das hat den Vorteil, dass sämtliche Lösungsbestandteile performant, effektiv und frei von Medienbrüchen zusammenspielen.

... mit mehr als 110 Module

die über 15.000 Features, 300 Dialog-Assistenten, 30 Berichte, 30 Suchen, 20 Ansichten sowie 45 Hintergrundprozesse beinhalten.

Durchgängig einfaches Bedienkonzept

im ICONPARC BACKEND

Navigationsleiste
auf- und zuklappen mittels Klick oder F2

Ordner
Bei Klick werden diese auf- und zugeklappt, ohne dass sich der Bereich reloaded. Das aktive Element wird in blau angezeigt.

Details
Hier werden die Formulare für mehr als 300 Assistenten, 30 Berichte, 30 Suchen, 20 Detailansichten, sowie 45 Prozesssteuerungen ausgegeben

Navigationsleiste
Je nach Rollen, Modulen und Berechtigungen werden die Ordner in beliebiger Tiefenhierarchie angezeigt. Die Breite ist mit der Maus justierbar.

Persönliche Einstellungen
Portrait, Passwort, Theme (Light / Dark), Schriftauswahl, Logout

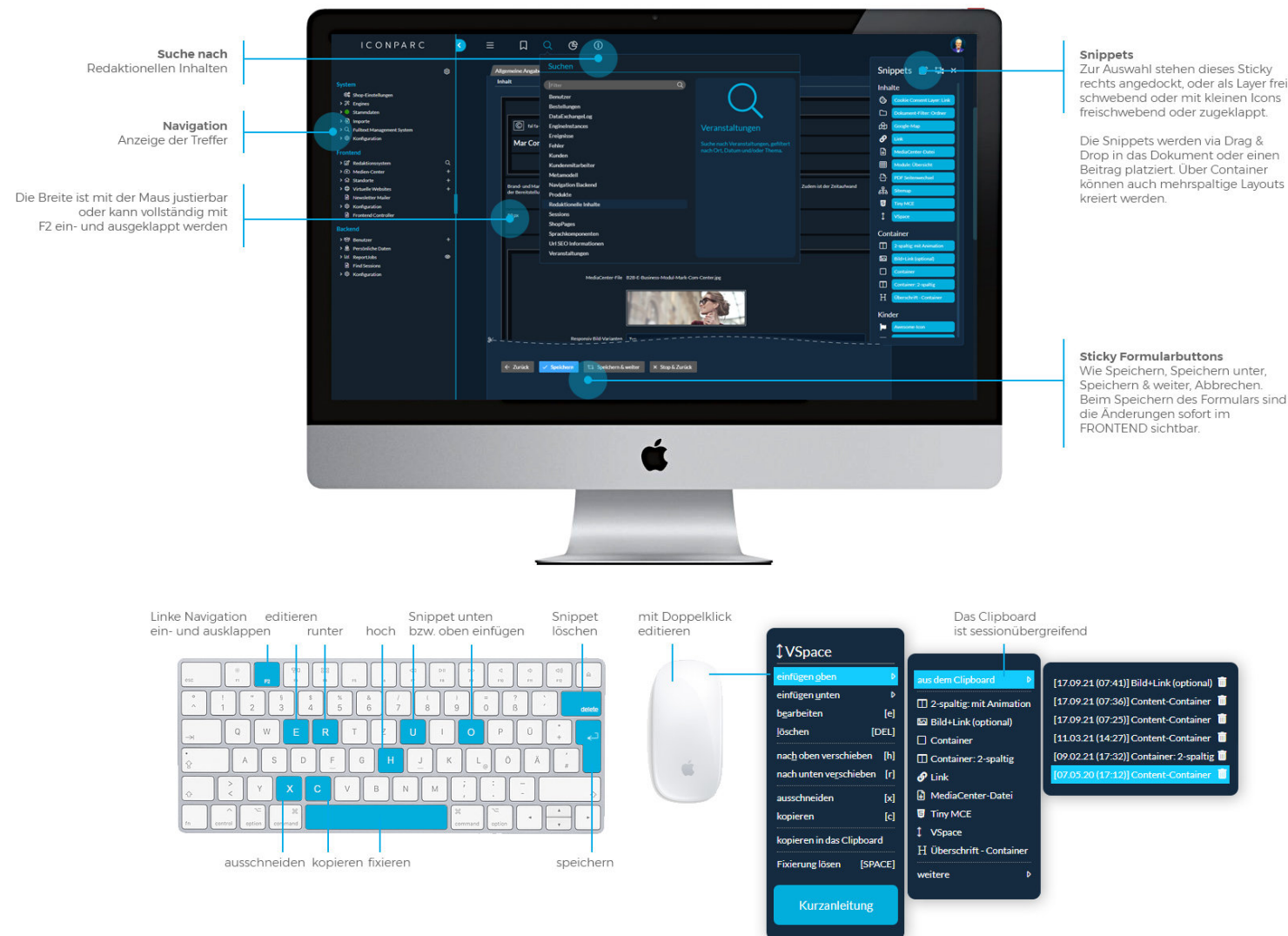
Menüleiste
Bei MouseOver öffnen sich je Icon die Menüpunkte

- Menü auf- und zuklappen
- BACKEND-Sprachauswahl
- > 55 Rollen
- Bookmarks & > 30 Tools
- > 30 Suchen
- > 30 Berichte
- Dashboards, WOM & Systeminformationen
- Profisuche

FRONTEND-Sprachen
Einheitliche Pflegesystematik für mehrsprachige FRONTEND Inhalte

Allgemeine Leistungsmerkmale

im ICONPARC BACKEND



- einheitliche, rein Browser-basierte Oberfläche mit übersichtlichem Aufbau und attraktiver Gestaltung
- maximale Kompatibilität und Sicherheit durch SSL-Unterstützung sowie Verzicht auf ActiveX und Client-side Java
- einfachste Handhabung durch leicht verständliche, durchgängig umgesetzte Bediensystematik
- durchdachter, modularer Aufbau
- saubere Kapselung wiederverwendbarer Funktionalitäten auf Bibliotheksebene, dadurch sehr gut wartbarer ...
- Programmcode mit hervorragender Stabilität
- Alle Anwendungs- und Erweiterungs-module aus der ICONPARC E-Business Suite klinken sich nahtlos ein, ebenso wie individuell abgewandelte oder
- hinzugefügte Leistungsmerkmale und Schnittstellen.
- mehrstufiges Berechtigungskonzept mit fein granular einstellbaren Zugriffsrechten (oberste Ebene = Primär-Rollen wie z.B. Administrator, Katalogbetreuer, Redakteur)
- Unterstützung mehrerer Anwendungsszenarien und Webauftritte (MultiSite)
- Mehrsprachfähigkeit für landes-übergreifende E-Business-Applikationen (MultiLanguage)
- integrierte Entwicklungsumgebung, u.a. mit Repository für zugrunde liegende Modellbildungsebene
- Automatisierte Scheduler mit komfortablen Einstellungen von Startzeitpunkten, Zeitintervallen und Log-Files

Sales Team

Das Sales Team nimmt telefonische oder schriftlich eingereichte Bestellungen meist mittels ERP Client auf, was in der Regel mühsam ist. Zudem wird dadurch verhindert, dass Sales Team Mitarbeiter mit den Augen der Kunden auf ihre Produkte und ihr Unternehmen blicken. Darüber hinaus bleibt die Chance ungenutzt, Kunden mit Hilfe des Innendienstes an den Online-Kanal heranzuführen. Wie soll ein Mitarbeiter sich im Gespräch mit Kunden für das E-Business FRONTEND begeistern, wenn er dieses selbst nicht nutzt und daher kaum kennt?

Auf diese Weise bleibt es für Ihr Sales Team meist dabei, dass eine hohe Workload an beratungsarmen, repetitiven Anfragen zu bewältigen ist – im oft ungeliebten ERP Client, dessen Bedienung häufig für zusätzlichen Frust sorgt. Warum nicht stattdessen das für Selbstbedienung durch Ihre Kunden bereits vollumfänglich optimierte E-Business FRONTEND nutzen, um Bestellungen für den jeweiligen Anrufer entgegenzunehmen?

Zu diesem Zweck hat ICONPARC das CustomerCareCenter Modul eingeführt: Damit lässt sich, ausgehend vom BACKEND und der Kundenidentifikation, eine FRONTEND Sitzung in Vertretung für den anrufenden Kunden starten. Ihr Sales Team Mitarbeiter nutzt dabei das E-Business FRONTEND mit allen kundenspezifisch personalisierten Inhalten, insbesondere den

Individualpreisen und Konditionen. Das hat gleich mehrere Vorteile: Zunächst hat sich Ihr Innendienst bestens mit dem FRONTEND vertraut gemacht – und dabei Features wie die schnelle Suche und Filterung zu schätzen gelernt. Auch das Befüllen des Warenkorbs und der anschließende Check-out gehen viel leichter von der Hand, als die entsprechenden Operationen im ERP Client. Mit anderen Worten: Im FRONTEND geht alles schneller, und es macht mehr Freude. Mehr noch, Ihren Mitarbeitern fällt es leichter, den Kundenblick nachzuvollziehen, wenn sie Ihren digitalen Kanal mit den Augen des Kunden bedienen. Dadurch wird ständig Verbesserungspotential identifiziert. Und Ihre (Noch-) Offline-Kunden erhalten bei der Bestellannahme via CustomerCareCenter dennoch eine detaillierte Bestelleingangsbestätigung per Email. Auf diese Weise werden die Kunden sanft an das FRONTEND Ihrer B2B E-Business Lösung herangeführt und bekommen vielleicht Lust, es beim nächsten Mal im FRONTEND direkt selbst zu versuchen. Dort finden Ihre Kunden dann auch die telefonisch aufgegebenen Bestellungen in der Auftragshistorie wieder – sehr praktisch für einfachste Wiederbestellung, und ebenso, um jederzeit den Abwicklungsstatus einzusehen.



E-Commerce

Um das Internet als profitablen Vertriebskanal zu nutzen, ist es erforderlich, Interessenten und Kunden gezielt anzusprechen, ihnen die Auswahl der Produkte so leicht wie möglich zu machen, Kataloginhalte übersichtlich (und aktuell!) darzustellen, und schließlich den Einkaufsvorgang angenehm zu gestalten. Mit Hilfe der vielfältigen und individuell ergänzbaren Komfort-Funktionalitäten zum ICONPARC E-Commerce Modul machen Sie Gelegenheitsbesucher zu Stammkunden. Käufer werden automatisch per Email über Fortschritte bei der Auftragsabwicklung auf dem Laufenden gehalten. Bereits erworbene Artikel lassen sich bequem aus der Auftrags-historie des jeweiligen Kunden nachbestellen. Per Newsletter machen Sie Kunden und Interessenten auf spezielle Angebote, Services und Aktionen aufmerksam. Diese und weitere Leistungsmerkmale tragen dazu bei, dass Ihre B2B E-Business Plattform auf hohe Resonanz trifft.

Damit Sie über Ihre Kunden und deren Bestellungen jederzeit den vollen Überblick behalten, sind umfangreiche Möglichkeiten zur Auswertung aller Vorgänge in das BACKEND integriert.



Catalog & PIM

Um im Internet erfolgreich zu verkaufen, sind Attraktivität, Übersichtlichkeit und Korrektheit der Produktdaten ebenso wichtig wie bei gedruckten Katalogen.

Anders als im Printbereich mit zum Teil langen Kataloglaufzeiten erwarten Internet-Kunden jedoch, dass Produktinformationen und Preisangaben online immer aktuell sind. Die Bereitstellung von Kataloginhalten im Rahmen eines Webauftritts ist in der Regel mit zahlreichen zusätzlichen Herausforderungen verbunden. Kataloginhalte stehen selten vollständig und strukturiert zur Verfügung, lassen sich ohne zusätzliche Aufbereitung also meistens nicht unmittelbar für das Internet nutzen. In der Praxis wird zur Bereitstellung qualitativ hochwertiger Produktdaten für Online-Kataloge ein vielseitiges und flexibles Hilfsmittel benötigt: Das Modul Catalog & PIM sorgt dafür, dass sich Kataloginhalte problemlos aus verschiedenen Datenquellen zusammen-

setzen lassen. So können beispielsweise grundlegende Artikel-Stammdaten, Leistungsmerkmale und -beschreibungen sowie Preislisten und Abbildungen schrittweise über unterschiedliche Schnittstellen importiert werden. Das vollständig browserbasierte BACKEND bietet alle Möglichkeiten, importierte Daten nachträglich zu bearbeiten, anzureichern oder zu veredeln. Die Bilddaten werden dabei automatisch webkonform optimiert, sei es beim Import oder bei der direkten Pflege. Produkt-Stammdaten, beschreibende Merkmale, Preisangaben, Warengruppen-Strukturen uvm. lassen sich bequem und dabei höchst effizient erfassen und bearbeiten. Nutzen Sie die einfach handhabbaren Import- und Verwaltungsmöglichkeiten, um jederzeit maximale Aktualität Ihrer Kataloginhalte sicherzustellen.



Die größte Produktpalette nützt nichts, wenn Kunden die gewünschten Produkte nicht schnell finden. Das Modul Search & Filter macht es Ihren Auftraggebern dabei leicht:

Mit einer Kombination aus strukturierter und Volltext-Suche über alle Produktdaten sowie Merkmals-basierter Filterung und Treffersortierung beispielsweise nach Relevanz.

Mit dem Modul Search & Filter wird Suchen zum Finden!

Direktsuche über das Schnellsuchfeld – oder Expertensuche mit einzelnen Attributen wie Bezeichnung, Hersteller, Abmessungen, Merkmalen etc.

AutoSuggest / Treffervorschläge

Bereits bei der Sucheingabe in das Schnellsuchfeld werden passende Artikel, Suchbegriffe, Kategorien oder Hersteller vorgeschlagen.

Filterung / After Search Navigation

anhand von relevanten Produktmerkmalen oder Artikelkategorien bzw. Warengruppen

Unterstützung von Synonymen und Korrektur von Tippfehlern (fehlertolerante Suche), so dass Ihre Kunden auch dann Artikel finden, wenn sie sich vertippt haben, oder Begriffe verwenden, die so gar nicht in der Artikelbeschreibung vorkommen

Damit Ihre Kunden bei vielen Treffern nicht den Überblick verlieren, werden Suchergebnisse so sortiert, dass die relevantesten Treffer zuerst angezeigt werden (Relevance Ranking). Bei der Ermittlung der Relevanz berücksichtigt die Lösung beispielsweise Faktoren wie Verkaufszahlen, Aufrufhäufigkeit, Warengruppen, Stichwörter, Merkmale uvm.

Hochperformant: Auch bei umfangreichen Produktsortimenten ermittelt die Suchfunktion passende Ergebnisse in weniger als 200 ms. Selbst wenn die Zahl der Artikel in die Millionen geht, überzeugt die ICONPARC Suchsystematik mit bester Performance: In einem realen Projekt von ICONPARC befinden sich mehr als 40 Mio. Artikel im aus vielen Quellen konsolidierten Katalog. Suchergebnisse werden dennoch meist in weniger als einer halben Sekunde berechnet.

Die technische Grundlage für das Modul Search & Filter ist ein sogenannter Suchindex. Dabei handelt es sich um eine Art Inhaltsverzeichnis für Ihre Produktdaten, die nach allen relevanten Attributen aufgeschlüsselt sind. Mit Hilfe dieser Datenstruktur können Produkte mit gewünschten Eigenschaften innerhalb von Millisekunden ermittelt werden. Um den Suchindex zu erzeugen und um darauf zuzugreifen, nutzen wir die Apache Lucene Suchengine, die mit zahlreichen Erweiterungen nahtlos in die ICONPARC E-Business Suite integriert ist.

Durch diese Lösungsarchitektur entlasten wir Ihre SQL Datenbank (die somit andere Abfragen schneller bearbeiten kann) und liefern relevante Suchergebnisse weitgehend verzögerungsfrei. Geschwindigkeit ist hier gleich in zweierlei Hinsicht Trumpf: Ihre Kunden lieben schnelle Seitenzugriffe, und Google belohnt Sie mit deutlich besserem Ranking.



Der erfolgreichste Weg, Besucher immer wieder für Ihren E-Business Auftritt zu begeistern, besteht darin, die Frontend Inhalte kontinuierlich zu überarbeiten und zu aktualisieren. Hat Google anfangs noch hauptsächlich Seiten-Metadaten wie Keywords ausgewertet, prüft die Suchmaschine Inhalte inzwischen kontextbasiert auf Sinnhaftigkeit bzw. Themen-spezifische Relevanz. Auf dieser Basis erfolgt dann auch die Einstufung beim Ranking. **Darum ist guter Content bei der Neukundengewinnung inzwischen nachhaltiger als teure SEM Maßnahmen.**

Content is King!

Mit dem ICONPARC CMS Modul sind Ihnen theoretisch keine Grenzen gesetzt. In der Praxis ist es andererseits unverzichtbar, Strukturen und das Look&Feel bzw. Bediensystematiken durchgängig einheitlich zu gestalten: Diese Herausforderung ist umso größer, je mehr Redakteure zeitgleich, überregional bzw. international verteilt an den Inhalten arbeiten. Dabei ist es wichtig, dass einzelne Redakteure nicht ihre eigenen Design-Vorstellungen zum Ausdruck bringen. Vielmehr sollen Design und allgemein alle gestalterischen Aspekte so umgesetzt sein, wie diese strukturell und visuell vom Brand Management Ihres Unternehmens unter Berücksichtigung der Corporate Identity vorgegeben sind. Sonst laufen Sie Gefahr, dass Ihre Kunden in der Außendarstellung - hier im E-Business Frontend - einen kunterbunten Flickenteppich vorfinden, welcher Ihrer Marke keinesfalls gerecht wird.

Die ICONPARC CMS Systematik stellt automatisch und konzeptbedingt die einheitliche Visualisierung aller Frontend-Inhalte sicher. Zulässige Freiheitsgrade können fein granular festgelegt werden.

Nachfolgend stellen wir einige Elemente des CMS Moduls vor.

Snippets

Sämtliche redaktionellen Inhalte setzen sich aus einzelnen Content-Schnipseln, den sogenannten Snippets, zusammen. Einfache Snippets können etwa eine Überschrift, ein Bild, ein Video oder einen Textblock repräsentieren. Komplexere Snippets ermöglichen beispielsweise einen „Text-Bild-Link“ Block. Über die zahlreichen, im Standardumfang enthaltenen Snippet-Typen hinaus lassen sich beliebige weitere im Rahmen der Customization definieren.

Vorlagen

Aus der Kombination gewünschter Snippet-Typen entstehen per Konfiguration Vorlagen für die eigentlichen redaktionellen Inhalte, welche sich im Backend der Lösung mit Hilfe des CMS Vorlagen-Assistenten bequem verwalten lassen. Dabei kann beispielsweise festgelegt sein, dass bestimmte Snippet-Typen immer in Inhalten vorhanden sein müssen, welche von einer bestimmten Vorlage abgeleitet werden. Auch die Reihenfolge der anwendbaren Snippet-Typen kann vorgegeben werden, ebenso wie die Zulässigkeit des mehrfachen Auftretens einzelner Snippet-Typen innerhalb der Vorlage.

Beiträge

Im CMS Inhalts-Assistenten lassen sich redaktionelle Beiträge erfassen und aktualisieren: Diese Seitenbestandteile können - bei Bedarf personalisiert - an beliebig vielen Stellen innerhalb eines Webauftritts platziert werden. Wird ein Beitrag modifiziert, so wirkt sich das automatisch auf sämtliche Stellen aus, an denen dieser Beitrag auftritt. Im Rahmen der Personalisierung kann die Sichtbarkeit beispielsweise zeitlich oder durch Zuweisung zu bestimmten Besucher- oder Kundengruppen beschränkt werden.

Dokumente

Mittels des CMS Inhalts-Assistenten sind auch komplette redaktionelle Seiten erstellbar:

Diese Dokumente können insbesondere als Linkziel genutzt werden, beispielsweise von Elementen eines Navigationsmenüs sowie für Landing Pages oder Newsletter. Auf dafür geeigneten Seitenbereichen lassen sich redaktionelle Beiträge platzieren.

Beispiel: Definition und Gestaltung einer einfachen Beitragsvorlage

Das folgende Beispiel soll einen Eindruck davon vermitteln, wie aus vielen Freiheitsgraden eine in sich stimmige - und mit anderen Elementen kombinierbare - Vorlagendefinition entsteht. Zunächst ist die Reihenfolge der zugewiesenen (und damit erlaubten) Snippet-Typen eingestellt worden. Jedes ausgewählte Snippet kann ein Pflichtfeld sein und darf dann nicht leer bleiben. Überschriften müssen in Versalien geschrieben sein, in der Farbe Petrol und mit fett formatiertem 32 Punkt Font in der Hausschrift, linksbündig ausgerichtet. Bei Bildern sind nur die Größenverhältnisse 2:1 bzw. 1:3 zulässig. Damit die Auflösung für alle Endgeräte ausreicht, müssen Abbildungen eine Breite von mindestens 2.000 Pixel aufweisen. Nach dem Speichern werden Bilder automatisch in allen benötigten Größen berechnet und für die Darstellung auf Desktop PCs, Tablets und Smartphones optimiert. Buttons erhalten immer eine Beschriftung in der Hausschrift in Versalien und mit 20 Punkt Größe. Der Rahmen ist 1 Pixel stark in Schwarz. Bei MouseOver färbt sich der Button in Dunkelblau mit weißer Schrift.

Der Clou: An der Vorlagendefinition kommt kein Redakteur vorbei, d.h. es ist nicht möglich, die Gestaltung zu verändern oder zu überschreiben. Ihr Brand Manager wird dies mit Erleichterung aufnehmen, denn auf diese Weise ist die erfolversprechende Kombination aus mannigfaltigen Inhalten bei einheitlicher Darstellung garantiert.

Aus mehreren Dekaden Praxiserfahrung wissen wir: Es ist vollkommen normal, dass sich das CI Ihres Unternehmens im Laufe der Jahre ändert. Wann immer das geschieht,

muss nicht jedes einzelne Dokument oder jeder einzelne Beitrag überarbeitet werden: Vielmehr reicht es häufig bereits aus, die für das Frontend erstellten Design-Definitionen anzupassen. Danach erscheinen alle Inhalte im neuen Look&Feel! Dies ist nicht zuletzt bei Plattformen mit mehreren 10.000 Inhaltsseiten ein unschätzbarer Vorteil, denn: Mit nur einem Klick kann ein komplett neues Design in den Livebetrieb gehen.

Seamless Integration

Wir beachten für die Module aus der ICONPARC E-Business Suite das Prinzip der nahtlosen Integration. Doch was genau heißt das, und welche Vorteile gehen damit für Sie einher? Wir haben bereits vorgestellt, wie redaktionelle Inhalte grundsätzlich in Form von Beiträgen und Dokumenten verwaltet werden. Durch die nahtlose Integration mit anderen Modulen können Sie Content aus dem CMS Modul auch auf Seiten aus anderen Modulen ergänzen. Dies umfasst insbesondere Trefferlisten, Warengruppen-seiten und Produktdetailansichten, ebenso wie alle Prozess-Seiten, beispielsweise die Warenkorb-Volldarstellung sowie die Seiten des Check-out- oder Registrierungsprozesses. Je mehr Sie Ihre Seiten mit gelungenen redaktionellen Inhalten anreichern, umso mehr Akzeptanz erzielen Sie seitens der Besucher und Kunden – und Google belohnt Ihre Mühen mit einem besseren Ranking. Dabei lassen sich redaktionelle Inhalte auch noch personalisieren, um unterschiedlichen Besuchern jeweils passende Contents anzuzeigen. Durch die Personalisierung entstehen Seiten mit leicht bis hochgradig individualisierten Inhalten. Herkömmliche Caching Verfahren auf Seitenebene versagen an dieser Stelle. Um auch Seiten mit personalisierten Inhalten mit bester Performance auszuliefern, hat ICONPARC komplexe, mehrstufige Caching Systematiken auf der Ebene von Seitenbestandteilen entwickelt. Die Invalidation von Teilinhalten erfolgt auf derselben Ebene, so dass Änderungen ebenfalls nur einmal aus der Datenbank gelesen werden und anschließend in optimierter gecachter Form zur Verfügung stehen.

Middleware

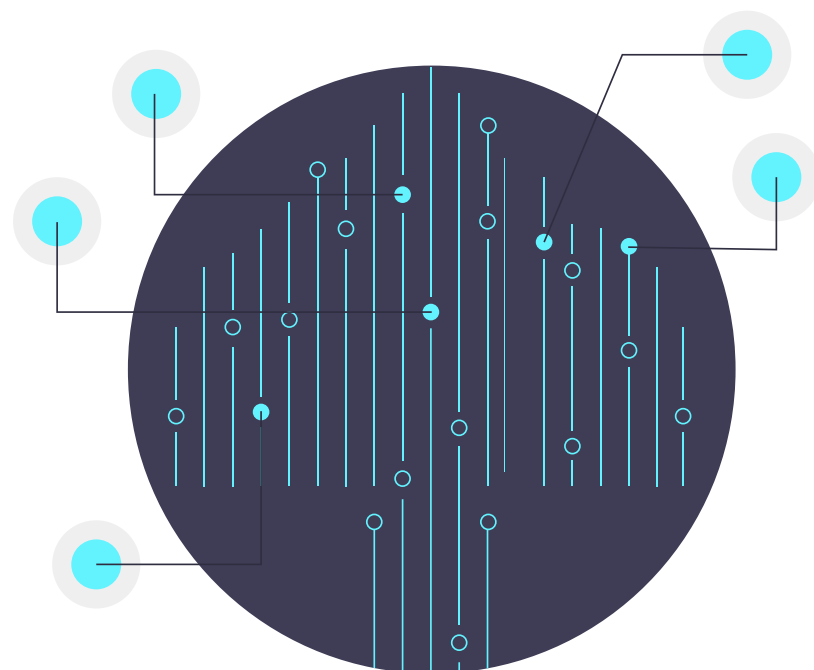
Wenn Sie im Rahmen einer Digital-Strategie auf ein Standard-Produkt setzen, führt das in der Regel zu einer Insellösung. Diese steht für sich alleine oder ist nicht ausreichend in die bestehende, meist komplexe IT System-landschaft Ihres Unternehmens integriert. Verfahrens-übergreifende Prozesssteuerung ist auf diese Weise nicht möglich. Dazu ein einfaches Beispiel: In Ihrem ERP System befinden sich viele grundlegende Stammdaten zu Kunden, deren Mitarbeitern, Rechnungs- und Lieferadressen sowie zu individuellen Preisen und Konditionen. Ohne automatisierte, bi-direktionale Verknüpfung mit Ihrer E-Business Lösung werden die Stammdaten an mehreren Stellen gepflegt, so dass Abweichungen und Widersprüche in der Realität die unvermeidbare Folge sind.

Kataloge, Warengruppen, Merkmale und Artikel

Diese Daten liegen ebenfalls bereits vor, zumeist im ERP oder PIM System. Hier ist es ebenfalls von entscheidender Bedeutung, dass die Daten automatisiert zur E-Business Plattform gelangen und dort verarbeitet werden. Über den digitalen Vertriebskanal lassen sich Ihre Produkte am effektivsten am Markt platzieren!

Kundenspezifische Sortimente, Preise, Rabatte, Lieferzeiten und Verfügbarkeiten

Der Mehrwert einer E-Business Lösung für Ihre Kunden ergibt sich insbesondere aus der Bereitstellung dieser Informationen in Echtzeit.



Wie sieht es mit Bestellungen, Lieferscheinen und Rechnungen aus?

Nur wenn alle bereits genannten Daten auf der E-Business Plattform jeweils aktuell vorgehalten werden, können Sie mit hoher Akzeptanz für Ihre Lösung rechnen. In diesem Sinne ist es konsequent, die Online-Bestellungen Ihrer Kunden ebenfalls automatisch zum ERP System zu übertragen. Dieses wiederum stellt Lieferscheine und Rechnungen bereit, welche im E-Business Frontend von den Kunden heruntergeladen werden können. Im Vergleich zu manuellen Tätigkeiten bzw. Prozessschritten skalieren Digital Customer Services hervorragend – bei gleichzeitig geringster Fehlerquote.

Von ICONPARC umgesetzte Lösungen

rufen beispielsweise kundenindividuelle Preise in Echtzeit vom ERP System ab, oder errechnen diese „on-the-fly“ an allen Stellen, wo das Frontend Preise benötigt.

Ein kleines Rechenbeispiel verdeutlicht die Anforderungen an Ihre Systemlandschaft: In der Praxis werden hunderte (teils auch

tausende) Kunden gleichzeitig online sein und auf der E-Business Plattform insbesondere Such- und Filteraktionen ausführen. Wenn nur 200 Kunden zeitnah Trefferlisten mit jeweils 40 Produkten abrufen, so müssen bereits 8.000 Preise - möglichst verzögerungsfrei - ermittelt werden. ERP Systeme tun sich oft schwer mit derartigen Mengengerüsten bzw. der damit einhergehenden Last. Weil diese kundenindividuellen Daten jedoch absolut erfolgskritisch sind, haben wir in den vergangenen 23 Jahren zahlreiche Verfahren, Caching Systematiken und Algorithmen entwickelt, um Sortimente, Produkte, Verfügbarkeiten, Preise und Konditionen hochperformant in der E-Business Lösung bereitzustellen.

Eine „Nebenwirkung“ erfolgreicher Digitalisierung: Je mehr Sie online verkaufen, desto mehr Zeit gewinnt Ihr Vertrieb, um Neukunden zu gewinnen und neue Märkte zu erschließen.

Weitere Module

Die Auswahl an ergänzenden Modulen wächst Jahr für Jahr – dabei inspirieren uns die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden zu immer neuen Funktionalitäten. Selbstverständlich kann jedes out-of-the-box Leistungsmerkmal individuell angepasst werden. Diese Flexibilität ist insbesondere deshalb möglich, weil unser Framework strukturell von Anfang an auf eine MultiLayer-Architektur gesetzt hat.

Dadurch können wir jederzeit weitere Module auf Ihre Plattform spielen – auch beliebig umfangreich gecustomized.

Sie entscheiden, was Sie brauchen, und wann. Nicht nur das: Durch Customization lässt sich die Funktionalität aller Module in unserer Library selektiv überschreiben. Dabei

bleibt die Kompatibilität mit unseren Standards jederzeit erhalten – Updates im Rahmen der Wartung können weiter durchgeführt werden.

Wir sind immer am Puls der Zeit, verfeinern permanent bestehende Module und bauen kontinuierlich und höchst agil unser Angebot an Lösungen aus. Jedes der hier aufgeführten Module ist produktiv in LIVE-Umgebungen im Einsatz.

E-Business Lösungen von ICONPARC - Individuell. Belastbar. Ausdauernd.

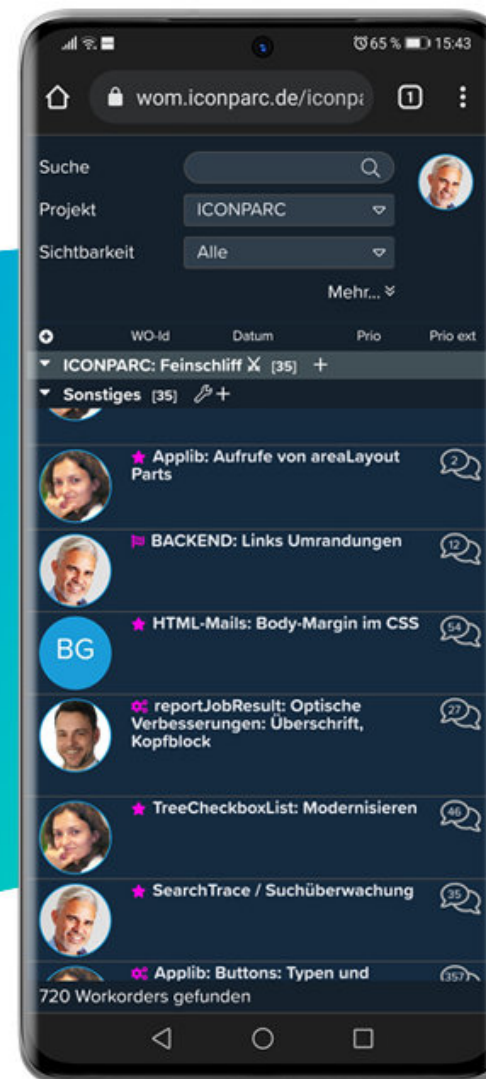
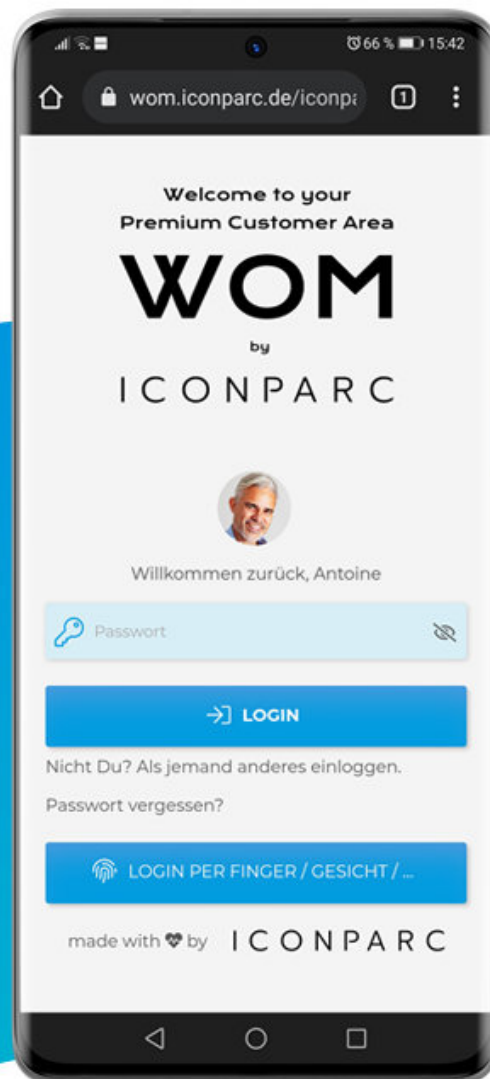
Und es werden immer mehr. Denn die digitale Transformation ist ein Prozess - ständig in Bewegung und im Wandel begriffen.

 Approval Plan	 Attack Detection	 Autosuggest	 Cart Reminder	 Catalog Request
 CDN	 Color Filter Change	 Compare Me	 Contact	 CMS Frontend Editor
 Cross & UpSelling	 CRM	 CSS Minifier	 Cluster	 Customer Care Center
 Customer Cockpit	 Dashboard	 Design Configurator	 Emotional Shopping	 Event Manager
 Extranet	 Fax2Order	 Font Embedder	 Glossary	 Image Optimizer

 Image Zoom	 Infinity Scroll	 Inline Styles4Mail	 Knowledge Base	 Landing Pages
 Live Chat	 Lucene Facets	 Mar Com Center	 Media Center	 Mails4Htmls Snippets
 Multi Channel	 Multi Core Search	 Multi Currency	 Multi Language	 Navigation
 Newsletter	 OCI	 OrderHistory	 OutOfStockAlternatives PartsLists	 123
 PaymentGateways	 PreCaching	 ProductConfigurator	 Promotions&Discounts	 QuotationManager
 RainbowColorChooser	 RecentlyViewed	 ReportJobs	 RMA ReturnShipment	 SessionTransition
 Shared Cart	 Shipment	 Shopping Advisor	 Shopping List	 Spell Checker
 System Update Info	 Time Tracker	 Transaction Notif.	 Turbo Cart	 Update Your Browser
 Voucher	 Video Consult	 Watch list	 Web2PDF	 Web Surveys
 Web Tracking	 Window Shopping	 WOM	 Xmas Calendar	 Web2Excel

📋 Ticketing-System & Dokumentation

Wir beziehen Kunden eng in den Entstehungsprozess ihrer Lösung ein. Damit von dem stetigen Austausch zwischen Ihnen und uns nichts verloren geht, setzen wir ein Ticketing System ein, welches wie ein Diskussionsforum oder Chat-Programm aufgebaut ist: Jeder Teilaspekt der aktuellen Projektphase erhält einen oder mehrere Threads, die den gesamten Verlauf der Abstimmung zwischen allen Beteiligten auf Ihrer und unserer Seite wiedergeben. Das ICONPARC WOM (WorkOrder Management) besitzt ein eigenes FRONTEND (WOM Portal), kann aber auch vollständig per Email bedient werden.



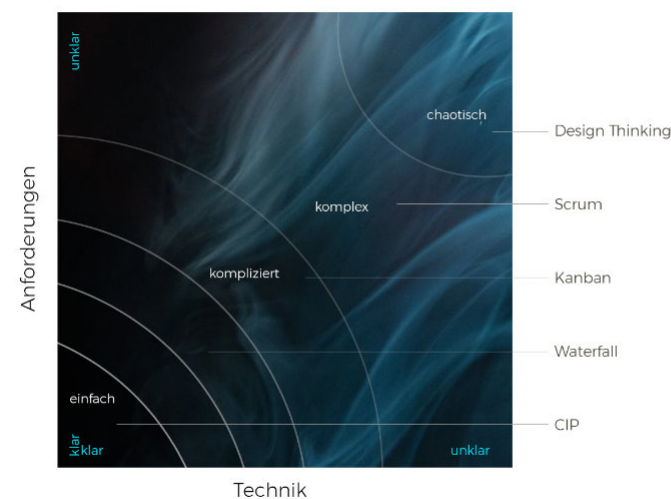
PHASE III

Der Live-Betrieb von B2B Lösungen sowie der weiterer Ausbau und Optimierung

</> Unserer Methodik

der Entwicklungsprozesse sind fallbasiert

One Size fits all? Jeder Modelfan weiß, dass nur die richtige Größe eines Kleidungsstücks wirklich Freude bereitet. Ähnlich verhält es sich in der Software-Entwicklung: Herausforderungen auf verschiedenen Ebenen lassen sich am besten mit passend darauf abgestimmten Entwicklungsmethoden bewältigen. Neben den einzelnen Ebenen der MultiLayer-Architektur unserer Technologie (mit jeweils standardisiertem Leistungsumfang) erfordert insbesondere auch das Projektgeschäft (mit kundenspezifisch individualisiertem Ansatz) jeweils eine andere Herangehensweise, um beste Ergebnisse sicherzustellen. In diesem Abschnitt stellen wir Ihnen die von uns eingesetzten Entwicklungsmethoden vor – und erläutern, warum sich welche Methodik für die jeweilige Aufgabe besonders eignet.



Die Abbildung zeigt, wie sich aus dem Grad der Klarheit der Anforderungen einerseits und der technischen Umsetzung andererseits die jeweils optimal passende Entwicklungsmethodik ableiten lässt. In dieser sogenannten Stacey Matrix sind alle für uns relevanten Methoden dargestellt – diese erläutern wir in den folgenden Abschnitten. Allgemein gilt: Je unklarer Anforderungen und

Umsetzungswege sind, desto besser sind agile Methoden geeignet.

Design Thinking

Gleichermaßen unklare Anforderungen und Umsetzungswege bedeuten, dass wir uns in einem unstrukturierten Umfeld bewegen. Was für Informatiker furcht-einflößend klingt, ist für kreative Menschen und Entwurfsphasen durchaus ein gängiges Szenario. Erst schrittweise entsteht aus dem anfänglichen Chaos neue Ordnung. Mit Hilfe von Design Thinking lassen sich insbesondere FRONTENDs erschaffen, die die beste Anwendererfahrung (UX := User Experience) bieten und diese den Nutzern auf allen gängigen Endgeräten zur Verfügung stellen – unter Einsatz von Full Responsive Design. Ist ein FRONTEND erst einmal mittels Photoshop entworfen worden, entwickeln wir auf dieser Basis einen Prototyp in HTML/CSS/JS, der das Bedienkonzept erlebbar macht und im Dialog mit dem Kunden iterativ verfeinert wird.

Waterfall

Anforderungen und technische Umsetzung sind relativ klar: Hier geht es um Prozesse - ganz gleich, ob im FRONTEND oder im BACKEND - welche in einer technischen Spezifikation bereits strukturiert beschrieben worden sind. Bei der Umsetzung werden bewährte Wege beschritten, so dass mit wenig Überraschungen zu rechnen ist.

CIP – Continuous Improvement Process

In kleinen Schritten werden stetige Verbesserungen innerhalb eines klar definierten Rahmens erzielt. Diese Vorgehensweise eignet sich vor allem für die Optimierung der Applikationsserver-Ebene (IPACT), wobei

Abwärtskompatibilität eine entscheidende Rolle spielt.

Kanban

Nun bewegen wir uns auf dem Library Layer, welcher den weitaus größten Teil des ICONPARC E-Business Frameworks darstellt. Hier geht es darum, Durchlaufzeiten zu optimieren und Engpässe schnell zu erkennen. Insbesondere soll verhindert werden, dass mehrere Entwickler an derselben Stelle innerhalb der großen Bibliothek Hand anlegen, damit sie sich nicht ins Gehege kommen bzw. um möglichst viel Fläche parallel bearbeiten zu können. Weil es sich nie 100%ig ausschließen lässt, dass verschiedene Entwickler (mit unterschiedlichen Zielsetzungen) an ein- und derselben Stelle in der Library tätig werden, hilft eine weitere Methode, die sich gut mit dem Kanban-Ansatz kombinieren lässt, parallel stattfindende Arbeiten voneinander zu entkoppeln: Komplexe Erweiterungen, die potentiell viele Rückwirkungen auf andere Stellen im Code haben, lassen sich in einen sogenannten Branch auslagern. Dort können Funktionalitäten in Ruhe gebaut und getestet werden - auch von mehreren Entwicklern - bevor diese massiven Änderungen schließlich wieder mit dem Hauptentwicklungspfad (Trunk) verschmolzen werden.

Scrum

Bei der vielleicht populärsten agilen Methode ist der Kunde kaum involviert. Vielmehr handelt es sich um einen integrativen Prozess zwischen Entwicklern. Das von ICONPARC seit rund 23 Jahren weiterentwickelte E-Business Framework unterliegt einem Prozess ständiger Optimierungen und Erweiterungen, ohne dass vollkommen klar wäre, wohin die Reise geht. Mit jedem Schritt wird ein neues Zwischenergebnis geschaffen: Anhand dieser Zwischenergebnisse lassen sich fehlende Anforderungen und technische Lösungswege effizienter finden, als durch eine abstrakte Klärungsphase. Bei Scrum entwickelt sich die Planung iterativ und inkrementell. Die empirische Verbesserung fußt auf drei Säulen:

1. Transparenz: Fortschritte eines Projekts

werden regelmäßig und für alle Beteiligten transparent beschrieben.

2. Überprüfung: Projektergebnisse und Funktionalitäten werden regelmäßig geliefert und bewertet.

3. Anpassung: Anforderungen an das Projekt, Pläne und Vorgehensweisen werden kontinuierlich und im Detail angepasst. Durch die Anwendung von Scrum reduziert sich die Komplexität der Aufgabe nicht. Durch Strukturierung in Form kleinerer und weniger komplexer Inkremente lässt sich die mit der gegebenen Aufgabe einhergehende Komplexität dennoch leichter handhaben.

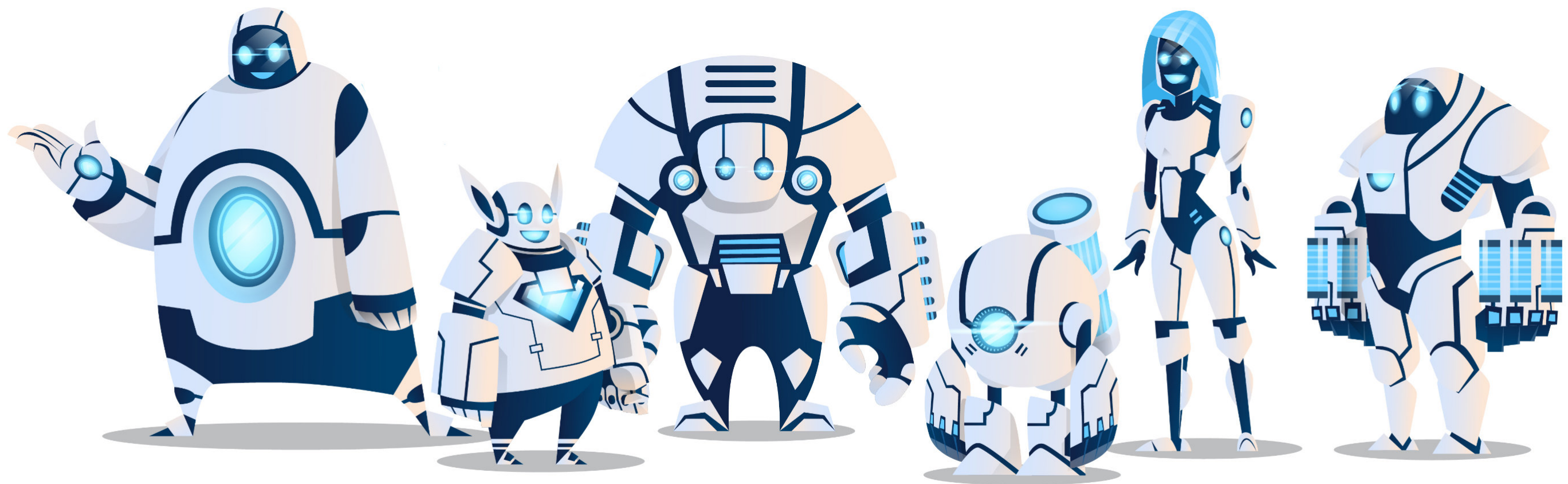
Achtung: Agile Vorgehensweisen erfordern ein ebenso „agiles“ Budget!

Bei der iterativen Entwicklung steht zu Beginn nur ein grober Rahmen mit Anforderungen bzw. Zielsetzungen. Eine belastbare Spezifikation fehlt hingegen - und damit die Grundlage für eine Vorab-Ermittlung des zu erwartenden Umsetzungsaufwands bzw. der voraussichtlich anfallenden Kosten. Dabei ist Scrum nur vordergründig auch für weniger erfahrene Entwicklerteams geeignet: Zwar entfällt insbesondere die anspruchsvolle Erarbeitung eines aussagekräftigen Lasten- und Pflichtenhefts, jedoch werden nur sehr erfahrene Entwickler auf eine Weise mit den entstehenden Freiheitsgraden umgehen können, die nicht in ausufernde Projektlaufzeiten, enttäuschte Erwartungen und dauerüberzogene Budgets mündet.

TestBots

Zusätzlich zu den üblichen Tests durch Entwickler und das Qualitätsmanagement-Team nutzen wir extensiv automatisierte Prüfungen mit Hilfe sogenannter TestBots: Diese helfen uns, mehr als 15.000 Features in den 500 Dialog-Assistenten, 50 Berichte, 20 Suchen, und 25 Ansichten des BACKENDs im Hinblick auf Fehler zu überprüfen. Das geschieht auf all unseren Systemen für Development, Staging und Livebetrieb. Wird dabei ein Fehler gefunden, meldet der TestBot diesen mit umfangreichen Kontext-Informationen an einen Mitarbeiter aus dem Qualitätsmanagement. Da alle Kunden zu großen Teilen Framework-Komponenten und dieselbe Bibliothek nutzen, ist für einen erkannten Fehler schnell ein Bugfix erstellt und auf alle Systemen abgeglichen.

Permanentes Testen – ob manuell oder automatisiert – leistet einen wesentlichen Beitrag zur Robustheit unserer Lösungen.



Wachstum bei laufendem Betrieb

Einer der am meisten geschätzten Vorteile von ICONPARC ist die Möglichkeit, das System zu erweitern – ohne das System anzuhalten.



Maximale Agilität

durch Tool-unterstützten und weitgehend automatisierten Softwareauslieferungsprozess (Continuous Delivery & Deployment). Im Wochenturnus aktualisieren wir alle Livesysteme, nachdem die entsprechenden Update-Pakete zuvor in Staging-Umgebungen getestet worden sind. ICONPARC Kunden erhalten über das

BACKEND eine Übersicht aller eingespielten Updates - einschließlich graphischer Visualisierung des Zeitverlaufs. Ebenso werden zahlreiche weitere Metriken zum jeweiligen Livesystem ansprechend aufbereitet dargestellt.



Warum sind Updates lebensnotwendig?

Modernisierung

Nicht nur die Sehgewohnheiten von Nutzern haben sich in den letzten Jahren durch das zunehmende mobile Surfen auf Smartphones und Tablets deutlich verändert. Auch die technischen Anforderungen wachsen und ändern sich laufend, z.B. durch neue Webbrowser auf den PCs und Mobilgeräten (mit Unterstützung neuerer Versionen von HTML/CSS/JS), durch die geänderten Vorgaben der Suchmaschinen, durch aktuelle Sicherheitsanforderungen. Die Modernisierung unserer Technologie ist ein kontinuierlicher Prozess, der technisch bedeutet, dass das Rückgrat der Software - die Technologiebasis bzw. das Framework - laufend verbessert und weiterentwickelt werden muss. Insbesondere trägt stetiges Refactoring dazu bei, dass vorhandene Strukturen hinterfragt und optimiert werden. Auf diese Weise entsteht ein Grundrauschen an Updates, welches selbstverständlich bereits über die monatliche Updatepauschale abgedeckt ist. Im Ergebnis ist Ihre Plattform von ICONPARC auch nach vielen Jahren im Produktiveinsatz technologisch taufersch!

Projektfortschritte

Eine erfolgreiche Plattform wird man als Betreiber immer wieder erweitern und verbessern, denn Stillstand in der Umsetzung ist bereits ein Rückschritt. Der im FRONTEND erreichte Grad an Kundenorientierung, Individualisierung und Komfort kann immer wieder aufgrund von Nutzer-Feedback, eigenen Erkenntnissen sowie neuen technischen Möglichkeiten optimiert werden. Häufig geschieht es, dass vorhandene Prozesse an moderne Sehgewohnheiten angepasst werden (z.B. Autocompletion macht Vorschläge, optisches Redesign). Darüber hinaus entstehen im Dialog mit Ihren Kunden neue Ideen, um einzelne Features zu verbessern oder Erweiterungen hinzuzufügen. Die Projektentwicklung vollzieht sich technisch in Etappen oder Phasen: Nach dem GoLive ist vor dem GoLive!

Fazit

Modernisierung und Projektentwicklung greifen technisch gesehen ineinander, weil sich (teils stark individualisierte) Projekt-Funktionalitäten auf zentralisierte Funktionen und Module aus dem standardisierten E-Business Framework stützen bzw. damit verzahnt sind. Die besondere Vorgehensweise von ICONPARC sorgt dafür, dass beide Entwicklungsprozesse kontinuierlich zusammenspielen.

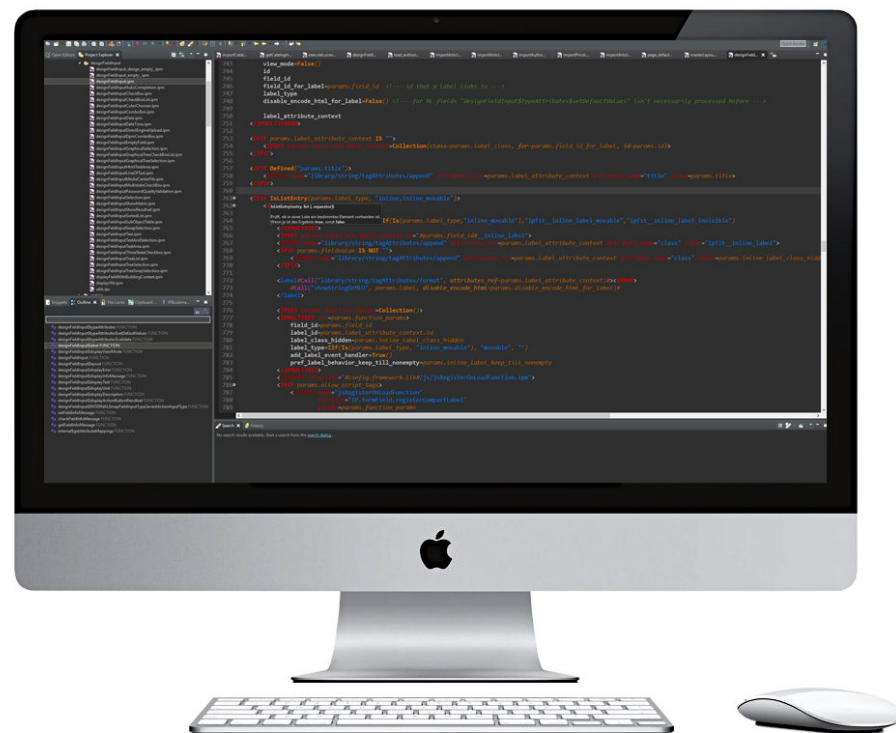
Software Updates

Die Vorgehensweise

Bei der Entwicklung oder Überarbeitung eines Moduls oder Features beginnt der Entwickler mit seiner Codierung. Diese kann, falls an mehreren Stellen parallel gearbeitet wird, jederzeit pausiert werden. Sobald die Entwicklungsarbeit erfolgt ist, identifiziert das System automatisch alle Änderungen und speichert diese als sogenanntes SoftwareFeature. Dieses SoftwareFeature bündelt alle zusammengehörigen Code-Änderungen, Grafiken, Datenbank-Anpassungen etc. zu einem Paket. Um das

SoftwareFeature auf einem Staging- oder Live-System anzuwenden, muss der Entwickler nur noch ein paar Schritte im dafür bereitstehenden Migrationsassistenten durchführen: Alle erforderlichen Änderungen werden dann auf dem Zielsystem eingespielt - passgenau mit den nötigen Teilschritten und in der richtigen Reihenfolge.

Diese Systematik ist extrem effizient und robust.



Development system



Staging system



Live system

Migration von Daten

Datenbank mit Metamodell

Neue Anwendungsprozesse entstehen im fortlaufenden Dialog mit unseren Kunden. Die Entwicklung findet zunächst auf dem Development System statt. Dabei kommt es immer wieder vor, dass (auch) das Datenmodell verändert bzw. erweitert werden muss. Jede unserer Datenbanken verfügt über ein Metamodell und ist somit selbstbeschreibend ausgelegt. Mit Hilfe der Werkzeuge für das Metamodell erstellen wir

neue Tabellen, Relationen (Fremdschlüssel) und Indizes. Bestehende Elemente lassen sich verändern. Die auf diese Weise entstandenen oder modifizierten Datenmodell-Elemente sollen auf das Staging System - und später auf das Live System - übertragen werden, und das ohne Betriebsunterbrechung.

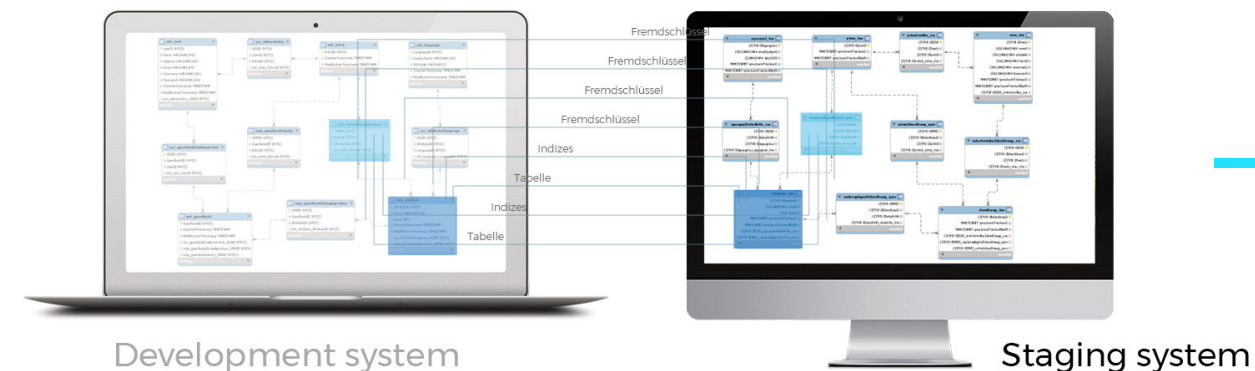
Dazu werden nun im laufenden Betrieb exakt die gleichen Schritte, die zunächst auf dem Development System durchgeführt worden sind, in derselben Reihenfolge auf dem Staging System (und später auf dem Live System) nachvollzogen - automatisiert, und damit höchst effizient und fehlerfrei.

Mittels unserer selbstbeschreibenden Datenbanken und der auf Metamodell-Ebene agierenden Entwicklungswerkzeuge erfolgen Migrationen schnell und fehlerfrei. Dabei können wir auch die Inhalte problemlos systemübergreifend synchronisieren, da wir Identitäts- sowie

Kompatibilitätsattribute kennen bzw. unterscheiden. Selbstverständlich lassen sich auch größere Migrationen gebündelt durchführen - zum Beispiel in der Nacht, damit untertags die Performance nicht beeinträchtigt wird.

Was unsere Kunden davon haben?

Maximale Sicherheit, Agilität und Flexibilität für schnelles Wachstum





Terraforming

Neue Features brauchen ein passendes Ökosystem

Das Ziel beim Terraforming besteht in der Transformation eines Planeten in eine bewohnbare erdähnliche Umgebung. Durch die Umformung mittels zukünftiger Technologien soll dort menschliches Leben ermöglicht werden. Vielleicht kennen Sie das Prinzip aus dem Film Total Recall mit Arnold Schwarzenegger?

Wir haben uns davon inspirieren lassen, um unsere Basistechnologie Jahr für Jahr umfassend zu überarbeiten und damit immer jung zu halten. Durch Einsatz von Refactoring Techniken erzielen wir genau dieses Resultat - nicht nur auf Entwicklungssystemen, sondern auch für all unsere Kundenlösungen.

Dabei unterscheiden wir ...

Manuelles Refactoring

Wir optimieren und säubern unseren Programmcode Tag für Tag. Das Ziel ist, immer ein bisschen besser zu werden, um den Aufwand für Fehlersuche sowie funktionale Erweiterungen zu senken. Dabei verbessern wir Lesbarkeit und Verständlichkeit für alle mit der Codierung befassten Mitarbeiter. Aufgaben hierzu verteilt das Qualitätsmanagement-Team an unsere Entwickler, die allesamt zur Optimierung der Code-Qualität beitragen.

Automatisches Refactoring

Über die manuellen Verbesserungen hinaus gibt es immer wieder anspruchsvolle strukturelle Code-Optimierungen, die flächendeckend umgesetzt werden müssen. Dabei können problemlos mehrere tausend (!) Codestellen betroffen sein, so dass derartige Eingriffe nicht mehr händisch zu bewältigen sind. Automatisiertes Refactoring erstreckt sich auf alle Systeme, egal ob Development, Staging oder Live Umgebung. Wichtig ist hier die Fähigkeit, derartige Änderungen parallel zum laufenden Strom der Software Updates einfließen zu lassen - frei von Konflikten mit dem, was Entwickler gerade codieren.

Dies ermöglichen wir mittels automatisiert ablaufender Terraforming Prozesse, welche zeitgesteuert beispielsweise jedes Wochenende - oder nachts - über alle Codestellen in allen betroffenen Systemen laufen, um Anpassungen durchzuführen.

Lösungen von ICONPARC sind langlebig und bleiben immer jung.



Vorsprung durch Continuous Integration

Mit unseren maßgeschneiderten
Software-Lösungen im digitalen Handel
entwickeln wir jeden unserer Kunden
zum Marktführer in seiner Branche

Robert Strehlow

Dipl.-Inf. // Geschäftsführer & Gesellschafter

Seit 2000 Sorge ich bei ICONPARC vorwiegend hinter den Kulissen dafür, dass unsere Software kontinuierlich und zielgerichtet weiterentwickelt wird. Somit stehe ich einerseits für Innovationskraft, andererseits für Werte wie Robustheit, Wartbarkeit, Performance, Nachhaltigkeit - kurz: Software-Qualitätskriterien für dauerhaft höchste Kundenzufriedenheit.

Sie möchten sich auf technischer Ebene unterhalten?

Rufen Sie mich an. Ich nehme mir gerne Zeit für Sie.

+49 89 - 15900640

consulting@iconparc.de





Ihr Ansprechpartner für digitale Lösungen und Prozesse

Antoine Levy

Dipl.-Ing. // Geschäftsführer & Gesellschafter

Standard kann jeder, auch Ihre Konkurrenz

Um sich von Ihrer Konkurrenz abzuheben, reicht es nicht, die gleiche Standard Software zu nutzen wie alle anderen auch.

Im 21. Jahrhundert entscheidet primär die Software über die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen!

Wir sind das optimale Software-unternehmen, wenn es darum geht, unsere Kunden zum Marktführer in ihrer Branche auszubauen, ihre Endkundenbeziehungen zu verbessern, Prozesse zu automatisieren, neue Märkte zu erschließen, Kostenstrukturen zu optimieren und als Aushängeschild ein digitales Image mit Innovationskraft zu zeigen.

Über unsere Software-Plattformen werden täglich knapp 2 Mio. € abgewickelt. Seit mehr als 24 Jahren entwickeln wir agil und branchenübergreifend maßgeschneiderte Software-Lösungen im Bereich B2B, B2C sowie B2B2C.

Über mich

Seit mehr als zwei Jahrzehnten verantworte ich als Teilhaber den Umsatz sowie die Betreuung unserer Projektleiter. In dieser Zeit haben wir über 50 Unternehmen aus dem gehobenen Mittelstand und Konzerne beraten und exklusive B2B, B2C und B2B2C Software Plattformen entwickelt, darunter PUMA B2B, Schweitzer Fachinformationen, ratioform Verpackungen, Karl Gröner GmbH, EURONICS, RED ZAC sowie die GUNZ Warenhandels GmbH. Über unsere hochgradig individualisierten Plattformen werden täglich knapp 2 Mio. € abgewickelt.

Make or buy?

Sie suchen einen Digitalisierungspartner und haben sich für buy entschieden?

Dann rufen Sie mich gerne an. Zu unserem Leistungsversprechen gehören Termin- und Budgettreue. Mit uns haben Sie einen absolut professionellen und verlässlichen Ansprechpartner, der stets für Sie erreichbar ist!

+49 89 - 15900643

consulting@iconparc.de



In bester Gesellschaft

Hier ein Auszug einiger Referenzen von ICONPARC.
Case Studies finden Sie detailliert auf www.iconparc.de
beschrieben.



ratioform



schweitzer
Fachinformationen

GRÖNER
FACHHANDEL FÜR WERBETECHNIK

GUNZ
Kompetenz in Lebensmitteln



bürkert
FLUID CONTROL SYSTEMS

ICONPARC

Sophienstr. 1
80333 München

+49 89 - 15900610

iconparc.de
hello@iconparc.de

