

Kommentar

Wie füllt man digitale Innovation mit Leben?

Kommentar von Tim Hahn, Geschäftsführer der netz98 GmbH zur Magento Imagine 2017 und der Weiterentwicklung des Magento Portfolios

In der heutigen schnelllebigen und volatilen Wirtschaft müssen Marken außergewöhnliche Erlebnisse liefern, um positiv auf die schwindende Loyalität – oder auch wachsende Freiheit – der Konsumenten zu reagieren. Der Commerce muss zum Kunden kommen, wann und wo immer dieser Interesse hat. Das ist keine ganz neue Einsicht, aber dennoch braucht es einige Zeit, bis sie ins Bewusstsein der Akteure tritt. Umso eindrucksvoller, wenn man diesen Prozess positiv miterlebt. Wie auf der Imagine 2017.

Jedes Jahr treffen sich hier Agenturen, Entwickler, Partner und Kunden auf dem wichtigsten Event des Magento-Ökosystems, um sich selbst für die vergangenen Erfolge zu feiern aber auch einen Blick in die Zukunft des meistgenutzten Shopsystems zu werfen. Vielleicht nicht kritisch, aber realistisch. Denn trotz aller Begeisterung, der Markt wird Jahr für Jahr härter.

Digitale Innovation

Magento Commerce hat sich daher ganz dem Thema „digitale Innovation“ verschrieben. Das bedeutet, dass der Blick nun weit über den Tellerrand des E-Commerce hinausgeht. Dies spiegelt sich auch im neuen Branding als „Cloud Digital Commerce Leader“ wider. Doch wie füllt man das Thema mit Leben? Magento hat massiv investiert und tut dies weiterhin – auch mit der Unterstützung eines weiteren Investors, Hillhouse Capital –, um das leistungsfähigste und flexibelste Portfolio für einen ganzheitlichen Commerce in den Markt zu bringen. Schwerpunkte sind dabei die Bereiche Cloud, Business Intelligence und Customer Experience – also das nahtlose, personalisierte Erlebnis über alle Kanäle und Phasen der eigenen Customer Journey hinweg.

Data Driven Commerce

Magento bietet Händlern eine anspruchsvolle und vollständig anpassbare Business Intelligence Lösung als Teil seiner Magento Commerce Cloud. Das Spektrum der BI-Lösung ermöglicht nun endlich einen Perspektivenwechsel: weg von historischen Umsatz- und Warenkorbgrößen als einzigen KPIs, hin zu einer aktuellen, kundenzentrierten Betrachtung der E-Commerce-Performance, wovon auch Marketing- und Produktentwicklung profitieren. Data Discovery ist das neue Schlagwort.

Kommentar

Kundenorientierte Produkte auf der Imagine 2017

Nach der Veröffentlichung der BI-Lösung im vergangenen Jahr wurden nun auch offiziell neue Lösungen und Services wie Magento CMS und Magento Security Scan auf der Imagine präsentiert, bei denen der Mehrwert für die Konsumenten im Vordergrund steht:

- Magento CMS ist eine Erweiterung der Magento Enterprise Edition auf Basis des beliebten Content Management Moduls von bluefoot, das Magento kürzlich erworben und nun integriert hat. Damit verfügt Magento über ein vollumfängliches, nutzerfreundliches Content Management System mit dem auch Marketer arbeiten können.
- Security Scan ist ein kostenloser Magento Service, über den ohne Performance-Einbußen der Shop in regelmäßigen Abständen automatisiert geprüft wird. Der Service befindet sich noch in der Beta-Phase.
- Hinzu kommt noch Magento Social. Die Lösung ermöglicht es Händlern, mit Konsumenten über Social Media Kanäle, einschließlich Facebook und Pinterest zu interagieren – direkt und zentral über die E-Commerce-Plattform gesteuert. Bedenkt man, dass bis zu 10 Prozent des gesamten Online-Umsatzes in diesem Jahr über soziale Kanäle generiert werden, ist ein besserer Zugang zu diesen Käufergruppen natürlich Gold wert.
- Schließlich kommt bald noch Magento Shipping auf den Markt. Magento Shipping ist eine Multicarrier-Versandsoftware, die die Versandabwicklung mit unterschiedlichen, internationalen Transportdienstleistern weiter automatisiert und vereinfacht – und Kunden mehr und günstigere Versandmöglichkeiten eröffnet.

Cloud – im B2B in jeder Richtung skalieren

Außerdem legt Magento einen stärkeren Fokus auf das Cloud-Business sowie das B2B-Segment. So wurde etwa als ein besonderes Highlight auf der Imagine das Projekt für die Liebherr B2B-Sparten als Leuchtturmprojekt ausgezeichnet. Die Plattform basiert auf der Magento Enterprise B2B Edition und verbirgt hinter hoher Usability und nutzerfreundlichen, einfachen Services eine gewaltige Komplexität. Hier hat Magento aber die Zeichen der Zeit erkannt. Die „Magento Digital Commerce Cloud for B2B“ soll Unternehmen zukünftig out-of-the-box in die Lage versetzen, solch komplexe B2B-E-Commerce-Anforderungen wie hierarchische Unternehmensaccounts, Schnellbestellung, Angebotsanfragen oder individuelle Preise kosteneffizient abzubilden und bedarfsgerecht über Cloud-Services zu skalieren.

Kommentar

Zukunftsfähig – aber kein Spaziergang

Mittlerweile sind weltweit 3.900 Unternehmen mit einem Umsatz von 4,2 Milliarden Dollar Teil des Magento Ökosystems. 205.000 Entwickler befassen sich professionell mit der Software. Beeindruckende Zahlen, die für die Zukunftsfähigkeit der Cloud Commerce Plattform sprechen. Doch es bleiben immer auch Fragen offen: Wie lassen sich die erwähnten Neuerungen, die vor allem mit dem Fokus auf den nordamerikanischen und asiatischen Markt entwickelt wurden, für den europäischen Raum adaptieren? Denn weiterhin gelten hier höhere Standards bei Datenschutz und Datensicherheit – und auch größere Bedenken. Währungs- und Zollsysteme weichen von amerikanischen Strukturen ab, andere Logistikpartner sind hier aktiv und Kunden bewegen sich – kulturell bedingt – in anderen Wertesystemen mit anderen Erwartungen. Die große Community und das breite Partnernetzwerk von Magento sind da ein Glücksfall. Denn Magento ist sich zum aller ersten Mal dieser Unterschiede voll auf bewusst und setzt verstärkt auf die europäischen Partneragenturen, um Anpassungshürden schnell zu überwinden. Wie füllt man also digitale Innovation mit Leben? Durch die Umsetzung der eigenen, zukunftsweisenden Vision, die konsequente Nutzung von State-of-the-Art Technologien und die profunde Kenntnis der internationalen Marktanforderungen.

Über die netz98 GmbH

Als größter deutscher Magento Enterprise Solutions Partner betreut netz98 ganzheitlich komplexe E-Commerce-Projekte. Das Leistungsspektrum reicht von der E-Commerce-Beratung über die Shop-Realisierung und Optimierung bis hin zu Infrastruktur/Hosting und Vermarktung. Auf dem Blog Regalsprecher posten die Experten von netz98 regelmäßig über interessante Hintergründe und Trends zu diesen Themen.

In Mainz, Hamburg, München, Stuttgart und Würzburg beschäftigt netz98 insgesamt 60 Mitarbeiter. Dabei stehen Qualität, Leidenschaft und messbarer Erfolg im Fokus aller Aktivitäten.

Zu den Kunden zählen unter anderem BAUHAUS, Continental, Heraeus Kulzer, Liebherr, MDM Münzhandelsgesellschaft, Meyer Quick Service Logistics, SEAT, Škoda, SSI Schäfer und TeamViewer.

Kontakt:

netz98 GmbH
Tim Hahn
Hattenbergstr.10
D-55122 Mainz
Tel: +49 (0)6131-90798-98
Fax: +49 (0)6131-90798-99
E-Mail: t.hahn@netz98.de
Internet: www.netz98.de
twitter.com/netz98

Möller Horcher Public Relations GmbH
Niederlassung Freiberg
Sandy Wilzek
Heubnerstr. 1
D-09599 Freiberg
Tel: +49 (0)3731-2070-910
Fax: +49 (0)3731-2070-929
E-Mail: sandy.wilzek@moeller-horcher.de
Internet: www.moeller-horcher.de