

Pressemitteilung

Den Amazon-Effekt überwinden: Digital Experience Platform (DXP) für Onlinehändler

BloomReach: Neue DXP for Commerce-Lösung optimiert Einkaufserlebnis und Konversionsrate

Mountain View / Amsterdam, 12. September 2018 +++ BloomReach, führender Digital Experience Platform (DXP)-Anbieter (www.bloomreach.com), bietet Onlinehändlern ab sofort eine neue Lösung, um das Einkaufserlebnis zu optimieren und die Konversionsrate zu steigern. Damit gelingt es Unternehmen, sich mit ihrem eigenen Direct-to-Consumer-Kanal gegenüber Giganten wie Amazon und Co. zu behaupten. Mit der neuen „DXP for Commerce“ erhalten sowohl Einzel- und Versandhändler als auch Marken und das produzierende Gewerbe die Möglichkeit, relevante und personalisierte digitale Kundenerlebnisse mit hoher Geschwindigkeit umzusetzen: mittels KI-gesteuerter Suche, intelligenter Verkaufsförderungsfunktionen und eines agilen Headless-Content-Management-Systems.

Die Funktionen zur Verkaufsförderung beinhalten beispielsweise eine Echtzeit-Auswertung des Kundenverhaltens und ermöglichen eine Anpassung der Produktkategorien an Browserverhalten und Präferenzen des Kunden. Das Zusammenspiel aller genannten Funktionalitäten optimiert die Erfahrung des Kunden während seines Aufenthalts im Onlineshop. So steigern Shopbetreiber den Umsatz pro Besuch und die Kundenloyalität. Die DXP for Commerce lässt sich mit bestehenden Commerce-Plattformen wie etwa Elastic Path, SAP Commerce Cloud, Skava, Symphony oder commercetools einfach integrieren, um somit eine vollständige E-Commerce-Lösung zu bilden. BloomReach hat die neue Lösung heute auf der Dmexco in Köln gemeinsam mit commercetools, Anbieter einer Headless-Commerce-Plattform, erstmals der Öffentlichkeit präsentiert.

Microservices-basierte Architektur bietet Innovationsgeschwindigkeit

„Sowohl B2B- als auch B2C-Unternehmen erleben gerade beunruhigende Zeiten“, sagt Raj de Datta, Mitgründer und CEO von BloomReach. „Amazon, Alibaba und andere disruptive Konzerne stellen eine existenzielle Gefahr für ihr Business dar. Um mithalten zu können, haben Onlinehändler bislang auf commerce-getriebene Architekturen zurückgegriffen – diese bieten jedoch nicht die notwendige Geschwindigkeit. Unternehmen sollten daher von monolithischen E-Commerce-Plattformen auf eine microservices-basierte Architektur umsteigen, die nicht nur den Webshop, sondern alle digitalen wie analogen Touchpoints unterstützt. Dies bietet zwei Vorteile: Mehr Kontrolle über die Customer Experience, die nun hoch personalisiert ist, und die Möglichkeit, schnell auf neue Entwicklungen zu reagieren. Unsere DXP for Commerce ermöglicht all dies – auch in Kombination mit bestehenden Plattformen.“

Dreiklang aus CMS, intelligenter Suche und offener Architektur

Herkömmliche E-Commerce-Plattformen sind in Sachen Content Management

beschränkt und nicht in der Lage, die neuesten Entwicklungen hinsichtlich intelligenter Suchfunktionen und digitaler Verkaufsförderung zu realisieren. Dafür braucht es eine experience-getriebene Plattform basierend auf diesen drei Erfolgsfaktoren: ein hochwertiges CMS, eine KI-gestützte Suchfunktion und eine offene Architektur. Die DXP for Commerce erfüllt diese Kriterien und ermöglicht damit Onlinehändlern, optimale Kundenerlebnisse zu schaffen und ihre Umsätze deutlich zu steigern.

BloomReach hat ein globales Ökosystem aus erstklassigen Digitalagenturen und Systemintegratoren aufgebaut, die Unternehmen bei der Implementierung der DXP for Commerce unterstützen können. Dazu zählen Accenture Interactive, Authentic, Avionos, Dept, diva-e, Gorilla, Incentro, Object Edge, Osudio, SapientRazorfish, Shift7 Digital, Valtech, XumaK und Zaelab.

Das sagen die Partner von BloomReach zur neuen DXP for Commerce:

„Hersteller und Händler müssen mit neuen Kanälen und Geschäftsmodellen experimentieren und so Erlebnis und Handel miteinander verschmelzen. Die Kombination der BloomReach DXP for Commerce und unserer Commerce-APIs ermöglicht Unternehmen und Marken genau das – sozusagen 'best-of-breed'.“, erklärt Dirk Hoerig, Gründer und CEO von commercetools.

„Packende digitale Kundenerfahrungen zu bieten, ist heute unentbehrlich“, sagt Brian Grady, CEO von Gorilla. „Die BloomReach DXP for Commerce ermöglicht es uns, Lösungen zu schaffen, die mit den führenden Digital Commerce-Plattformen am Markt ohne Weiteres integrierbar sind und mit denen sich unsere Kunden gegenüber dem Wettbewerb behaupten.“

Victor Terpstra, CCO bei Osudio: „Die BloomReach DXP for Commerce schafft in Verbindung mit bestehenden Commerce-Lösungen einen wichtigen Mehrwert: Der Einsatz von künstlicher Intelligenz bei Website-Suchfunktionen und Verkaufsförderungstools ermöglicht es Online-Einzelhändlern, erhebliche Umsatzsteigerungen zu erzielen. Gleichzeitig können Marken mit Hilfe der CMS-Funktionen Geschichten rund um ihre Produkte und Dienstleistungen erzählen, die den Kunden begeistern und ihm ein angenehmes Einkaufserlebnis vermitteln.“

Über commercetools

Das Software-Unternehmen ermöglicht mit seiner cloudbasierten E-Commerce-Plattform inspirierende Einkaufserlebnisse über alle Kanäle: von mobilen Apps über Sprachassistenten, Chatbots, AR/VR- und IoT-Anwendungen bis zu Car Commerce. Internationale Marken wie Carhartt WIP, Cimpres (z. B. Vistaprint und Tradeprint), Express, Geberit und Wizards of the Coast (Hasbro) setzen beim digitalen Handel auf die cloudbasierte commercetools-Plattform. commercetools wurde 2006 gegründet und gehört seit 2014 zur REWE Digital GmbH. An den Standorten München, Berlin, Jena, Amsterdam (Niederlande) und Durham (North Carolina/USA) sind insgesamt über 150 Mitarbeiter beschäftigt.

Über BloomReach

BloomReach-Software verhilft ihren Nutzern – Einzelhändlern, Banken, Distributoren, Herstellern, Behörden und anderen Enterprise-Unternehmen – zu hochpersonalisierten digitalen Erlebnissen. Als Digital Experience Platform-Anbieter hat BloomReach (www.bloomreach.com) die nächste Generation von CMS, digitalem Merchandising, Site Search und SEO in die weltweit erste offene und intelligente Digital Experience Platform (DXP) integriert. Die BloomReach DXP fördert so Kundeninteraktion und Kundenbindung und erhöht gleichzeitig Konversionsrate und Umsatz. Mit seinem globalen Netzwerk aus zertifizierten Partnern bedient BloomReach hunderte von Enterprise-Kunden. Dazu zählen Neiman Marcus, REI, Mailchimp, FC Bayern München, Carhartt WIP, Edeka Nord, 1&1, Provinzial, Randstad, Weleda und das Britische NHS.

2009 im Silicon Valley gegründet, wird BloomReach von NEA, Battery Ventures, Lightspeed Ventures, Bain Capital Ventures und Salesforce Ventures unterstützt. BloomReach hat seinen Hauptsitz im Silicon Valley und verfügt über Niederlassungen auf der ganzen Welt.

Kontakt:

BloomReach GmbH
Niels Koekoek
Oosteinde 11
1017 WT Amsterdam
Niederlande
Tel. +31 6 2497 6157
niels.koekoek@bloomreach.com
www.bloomreach.com

Möller Horcher Public Relations GmbH
Katja Dreißig
Ludwigstraße 74
63067 Offenbach
Deutschland
Tel. +49 69-809096-49
katja.dreissig@moeller-horcher.de
www.moeller-horcher.de