

**Vileda setzt auf zentrale
Digitalplattform für B2B und B2C**



Einheitliches Kundenerlebnis weltweit

Eine zentrale Digitalplattform mit einheitlichem Kundenerlebnis für B2B und B2C Kunden über alle Standorte und Marken weltweit – das war die große Herausforderung für Vileda, eine Marke der Freudenberg Home and Cleaning Solutions GmbH.

Die Kunden von Vileda sind genauso unterschiedlich, wie die Produkte selbst. Das Unternehmen bietet Lösungen für Privatkunden (B2C), als auch Geschäftskunden (B2B). Daher war es für Vileda wichtig, eine zukunftsfähige Digitalplattform zu schaffen, die beide gleichermaßen glücklich macht. Zudem sollte sich die Commerce-Lösung nahtlos in die bestehende Infrastruktur einfügen und alle Länder mit ihren spezifischen Marken und Besonderheiten unterstützen und sicher in die Zukunft begleiten.

Heute wird die Plattform in ca. 30 Ländern genutzt, darunter beispielsweise auch in China, Russland und im Mittleren Osten. Unterschiedliche Sprachen, Währungen und Kulturen werden so zu einem einheitlichen Auftritt zusammengebracht, der in einer zentralen Plattform auf Basis der SAP Commerce Cloud zu Hause ist.

Führender Markenanbieter mit namhaften Brands

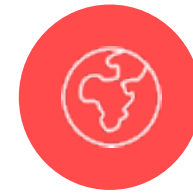
Wer kennt nicht den Vileda Wischmop Ultramat oder den Vileda Turbo? Dahinter verbirgt sich das erfolgreiche Unternehmen Freudenberg Home und Cleaning Solutions GmbH.

Freudenberg Home and Cleaning Solutions ist ein weltweit führender Markenanbieter von Reinigungssystemen, Haushalts- und Wäschepflegeprodukten und verfügt über ein eigenes Vertriebsnetz in mehr als 35 Ländern. Das Unternehmen bietet fortschrittliche Lösungen, die Millionen von Kunden rund um den Globus das Leben leichter machen. Zum Portfolio zählen Marken wie Vileda®, O’Cedar®, Oates, Gimi®, Gala®, Wettex® und Marigold®. Freudenberg Home and Cleaning Solutions erzielte 2019 einen Umsatz von mehr als 975 Millionen Euro und beschäftigte mehr als 3.000 Mitarbeiter.





Highlights auf einen Blick



One for the world

Mehr als 35 Länder weltweit kommen auf einer Digitalplattform zusammen und bilden dort die zentrale Basis für einen international einheitlichen Auftritt.



B2B & B2C

Sowohl B2B als auch B2C Kunden können gleichermaßen bedient werden. Dabei werden die unterschiedlichen Bedürfnisse der Zielgruppen berücksichtigt und erfüllt.



Multi-Brand

Die Balance zwischen den Marken und den länder- und markenspezifischen Anforderungen gelingt.

Einheitliches Kundenerlebnis – weltweit

Die Zielsetzung: Das Kundenerlebnis soll perfekt sein – weltweit. Für B2C gilt: Wenn Kunden einkaufen, muss es schnell und einfach sein. Für Vileda stand daher fest: Kunden sollen Produkte leicht finden und bei Bedarf zusätzliche Informationen zu den Produkten und den Einsatzgebieten erhalten. Auch dem Anspruch aus dem Marketing nach einer ansprechenden und responsiven Website will das Unternehmen entsprechen. Besonders B2B Kunden werden im Professional-Bereich mit branchen- und produktspezifischen Informationen versorgt.

Mit der neuen Plattform stellt Freudenberg sicher, dass Marken adäquat positioniert, wiedererkannt und gefunden werden. Den spezifischen Anforderungen hinter jedem Land und jeder Marke wird Rechnung getragen.





Ein zentrales Team steuert auf Corporate Ebene die Guidance: Designvorgaben, Layout, Features und Funktionen. Diese können zentral innerhalb der SAP Commerce Cloud ausgerollt werden. Bei Bedarf werden länderspezifische Besonderheiten direkt vom jeweiligen Land angepasst. Jedes Land pflegt den eigenen Content, denn hier liegt das Wissen über die spezifischen Anforderungen vor Ort.

„In der Vergangenheit hatten wir große Einschränkungen bei der Platzierung von reichhaltigem Content und unsere User Experience war über alle digitalen Kanäle hinweg veraltet. Mit der SAP Commerce Cloud haben wir nun Prozesse entwickelt, mit denen wir unsere ansprechenden Marken- und Werbeinhalte in großem Umfang und mit hoher Flexibilität an unseren globalen Kundenstamm weitergeben können. Unsere Inhalte helfen uns auch bei der Konvertierung und beim Erreichen unserer Geschäftsergebnisse. Zum Beispiel haben die Umsätze unseres Vileda UK Webstores unsere Umsätze bei einem der größten britischen Online-Händler übertroffen“.

Sandip Chowdhury, Global Director e-Commerce,
Freudenberg Home and Cleaning Solutions

B2B und B2C – zwei Welten, eine Plattform

Mit der neuen Plattform gelingt Freudenberg die große Herausforderung der Branded Consumer Goods (BCG) gegenüberstehen: sowohl die Marken zu positionieren als auch ein gutes Verhältnis zwischen Shop, Content und Positionierung zu schaffen. Die SAP Commerce Cloud als neue Lösung bietet genau das.

„Wir wollten eine globale Lösung, die in unsere kohärente, gesamtheitliche Strategie passt. Eine zentrale Plattform als Framework, die in alle möglichen Richtungen offen und erweiterbar ist. Die SAP Commerce Cloud (damals noch SAP Hybris) hat dazu am besten gepasst.“

Monika von Düring, Senior Corporate Director Processes & Systems,
Freudenberg Home and Cleaning Solutions

Die Markenwelt von Freudenberg Home and Cleaning Solutions hält gleichermaßen Angebote für B2C und B2B bereit. Der Professional Bereich (B2B) verfügt heute über ein einheitliches Content Management System (CMS) mit zentral verwaltetem, qualitativ hochwertigem Content. Das vorherige CMS war nicht zukunftsfähig und wurde abgelöst. Der Consumer Bereich (B2C) glänzt mit einem modernen Shop, der die Balance zwischen Markenauftritt und Content perfektioniert und auf die mehr als 30 Länder ausrollbar ist, in denen das Unternehmen agiert.



Relevante Informationen einfach zugänglich gemacht für B2B

Wichtig ist es, B2B Kunden bei der Entscheidungsfindung zu unterstützen und Ihnen relevante Informationen zur Verfügung zu stellen.

Wie werden Produkte richtig eingesetzt? Wie kann man Produkte branchenabhängig richtig auswählen? All diese Fragen werden im Vileda Professional Bereich beantwortet. Dort gibt es neben ausführlichen Informationen zu den speziellen Produkten auch virtuelle, branchenspezifische Räume. Kunden sehen beispielhaft, wo welches Produkt angewendet werden kann. Die Verlinkung und Platzierung von Produkten in virtuellen Räumen wurde mit dem sogenannten Inspiration Cockpit der SAP Commerce Cloud umgesetzt.

Die Pflege der Inhalte für bestimmte Branchen, Services oder Anforderungen erfolgt dabei mittels des Content Management Systems (CMS) der SAP Commerce Cloud.



Multibrand Shop für B2C: Clean und modern

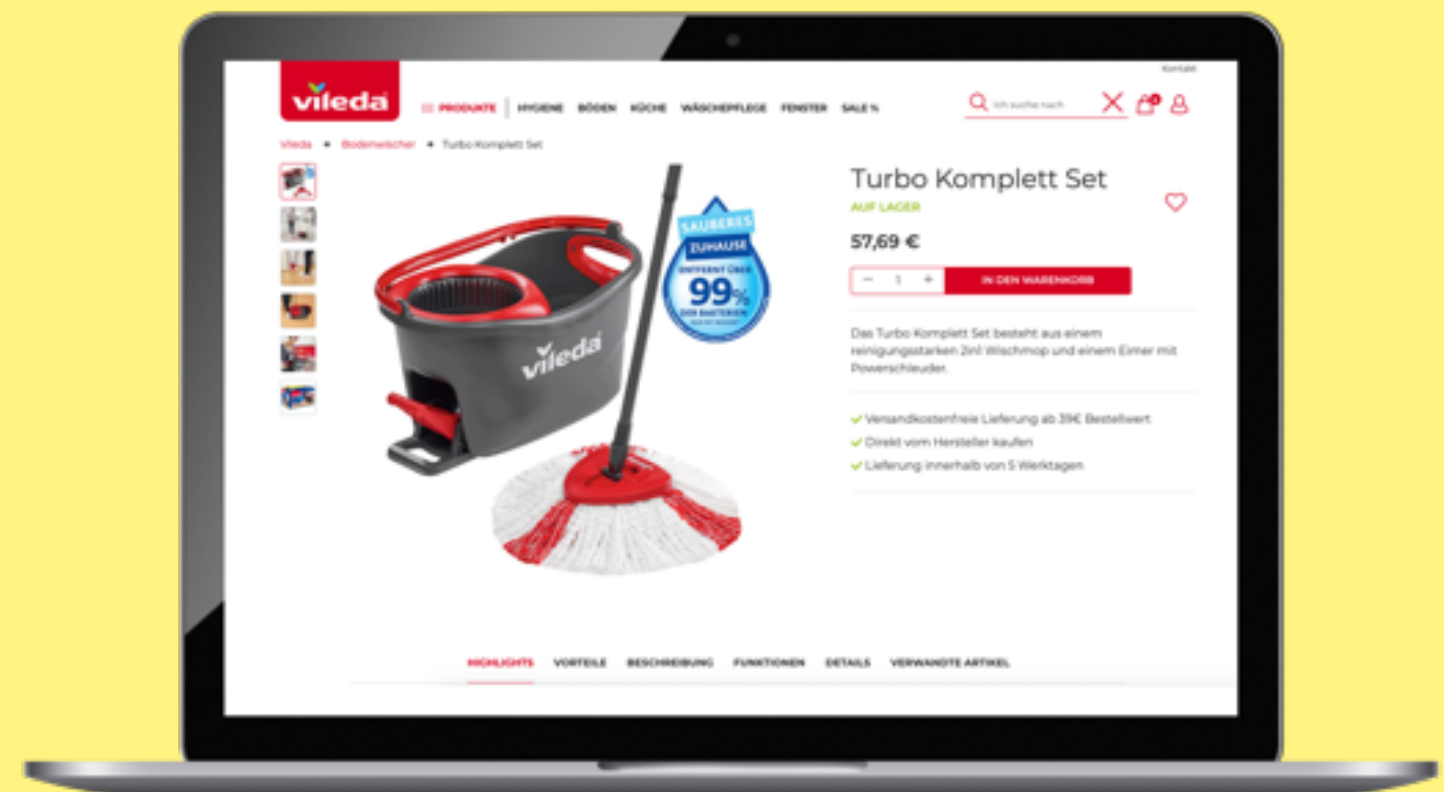
Der moderne Shop im Consumer-Bereich basiert ebenfalls auf der SAP Commerce und bietet den Kunden ein sauberes Einkaufserlebnis. Hier erhalten die Marken ihren Platz zur Darstellung und Kunden bekommen zielgerichtet die Informationen, die sie brauchen.

Über die zentrale Plattform wird sichergestellt, dass in allen Ländern, in denen der Shop ausgerollt wird, der Auftritt einheitlich ist, auch wenn der Shop nicht vom Unternehmen selbst betrieben wird.

Im Back-End stellt die SAP Commerce Cloud die Funktionen bereit, die es braucht, um die Shop-Landschaft international aufzubauen. Zur reibungslosen Zahlungsabwicklung sind verschiedene Payment Service Provider integriert. Die SAP Commerce Cloud ist über eine eigene Middleware direkt an das SAP ERP angebunden, was eine schnellstmögliche Auftragsverarbeitung sicherstellt. Eine RESTful API sorgt für die automatische Übertragung von Bestands- und Auftragsinformationen in den Shop. Kundenanfragen können durch die Anbindung an SAP Sales Cloud direkt weiterbearbeitet werden.

„valantic hat uns als Partner den Boost gegeben, den wir brauchten: Die Expertise war sowohl für B2B als auch für B2C tiefgehend – technisch und auch strategisch.“

Vidya Nair, IT Manager Web Presence and e-Commerce,
Freudenberg Home and Cleaning Solutions





Innovating Together

„Innovating Together“ das heißt für Vileda und Freudenberg Home und Cleaning Solutions: die Lösung muss integriert sein und End-to-End-Prozesse ermöglichen. Zudem ist die Zukunftsfähigkeit der Plattform ein wesentlicher Treiber, sowie die Erweiterbarkeit, denn die Produktwelt von Vileda und damit auch Freudenberg wächst kontinuierlich – in neue Länder, aber auch in technisch andere Richtungen. Der Projektname „Trinity“ spiegelt die Dreieinigkeit der Bereiche E-Commerce, Marketing und IT wider. Synergien sollen abteilungsübergreifend ideal genutzt werden.

Das Spannungsfeld zwischen ansprechendem Content und erfolgreichem Shop, der sicher und stabil funktioniert, konnte gelöst werden. Die SAP Commerce Cloud unterstützt Brand Management, Shop und Content Management System in einem und ebnet den Weg in eine erfolgreiche Zukunft.

Eingesetzte Technologien

- SAP Commerce Cloud
- Inspiration Cockpit zur Umsetzung virtueller Räume
- Integration verschiedener Payment Service Provider
- Anbindung von SAP Sales Cloud für Kundenanfragen (Ticketing)
- SAP ERP-Anbindung über eine eigene Middleware
- Bereitstellung einer RESTful API zur automatischen Übertragung von Bestands- und Auftragsinformationen
- Nächster Schritt: Anbindung eines Digital Asset Management Systems zur zentralen Verwaltung von Medien



Über valantic CX

Die Division valantic CX zählt zu den größten Anbietern von Lösungen für Customer Experience Management (CXM), Customer-Relationship-Management (CRM), Digital Business, E-Commerce und Marketing Automation im DACH-Raum. valantic CX unterstützt seine Kunden technologieagnostisch und positioniert sich als No.1-Beratung in den Technologien Spryker, pimcore, Magento und Shopware. Auch im Bereich der SAP Customer Experience Suite ist valantic als SAP Gold Partner und SAP Cloud Focus Partner ein führender Anbieter.

Sie wollen mehr erfahren?

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Webseite unter:



www.valantic.com/customer-experience

oder sprechen Sie uns an!



info@cec.valantic.com



+49 621 391770

valantic CEC Deutschland GmbH

Reichskanzler-Müller-Straße 14

68165 Mannheim

Deutschland

+49 621 391770

info@cec.valantic.com

www.valantic.com