

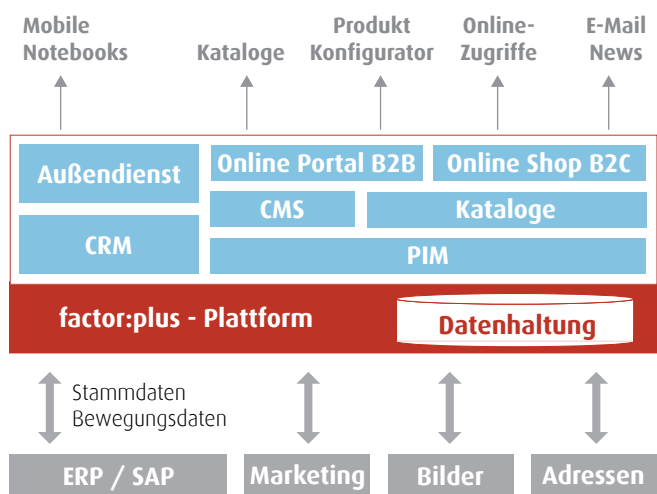
factor:plus - Online-Portal



Shop und Portal

Das factor:plus Online-Portal bietet Ihnen mehr als eine reine Bestell- und Warenkorb-Funktionalität. Mit dem factor:plus Online-Portal steht Ihnen rund um die Uhr der „Vertriebsweg Internet“ mit seinem wachsenden Potential zur Verfügung.

factor:plus unterstützt ihren professionellen Markenauftritt. Zur Steigerung der Kundenbindung bieten Sie Ihrer Klientel echte Informationsmehrwerte. Das können aktuelle Informationen zum Sortiment sein, zur Verfügbarkeit des gewählten Produkts oder zum aktuellen Status laufender Aufträge. Das können aber auch Hintergrundinformationen sein, die Sie in Magazinform präsentieren, um Ihre Produktlinien und Marken stärker beim Kunden zu verankern. Dabei können zielgruppenspezifische Informationen verwaltet werden, denn Endkunden (B2C) werden von anderen Interessen geleitet als Geschäftskunden (B2B).



Die Grafik zeigt das Zusammenspiel der verschiedenen factor:plus Module für den Online-Handel.

Die factor:plus Plattform ist dabei mit dem ERP, mit Quellen für Marketingdaten und mit Logistiksystemen verbunden.

Ein zentrales Produkt-Informations-Management (PIM) kann dabei verschiedene Online-Anwendungen des Kunden und seiner Geschäftspartner mit internet-gerechten Produktdaten versorgen.

Die factor:plus Module schaffen Transparenz

Mit dem factor:plus Online-Portal schaffen Sie Luft im Verkauf, weil z.B. Online-Bestellungen automatisch in Ihre ERP-Auftragsabwicklung einfließen. factor:plus integriert Ihre Kunden direkt mit Ihren internen Prozessen. Das schafft Transparenz und verkürzt die Reaktionszeit, weil vieles vom System erledigt wird.

Das factor:plus CMS (Content Management System) unterstützt dabei die Aktualität Ihrer Websites und Markeninformationen. Und als einheitliche Marketing-Datenbank bietet Ihnen das factor:plus Modul PIM (Product Information Management) eine konsolidierte Basis aller Produktdaten mit strukturierten und „lesbaren“ Informationen, die der Markt verlangt.

Kundennutzen des factor:plus Online-Portals

- Stets aktuelles Produktsortiment (inkl. Preise und Zusatzinformationen),
- Zentrale Datenpflege für unterschiedliche Ausgabekanäle,
- Outsourcing des Betriebs und des Monitoring der Plattform an die IT-Informatik,
- Analyse des Kaufverhaltens von Internetkunden,
- Optimierung des Sortiments für einzelne Käufergruppen oder Endkunden,
- Prozessoptimierung in der Auftrags- und Lieferabwicklung durch Integration ins ERP,
- Erhöhung der Kundenbindung,
- Sukzessiver Ausbau möglich in Richtung Multichannel und Mobile Commerce.

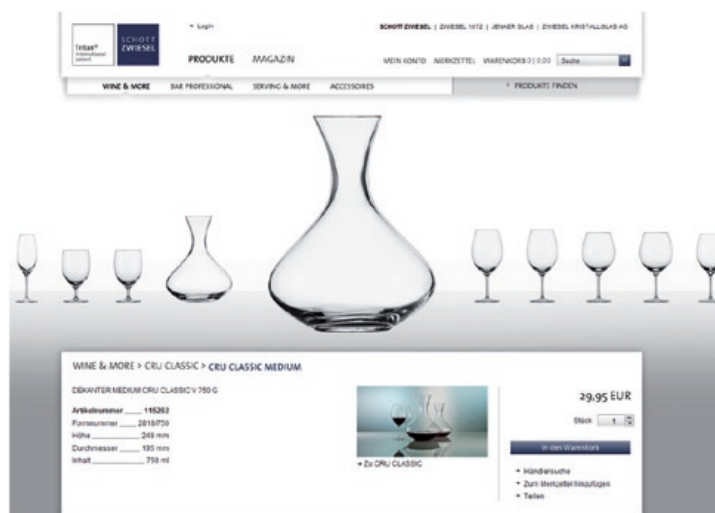


Das factor:plus Online-Portal bietet Ihnen E-Commerce mit folgenden Highlights:

- Katalogmanagement,
- Bestellfunktion mit Preisfindung, Warenkorbfunktionen und Kontierung,
- Layout individuell anpassbar,
- News, Aktionen, Sonderangebote,
- Cross- und Upselling Features,
- Download von Zusatzdokumenten (Datenblätter, Rezepte etc.),
- Logistische Abwicklung und Erstellung der Lieferpapiere („Fulfillment“),
- Kundenregistrierung,
- Newsletter, Kampagnen Management,
- Bestellstatistiken und Statusanzeigen für den Kunden,
- Web-Reporting zur Erfolgskontrolle (Was wurde gekauft? Was konnte nicht gekauft werden?),
- Integration von Kundenbindungs-, Rabattsystemen (z.B. Online Gutscheinen),
- Anbindung von Produktkonfiguratoren,
- Anbindung von logistischen Subsystemen (Versandstatus),
- Integration ins eigene ERP-Backend (Artikelverfügbarkeit, Preisfindung, Auftragsübergabe),
- Mehrsprachen- und mehrmandantenfähig.

Ihr B2C-Kanal erhält mit factor:plus unter anderem folgende weitere Funktionen:

- Integrierte Zahlungsabwicklung (u.a. Kreditkarte, Lastschrift etc.),
- Anbindung von Adressprüfungen,
- Kundenbindung durch eigene Communities, Foren, Blogs,
- Anbindung von Social Media Diensten (facebook, twitter etc.),
- Gezieltes Marketing durch Profilbildung, z.B. durch Usage Mining / Analyse des Klickverhaltens,
- Stärkung des Markengedanken durch Kundenmagazine, die z.B. Events zum Produkt promoten.



B2B-Prozesse werden von factor:plus ebenfalls gezielt unterstützt:

- Kundenspezifische Sortimente, Preise und Konditionen,
- Kontierungen und Kommissionen,
- Reklamationsanmeldung,
- Belegarchiv, Offene Posten Anzeigen,
- Bestellungen per Schnittstelle ans B2B Kunden-ERP (EDI),
- Download von Zusatzdokumenten (Etiketten, Sicherheitsdatenblätter, Marketinghilfsmittel etc.).

