



## Online-Markenauftritt und B2C-Shop für Zwiesel Kristallglas

**Mit einem exklusiven Online-Markenauftritt inkl. Shop bietet Zwiesel Kristallglas den Kunden ein besonderes Einkaufserlebnis. Entwickelt und umgesetzt hat ihn die IT-Informatik auf Basis ihrer factor:plus-Plattform.**

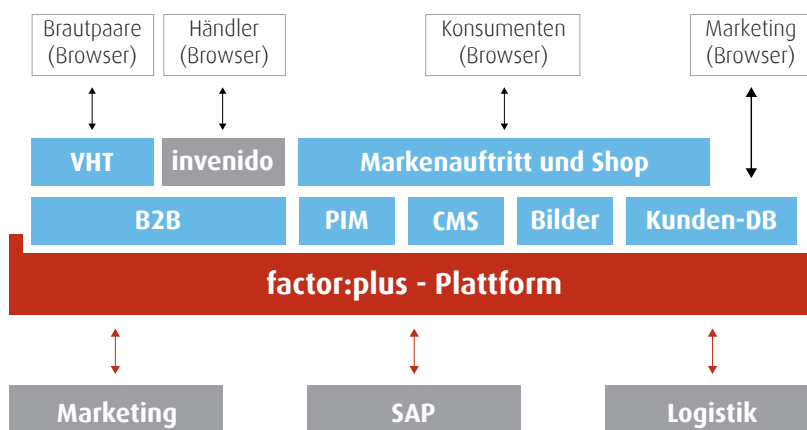
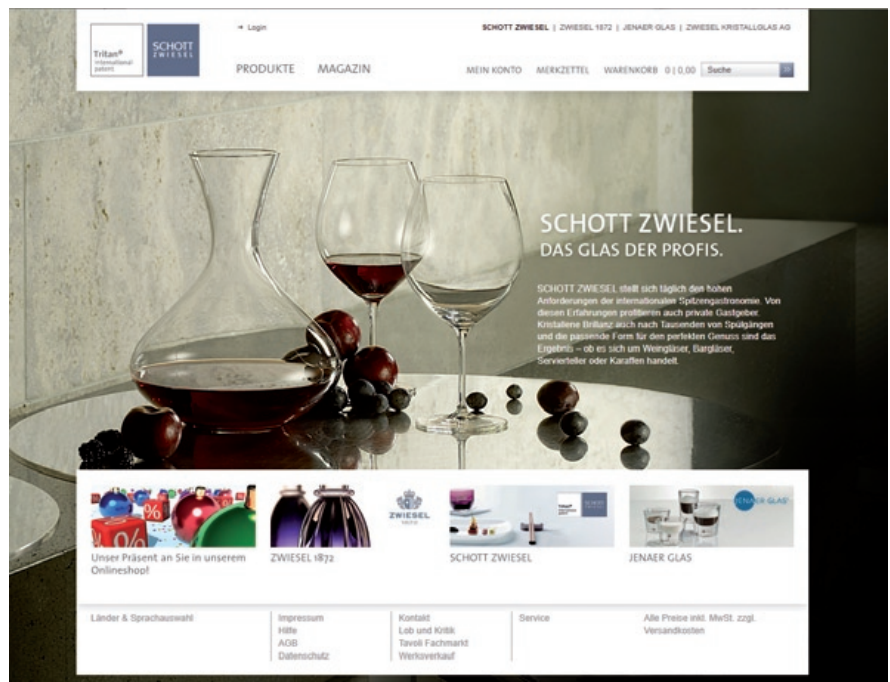
Trinkgläser, Weinaccessoires, Vasen, Servier- und Kochgeschirr, bei Zwiesel Kristallglas dreht sich alles um die Genuss- und Wohnkultur. Das Unternehmen aus Niederbayern vereint unter einem Dach traditionelle Glasmacherkunst mit modernster Fertigungstechnik. Weltweit sorgen 750 Mitarbeiter und eine Vielzahl von Partnern in über 120 Ländern dafür, dass sich Zwiesel Kristallglas in einem modernen Weltmarkt behauptet. Die hochwertigen Gläser vertreibt das Unternehmen unter den drei Marken Schott Zwiesel, Zwiesel 1872 und Jenaer Glas.

Bei der Ansprache der Kunden setzt Zwiesel Kristallglas - unter Beibehaltung der selektiven Fachhandelstrategie - auf die neuen Medien. Deswegen sind seit Februar 2011 die Produkte über einen exklusiven Online-Shop erhältlich.

Sabine Weiß, Marketingleiterin bei Zwiesel Kristallglas sagt: „Den Kundenkontakt zu verbessern sowie unsere Marken zu emotionalisieren, sind die Ziele unseres innovativen Online-Auftritts. Vor einigen Jahren hat die IT-Informatik bereits einen B2B-Shop auf Basis von factor:plus für unser Haus realisiert - diese Kooperation hat sich als äußerst erfolgreich und perspektivisch erwiesen.“

Insgesamt ist ein System entstanden, das den Shop, ein Content Management System sowie ein Produktinformationssystem integriert und mit dem internen SAP-System verbindet. „Der Online-Shop hat sich hervorragend etabliert“, freut sich Sabine Weiß. „Wir konnten eine einmalige Verschmelzung unserer Marken-Websites mit dem Shop schaffen. Das ist eine einzigartige Lösung, die in der Branche sicher ihresgleichen sucht.“ Der Online-Shop ist unter [www.zwieselkristallglas-shop.com](http://www.zwieselkristallglas-shop.com) zu erreichen.

Das Konzept auf Basis factor:plus wird bereits erweitert: Gemeinsam mit der IT-Informatik arbeitet das Unternehmen unter anderem an einem detaillierten Kampagnenmanagement, an der Verknüpfung zu Social-Media-Aktivitäten und an der Realisierung verschiedener Promotionaktivitäten.

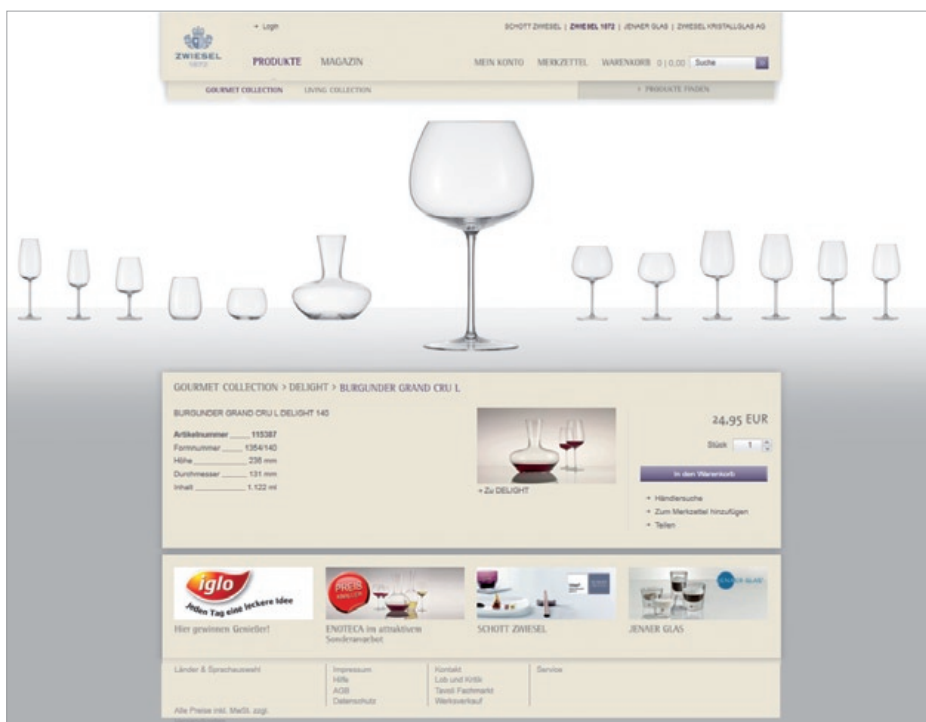


Die Grafik zeigt das Zusammenspiel der verschiedenen Module bei der Zwiesel Kristallglas AG. factor:plus ist dabei mit dem SAP Backend, mit Quellen für Marketingdaten und mit Logistiksystemen verbunden. Das zentrale Produkt-Informations-Management (PIM) versorgt verschiedene Online-Anwendungen von Zwiesel und seinen Partnern mit internetgerechten Produktdaten, zukünftig auch für Printprodukte.



### Features:

- Online-Markenauftritt mit Darstellung verschiedener Produktlinien
- Produkt-Informations-Management (PIM)
- Katalogmanagement
- Anreicherung der ERP-Artikelstammdaten um Bilder, Zusatzdokumente etc.
- Online-Shop für Endkunden
- Selbstregistrierung der Kunden
- Berücksichtigung verschiedener Preislisten
- Abwicklung Versandkostenpauschalen
- Abwicklung verschiedener Bezahlwege (Kreditkarte, Lastschrift, ...)
- Verwaltung und Anrechnung von Gutscheinen
- Aktive Bewerbung von Aktionen, Produktneuheiten etc.
- Cross-Selling Vorschläge (Zubehör etc.)
- Auftragsstatus, Lieferstatus für den Kunden einsehbar
- Auftragshistorie, Beleghistorie, automatische Aufbereitung von Bestellstatistiken
- Magazin-Bereich: redaktionell aufbereitete Hintergrundinformationen für den Endkunden, z.B. passende Rezepte, Veranstaltungstipps, Besprechungen exklusiver Weine etc.
- Verknüpfung mit dem bestehenden Geschäftskundenportal (B2B)
- Automatische Übergabe der Aufträge ans SAP Backend
- 7x24 Betrieb im Internet-Rechenzentrum der IT-Informatik



### Exemplarische Sortimentsansicht im Zwiesel B2C Online-Shop:

Im oberen Bereich befindet sich das sogenannte Produktkarusell, das die Serien darstellt und einzeln die Produkte fokussiert. Der untere Bereich enthält Hinweise z.B. auf Aktionen, wie die Möglichkeit zur Gutscheineinlösung.