Success Story

Content Commerce mit Salesforce

Wie Britax Römer mit neuer B2C-Plattform für ein optimales Kundenerlebnis sorgt

dotSource®

KUNDE Britax Römer Kindersicherheit GmbH

BRANCHE Handel

PROJEKT E-Commerce & Digitalmarketing

PROJEKTZEITRAUM seit November 2018 (laufend)

TECHNOLOGIE Salesforce B2C Commerce

Über Britax Römer

Ob mit dem Kinderwagen zu Fuß oder dank Kindersitz im Auto: Eltern freut es, wenn ihr Nachwuchs sicher, komfortabel und geborgen von einem Ort zum anderen kommt.

Das Unternehmen Britax Römer Kindersicherheit GmbH hat seit fast 140 Jahren viel dazu beigetragen, Eltern und Kindern Wege zu erleichtern.

Britax Römer ging 1971 aus dem Zusammenschluss zweier europäischer Familienunternehmen hervor: Die süddeutsche Firma Römer wurde bereits 1871 gegründet, Britax Childcare entstand in den 1930er in Südengland.

Heute zählt das Unternehmen mit europäischem Hauptsitz in Leipheim zu den Weltmarktführern im Bereich Kindersicherheit.

Zum Sortiment des renommierten Herstellers zählen Autokindersitze für den Nachwuchs von der ersten Minute an: Ob Schalen für Babys bis zu 13 Kilogramm Eigengewicht, Sitze für Kleinkinder zwischen 9 und 18 Kilogramm oder größere Kinder bis zu 12 Jahren und 36 Kilogramm: Britax Römer investiert etwa durch den Bau eines hochmodernen Testzentrums am Hauptstandort, um maximale Sicherheitsansprüche zu gewährleisten.

Auch das modulare Kinderwagen- und Buggy-Sortiment des Herstellers korrespondiert perfekt mit den Kindersitzen und sorgt ebenso für höchste Sicherheit und Bequemlichkeit. Gleiches gilt für Britax Römer Fahrradsitze, in denen die Kinder Fahrspaß miterleben können und dennoch flexibles und ergonomisches Sitzen gewährleistet ist.

dotSource®

KUNDE Britax Römer Kindersicherheit GmbH · PROJEKT E-Commerce & Digitalmarketing

PROJEKTZEITRAUM seit November 2018 · TECHNOLOGIE Salesforce Commerce Cloud

»An der Zusammenarbeit mit dotSource schätzen wir besonders die ganzheitliche Herangehensweise: Die Jenaer Digitalagentur sorgt nicht nur für einen reibungslosen Ablauf unserer bestehenden Plattform, sondern unterstützt uns mit ihrem breit aufgestellten Service-Angebot in vielen anderen Bereichen der Digitalisierung bedarfsgerecht und kompetent.«

Kevin Kuske, Platform Manager E-Commerce,
Britax Römer Kindersicherheit GmbH

Eine Plattform, die Content und Commerce verbindet

Digitalisierung ist auch Thema für jene Hersteller, deren Endkunden die Produkte noch immer vor allem im stationären Handel kaufen und sich so vor Ort nicht nur beraten lassen, sondern auch von der absoluten Intaktheit der Produkte überzeugen können.

Doch gerade, wenn es um den sicheren und komfortablen Transport von Kindern geht, ist es wichtig, sich vor einer Kaufentscheidung maximal gut informiert zu fühlen. Deswegen setzt der renommierte Hersteller Britax Römer auf eine besonders zukunftsfähige Digitalstrategie, die die Grenzen zwischen Content-Marketing und E-Commerce verwischt.

Mit Salesforce B2C Commerce sollen Kunden auf www.britax-roemer.com nicht nur die Möglichkeit haben, das gesamte Produkt-portfolio des Händlers zu bestellen, sondern sie sollen sich optimal informieren können – Content Commerce nennt man diese Verbindung.

So beinhaltet der Shop unter anderem einen Produktfinder namens »FIT FINDER®«. Anhand einiger Angaben zu Alter, Gewicht und Fahrzeugtyp können Kunden binnen Sekunden passende Kindersitze angezeigt bekommen.

Aus dem Content-Bereich heraus können User dann auf die Commerce-Ebene wechseln und das passende Produkt in den Warenkorb des Herstellershops legen. Ebenso leicht aber ist die Verbindung zum lokalen Fachhandel oder einer großen Online-Plattform hergestellt.

Das Ziel und die Herausforderung des Projektes, das dotSource Ende 2018 als bereits bestehenden Shop übernahm, besteht vor allem darin, für einen reibungs-losen Ablauf aller Shop-Aktivitäten zu sorgen. Darüber hinaus gilt es, proaktiv Optimierungsbedarfe aufzudecken und diese gemeinsam mit Britax Römer umzusetzen.

dotSource®

KUNDE Britax Römer Kindersicherheit GmbH · PROJEKT E-Commerce & Digitalmarketing

PROJEKTZEITRAUM seit November 2018 · TECHNOLOGIE Salesforce Commerce Cloud

Optimale Customer Journey für sicherheitsbewusste Eltern

Wer Kinder transportiert, dem ist vor allem an Sicherheit und Komfort gelegen. Ausschlaggebend für den Kauf ist darüber hinaus jedoch immer öfter auch ein ansprechendes Design des Produkts und eine angenehme Customer Journey über alle Touchpoints und Kanäle hinweg.

Britax Römer hat dies erkannt und mit Salesforce B2C Commerce eine E-Commerce-Software gewählt, mit der sich genau das gestalten lässt: Das User Interface ist ausgesprochen benutzerfreundlich, die Customer Journey eindeutig und die Kundenerfahrung eine besonders Angenehme: So wird nicht mehr unmittelbar zwischen informativer Unternehmenswebsite und Shopbereich unterschieden, sondern der gesamte Webauftritt des Unternehmens läuft auf Salesforce und vermittelt Nutzern ein adäquates Gefühl sowohl für die Sicherheit als auch die Qualität und schließlich das ansprechende Design der Produkte.

Beste User Experience und optimierte Conversionrates

Als dotSource begann, Britax Römer als Salesforce-Agentur zu betreuen, wurde zunächst ein gründliches Code-Review des bestehenden Shops durchgeführt.

Anschließend wurden die wichtigsten laufenden Aufgaben auf der einen Seite und mögliche wertvolle Zusatzleistungen auf der anderen Seite definiert und in eine Roadmap für Zusammenarbeit gegossen.

Im Rahmen dieser fanden 2019 dann unter anderem der UK Launch statt und die Shop-Architektur wurde und wird stetig weiter bearbeitet.

In diesem Zusammenhang wurde außerdem das Salesforce B2C Commerce Feature »Page Designer« implementiert.

Optimierungen wie diese setzt das zuständige Delivery-Team der dotSource in enger Zusammenarbeit dem in-house User-Experience-Design-Team um.

Für die Kunden bedeuten die Anpassungen eine noch angenehmere User Experience, die sich in einer höheren Conversionrate äußert. Durch die erfolgreiche Zusammenarbeit vermag Britax Römer langfristig sowohl die Kundenzufriedenheit als auch den Umsatz zu steigern.

dotSource®

KUNDE Britax Römer Kindersicherheit GmbH · PROJEKT E-Commerce & Digitalmarketing

PROJEKTZEITRAUM seit November 2018 · TECHNOLOGIE Salesforce Commerce Cloud

Bessere Sichtbarkeit und Performance dank Digitalmarketing

Wenn es um Kinderwagen, Kinderautositze oder Kinderfahrradsitze geht, hat Sicherheit Priorität, auch ein ansprechendes Äußeres ist den Käufern wichtig, aber auch das angenehme Handling ist essentiell: Eine Sitzschale muss sich binnen Sekunden aus dem Auto nehmen, Kinderwagenwannen mühelos vom Fahrgestell abmachen lassen.

Auch Fahrradsitze will man zuhause lassen können, wenn man mal ohne Kinder unterwegs ist. Leichtes Handling ist also essentiell dafür, ob Kunden ein Produkt schätzen.

Bei der digitalen Performance ist es ganz ähnlich: Nutzer wollen, dass es schnell und einfach geht. Seiten müssen sich binnen Millisekunden aufbauen, egal ob am Desktop oder Mobilgerät, sonst springen User ab.

In diesem Zusammenhang nahm dotSource bei Britax zunächst ein fundiertes Page Speed Review vor. Im Anschluss daran wurden konkrete Optimierungsmaßnahmen definiert, um die bereits schnellen Seiten noch schneller, responsiver und mobil-freundlicher zu machen.

Ferner wurde das innovative Digital-marketing-Tools Tealium eingeführt. So lässt sich das Tag-Management noch effizienter gestalten, was sich ebenfalls positiv auf Conversionrate und Performance auswirkt.

Internationalisierung als Schlüssel zum Erfolg

Die Sicherheit von Kindern ist nicht nur in Deutschland oder Großbritannien ein Thema, sondern sie bewegt Menschen weltweit.

Britax Römer als global agierendes Unternehmen legt großen Wert auf die Internationalisierung seines Webauftritts. So lassen sich die Seiten in 12 verschiedenen Sprachen abrufen. Welche Sprache ausgespielt wird, entscheidet der Webauftritt je nach Standortinformationen des Nutzers automatisch.

Somit ist auch der informative Content, darunter der »FIT FINDER®« und die detaillierten Informationen zu Produktsortiment und Ersatzteilen, weltweit abrufbar. Direkt beim Hersteller bestellen kann man bis dato in Deutschland, Österreich, Polen und Großbritannien. In anderen Ländern sorgt die angenehme Benutzerführung aber dafür, dass User extrem schnell die nächsten Händler finden oder über einen Button direkt bei einem Drittanbieter online kaufen können.

Erhalt und Ausbau des internationalen Angebots sind Britax Römer ein wichtiges Anliegen. Mit dotSource hat der Hersteller von Kindersicherheitsprodukten auch einen optimalen Partner gefunden, geht es darum, Salesforce-Software im Sinne der Internationalisierung einzusetzen.

Fazit und Ausblick

Mit der Entscheidung, seine Unternehmenswebsite und seinen Herstellershop durch die Salesforce B2C Commerce zu gestalten, ist Britax Römer bereits einen großen Schritt in eine digitale Zukunft gegangen. dotSource unterstützt den Marktführer im Bereich Kindersicherheit beim laufenden Betrieb und bei der Weiterentwicklung seiner Content-Commerce-Plattform.

An der Zusammenarbeit mit dotSource als Digitalagentur schätzt Britax Römer vor allem die ganzheitliche Betreuung und die proaktiven Optimierungsvorschläge. Personelle Ressourcen werden optimal genutzt. Auf dem Weg, eine Digital-Experience-Plattform aufzubauen, wird dotSource Britax Römer weiterhin unterstützen.

So etwa wurde jüngst die Kundenbeziehungs-Software Bazaarvoice in die Salesforce B2C Commerce von Britax Römer integriert, um die Kundenbindung nochmals zu stärken und die hohe Qualität der Produkte digital adäquat abzubilden.

Über uns

dotSource, das sind über 300 Digital Natives mit einer Mission: Kundenbeziehungen digital zu gestalten. Unsere Arbeit entspringt der Verbindung von Mensch, Raum und Technologie.

Seit 2006 unterstützen wir Unternehmen bei der digitalen Transformation. Ob E-Commerce- und Content-Plattformen, Kundenbeziehungs- und Produktdatenmanagement oder Digitalmarketing und künstliche Intelligenz: Unsere Lösungen sind nutzerorientiert und emotional, gezielt und intelligent.

Wir verstehen uns als Partner unserer Kunden, deren spezielle Anforderungen und Bedürfnisse ab der ersten Idee einfließen. Von der Strategieberatung und Systemauswahl über Branding, Konzeption, UX-Design und Conversion-Optimierung bis zum Betrieb in der Cloud – gemeinsam entwickeln und realisieren wir skalierbare Digitalprodukte. Dabei setzen wir auf New Work und agile Methoden wie Scrum oder Design-Thinking.

Unserer Kompetenz vertrauen Unternehmen wie Esprit, EMP, BayWa, Axel Springer, hagebau, C.H.Beck, Würth und STABILO.

Mit unserem Weblog Handelskraft.de, dem jährlich erscheinenden Trendbuch und der Handelskraft Konferenz vernetzen wir Branchen-Know-how und informieren über die aktuellen Chancen und Entwicklungen digitaler Markenführung. Um Fach- und Führungskräfte umfassend auf die unternehmerischen Herausforderungen der digitalen Welt vorzubereiten, haben wir gemeinsam mit der Steinbeis Technology Group 2015 die Digital Business School ins Leben gerufen.

Mit unseren innovativen Lösungen konnten wir uns als eine der führenden Digitalagenturen im deutschen Sprachraum etablieren und gehören inzwischen zu den Top 10 der erfolgreichsten Unternehmen der Branche.

dotSource®

DIGITAL SUCCESS
RIGHT FROM THE START.

Kontakt

Head Office Jena
Goethestraße 1
07743 Jena

Office Berlin
Hardenbergstr. 9
10623 Berlin

Office Leipzig
Hainstr. 1–3
04109 Leipzig

Fon +49 (0) 3641 797 9000
Fax +49 (0) 3641 797 9099
Mail info@dotSource.de

www.dotSource.de | www.handelskraft.de | www.digital-business-school.de