

# DIE CORPORATE GIFT WEBSITE VON MONTBLANC



## Der Kunde

**MONTBLANC** produziert seit mehr als 100 Jahren edle Lifestyle-Accessoires. Als Hersteller von exklusiven Schreibgeräten, Uhren, Lederutensilien, Schmuck, Brillen und Parfums beschäftigt Montblanc weltweit mehr als 2.000 Mitarbeiter, die ein Sortiment von fast 2.000 erlesenen Produkten entwickeln, herstellen und in weltweit 330 Boutiquen und Flagship Stores verkaufen. Die internationale Luxusmarke mit Sitz in Hamburg ist Teil des Richemont-Konzerns, dem weitere Marken wie Cartier oder Dunhill angehören.

## Aufgabe

Relaunch der Website [www.montblanccorporategift.com](http://www.montblanccorporategift.com) mit Shopfunktionalität für Firmenkundengeschenke. In dieser Online-Anwendung können Unternehmen hochwertige Montblanc-Produkte auswählen und individualisieren, um diese zu besonderen Anlässen, wie etwa zu Weihnachten, an Kunden, Mitarbeiter oder Lieferanten zu verschenken. Neben den Vorgaben zu Image und Marke, die in Einklang mit der globalen Online-Kommunikation stehen müssen, soll der Besucher intuitiv und komfortabel zu Produktvorschlägen gelangen. Die Benutzerführung und Übersichtlichkeit des Shops sind wichtige Aspekte. Sowohl unerfahrene Besucher der Website als auch internetaffine Kunden sollen sich hier zurechtfinden. Die Website soll zunächst auf Deutsch und Englisch erscheinen und dann auf sechs Sprachen erweitert werden.



Montblanc Corporate Gift: Soft Ecommerce mit alixa®

## Ziele

- ⇒ **Überschaubare Kosten:** Der Betrieb der Plattform soll keinen signifikanten Kostenfaktor darstellen.
- ⇒ **Einfache Pflege:** Die Corporate Gift Website muss mit visuellen und inhaltlichen Informationen leicht änder- und erweiterbar sein.
- ⇒ **Flexibles und modulares System:** Ein übergeordnetes Ziel für Montblanc ist, für künftige Entwicklungen im E-Commerce den Relaunch auf der Grundlage eines Standardsystems zu entwickeln und synergetische Effekte zu erzielen, um z.B. die Produktdaten nicht in multiplen Systemen pflegen zu müssen.
- ⇒ **Mehr Kontakte:** Das Besondere an diesem Shop ist, dass der Grad der Individualisierung bei Produkten (z.B. Gravuren, Logo-Prägungen, Verpackungen etc.) so hoch ist, dass der tatsächliche Verkauf durch Vertriebsmitarbeiter über eine telefonische Beratung erfolgt. Die Nutzung des Online-Shops resultiert immer in einer konkreten, aber unverbindlichen Anfrage von Produkten. Es gibt daher klare Key Performance Indikatoren, die signifikant gesteigert werden sollen. Gemessen wird der Erfolg an der Anzahl der Broschüren- und Newsletter-Abonnenten, der Anzahl qualifizierter Kundenkontakte und der Anzahl generierter Angebote.

## Vorgehen/Lösungsweg

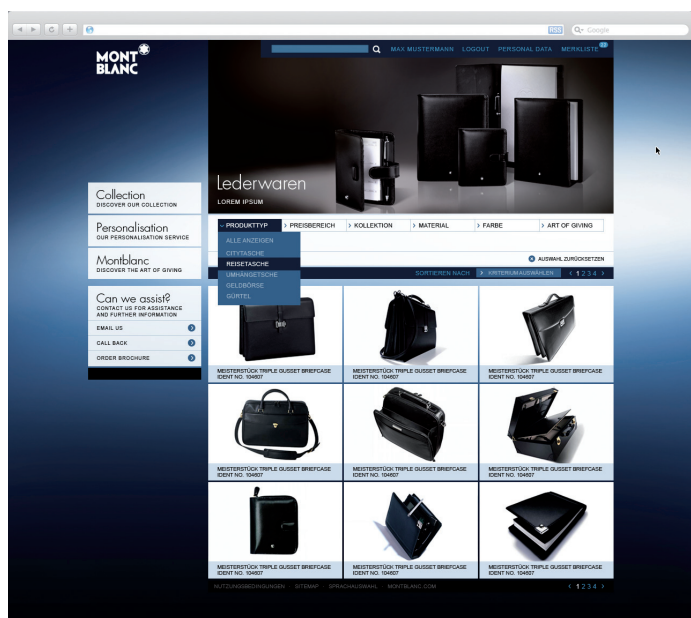
Vor der Umsetzung erfolgte eine Analyse der Erfolgsfaktoren und die darauf ausgerichtete Konzeption, in der alle Anforderungen und Prozesse spezifiziert bzw. dokumentiert wurden. Mit der Präsentation des auf dem Konzept aufbauenden Design-Vorschlags hatte Montblanc noch vor der Umsetzung eine klare Vorstellung, wie die Website später im Ganzen wirkt.

Zentraler Baustein der Satzmedia-Lösung ist ein Produkt-Filterssystem, das initial einen Überblick über das aktuelle Produktsortiment gibt und das dedizierte Merkmale schnell und einfach einschränken kann. So gelangt der Kunde aufgrund von Kriterien wie Material, Farbe oder

Preisbereich zu einer überschaubaren Menge an Produktvorschlägen, die mit einem Klick in die Merkliste übernommen werden können. Weitere Filterkriterien sind Kollektionen oder Produkttypen, aber auch technische Attribute von Uhren oder Schreibgeräten. Eine Freitextsuche ist voll in das Filtersystem integriert.

Dabei war wichtig, die technische Komplexität der Filterfunktionen des Shop- und Content Management Systems in der Oberfläche zu verbergen und ein intuitiv nutzbares Suchinstrument zu schaffen.

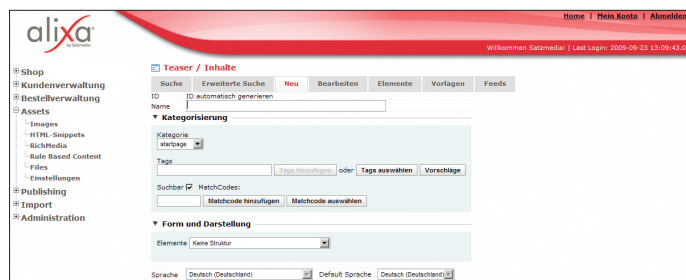
Neben Seiten für Produktsuche und -darstellung sind umfangreiche Seiten für die Markendarstellung, Geschenkanlässe oder Individualisierungsbeispiele wie das Gravieren oder die Lederbedruckung entstanden, die nahtlos an den Produktkatalog anknüpfen.



**X** Dynamische Filteroptionen machen die Auswahl leicht

## Ergebnisse

Montblanc hat sich aufgrund der flexiblen Systemarchitektur für alixa® entschieden. Neben CMS- und Shopfunktionen wird das integrierte Kundenverwaltungsmodul im Sinne eines Online-CRM-Systems genutzt. Die Website ist erstmalig vollständig und ohne Programmierkenntnisse verwaltbar. Sogar Texte, die üblicherweise starr sind (z.B. Beschriftungen vor Eingabefeldern), sind im Backoffice pfleg- und übersetzbar. Das System lässt sich ohne Programmieraufwand in mehreren Sprachen abbilden. Für länderspezifische Kollektionen sind entsprechende Mandanten aufschaltbar. Kundenbezogene Aktivitäten



**X** alixa® - CMS Funktionen im Backoffice

wie Call-Back-Funktion und Angebotsanforderungen werden dokumentiert und vom betreuenden Sales Agent für eine individuelle Beratung verarbeitet.

Eine Benutzerführung und individuelle Beratung erreicht. Alle Produktdaten für den Shop kommen aus der zentralen Montblanc Marketing Product Database (PDB), die ebenfalls Satzmedia für Montblanc entwickelt hat. Obwohl damit weiterhin die zentrale Verwaltung von Produktdaten beim Produktmanagement von Montblanc verbleibt, ist der Unternehmensbereich Corporate Gift über alixa® in der Lage, Produktbeschreibungen textlich oder medial zu ergänzen und zusätzliche Informationen einzustellen, die auch über Updates hinaus erhalten bleiben.

Spezielle Corporate Gift Informationen wie Bestseller, Premium-Sets oder anlassbezogene Sortimente werden über die Shopverwaltung administriert. Die Produktion von Inhalten ist von der Seitenverwaltung entkoppelt, so dass Montblanc selbst oder Dienstleister grafische und flash-basierte Medieninhalte produzieren und in die Site einbinden können. Mit alixa® ist Montblanc in der Lage, flexibel auf die saisonale Promotion von Produkten zu reagieren und begleitende Online-Marketingmaßnahmen durchzuführen.

## Projektdauer

**Analyse, Konzeption und Design:** Zwei Monate

**Umsetzungsphase:** Drei Monate

## Technik

alixa® E-Business-System, eine 100% javabasierte Webapplikation aus Shop und CMS. Aufgesetzt auf Open Source Betriebssystem, -Datenbank und Servlet Container (Linux, MySQL, Tomcat). Lucene-basierte Volltextsuche. Anbindung an die zentrale Montblanc Product Database (PDB) über eine XML-Schnittstelle. alixa® ist ein clusterfähiges Enterprise Application System, das mit neuen Anforderungen wächst und mit seiner serviceorientierten Architektur modular und flexibel auf Integrationsaufforderung eingerichtet ist. Mehr über alixa® unter [www.alixa.com](http://www.alixa.com)

**Ansprechpartner:**

Satzmedia GmbH  
Markus Meyer-Westphal  
040 – 1 888 969 - 117  
[mmw@satzmedia.de](mailto:mmw@satzmedia.de)