



CASE STUDY JSW ONE

**Wie JSW One eine
Commerce-Lösung schafft,
die in Sachen Skalierbarkeit
keine Grenzen kennt**



JSW gehört zu den führenden indischen Unternehmen und ist mit seinen innovativen und nachhaltigen Lösungen in den Kernbereichen Stahl, Energie, Zement und Infrastruktur vertreten. Die Gruppe überzeugt mit einem differenzierten Produktmix, modernster Technologie, exzellenter Ausführung und dem Fokus auf Nachhaltigkeit. Mittlerweile hat die JSW-Gruppe ihre Präsenz auf Südamerika, Südafrika und Europa ausgeweitet und sich ein Renommee als „strategischer Vorreiter“ verschafft.

UMSATZ

11 Milliarden USD

ABSATZMÄRKTE

150+

STANDORT

Mumbai, Indien

BRANCHE

Retail

BUSINESSMODELL

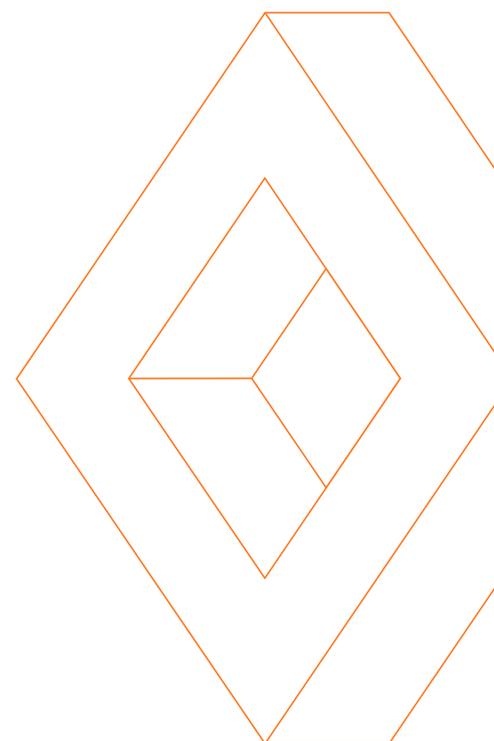
B2B

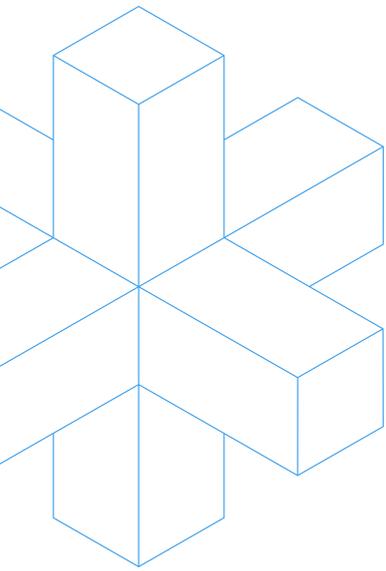
KOOPERATION MIT PARTNERN

Royal Cyber, E&Y

Die Herausforderung

Als die Geschäftsführer der JSW Group die B2B-Online-Handelsplattform von JSW One konzipierten, lag der Schwerpunkt der Entwicklung vor allem darauf, dass das System einer hohen Nutzerzahl gerecht wird. Schließlich lebt 17,7% der Weltbevölkerung in Indien, was einen riesigen Markt bedeutet. Das Unternehmen benötigt also eine Lösung, die mit dem Geschäftswachstum skalierbar ist und mit der Weiterentwicklung Schritt halten kann.





Die Lösung

Die Architektur, die all das erfüllen kann, heißt MACH und basiert auf den vier Prinzipien Microservices, API first-Ansatz, Cloud-native und Headless. Die commercetools Plattform überzeugt nicht nur mit genau dieser MACH-Architektur, sondern auch mit unbegrenzter Skalierbarkeit als Schlüssel für einen so großen Marktplatz.



Über den Online-Shop von JSW One sollen Tausende von Stahlprodukten in unzähligen Konfigurationen nach Gewicht, Güte und Länge verkauft werden. Da solche Bestellungen wegen der Spezifikationen stark variieren können, ist es zwingend erforderlich, dass ihre Handelsplattform flexibel und anpassbar genug ist, um komplexe Produktmerkmale ebenso zu bewältigen wie Modell- und Preisstrukturen.

Glücklicherweise liegen Flexibilität, Anpassbarkeit und Skalierbarkeit in der DNA von commercetools, sodass wir JSW One genau das geben können, was sie brauchen, um sich im E-Commerce-Bereich zu profilieren.

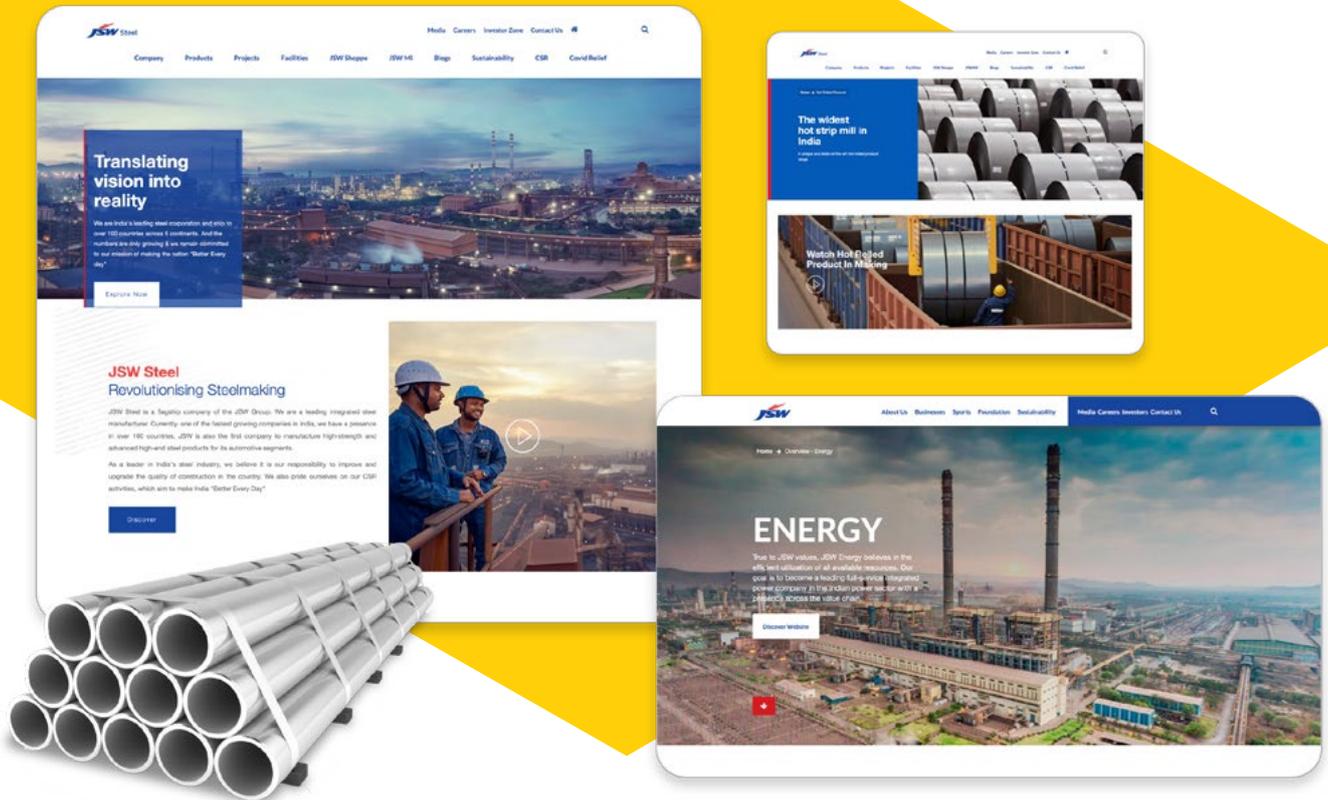
DIRK HOERIG

CEO UND CO-FOUNDER, COMMERCETOOLS



Die Erfolgsgeschichte

Der Grund für den schnellen Erfolg von JSW One lag in der ausgezeichneten Zusammenarbeit zwischen dem Implementierungspartner Royal Cyber und dem commercetools Professional Services Team. Das Team von commercetools hat auch maßgeblich bei der Integration von Anwendungen von Drittanbietern unterstützt.



commercetools Features für JSW One



PIM (Produktinformationsmanagement)

Produktinformationen und Varianten lassen sich individuell konfigurieren



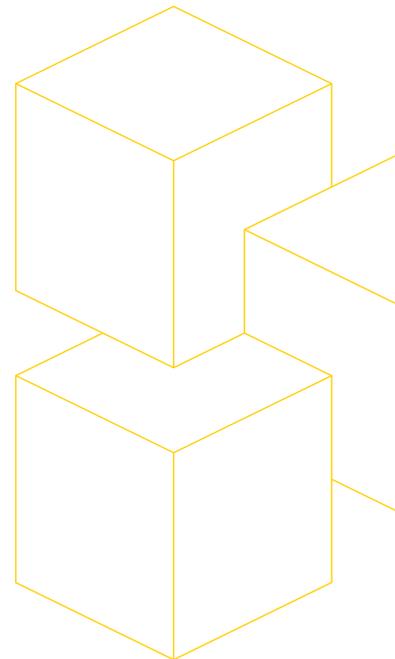
Cloudbasierter E-Commerce

Grenzenlose Skalierung von Projekten durch das Hosting in einer AWS-Cloud-Umgebung



100% Headless

Entkopplung von Backend und Frontend zur einfachen Anbindung jeglicher Kanäle und Touchpoints



Über commercetools



commercetools

commercetools ist ein weltweit führendes Software-Unternehmen und steht für die gleichnamige E-Commerce-Plattform für den B2C- und B2B-Handel der nächsten Generation. Die cloudbasierten Multi-Tenant-SaaS-Lösung ermöglicht es Marken und Händlern inspirierende Einkaufserlebnisse auf allen Kanälen zu schaffen, von mobilen Apps bis hin zu Sprachassistenten. An den Standorten München (HQ), Berlin, Jena (DE), Amsterdam (NL), London (UK), Zürich (CH), Durham (US), Singapur und Melbourne (AU) betreuen über 300 Mitarbeiter internationale Marken und Fortune-500-Unternehmen wie AT&T, Audi, Burberry, Flaconi, Vistaprint (ein Unternehmen der Cimpres-Gruppe), Volkswagen und Wolford.