



CASE STUDY QANTAS LOYALTY

**Wie Qantas zwei der
umsatzstärksten Tage der
Unternehmensgeschichte
mit Leichtigkeit meistert**



1920 im Outback von Queensland gegründet, gilt Qantas heute als Australiens größte Fluggesellschaft für nationale und internationale Flüge. Mit den Linien Qantas und Jetstar ist das Unternehmen eine der weltweit führenden Langstreckenfluggesellschaften.

Qantas Loyalty ist das innovative, datengesteuerte Kundenbindungsprogramm der Airline mit den Kategorien Qantas Frequent Flyer und Qantas Business Rewards. Über 12 Millionen Mitglieder sammeln darüber Qantas-Punkte, um diese gegen Prämien aus den Bereichen Reisen, Finanzdienstleistungen, Einzelhandel, Gesundheit und Wellness, Lebensmittel und Wein sowie Dienstleistungen einzutauschen.

UMSATZ

341 Millionen USD

ABSATZMÄRKTE

27

STANDORT

Mascot, Australien

BRANCHE

Reisen

BUSINESSMODELL

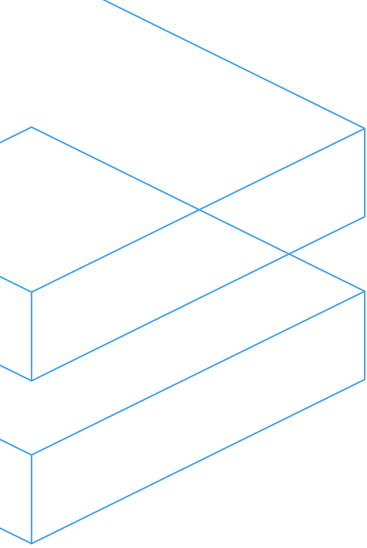
B2C

KOOPERATION MIT PARTNERN

AWS, Contentful

Die Herausforderung

Die Legacy-Commerce-Plattform war mit ihren vielen technischen Altlasten zu schwerfällig geworden. Auslastungsspitzen konnten nicht aufgefangen werden und eine Vereinheitlichung der einzelnen Marketingplattformen schien unmöglich. Mit einer neuen, Microservices-basierten Lösung sollte das Kundenbindungsprogramm an Flexibilität gewinnen und ein unternehmensweites Marketplace-Konzept integriert werden. Zudem sollte die Plattform für sämtliche Geschäftsbereiche nutzbar sein und die Gesamtbetriebskosten minimieren.



Die Lösung

Dank der flexiblen, leistungsstarken Microservices-Architektur der commercetools Plattform wächst der Qantas Loyalty Store seit seinem Go-Live im August 2020 erfolgreich, obwohl die Reisebranche und damit auch Qantas mit den Folgen der Pandemie zu kämpfen hatte. Zusätzlich sorgt die Cloud-native Struktur für uneingeschränkte Skalierbarkeit bei Auslastungsspitzen.



Die Customer Experience des Qantas Loyalty Store wurde mit dem Microservices-basierten Ansatz von commercetools komplett umgestaltet. Zwei der größten Trafficspitzen in der Geschichte des Unternehmens ließen sich damit problemlos bewältigen, und es können jederzeit unkompliziert weitere Partnermarken auf der Commerce-Plattform integriert werden.

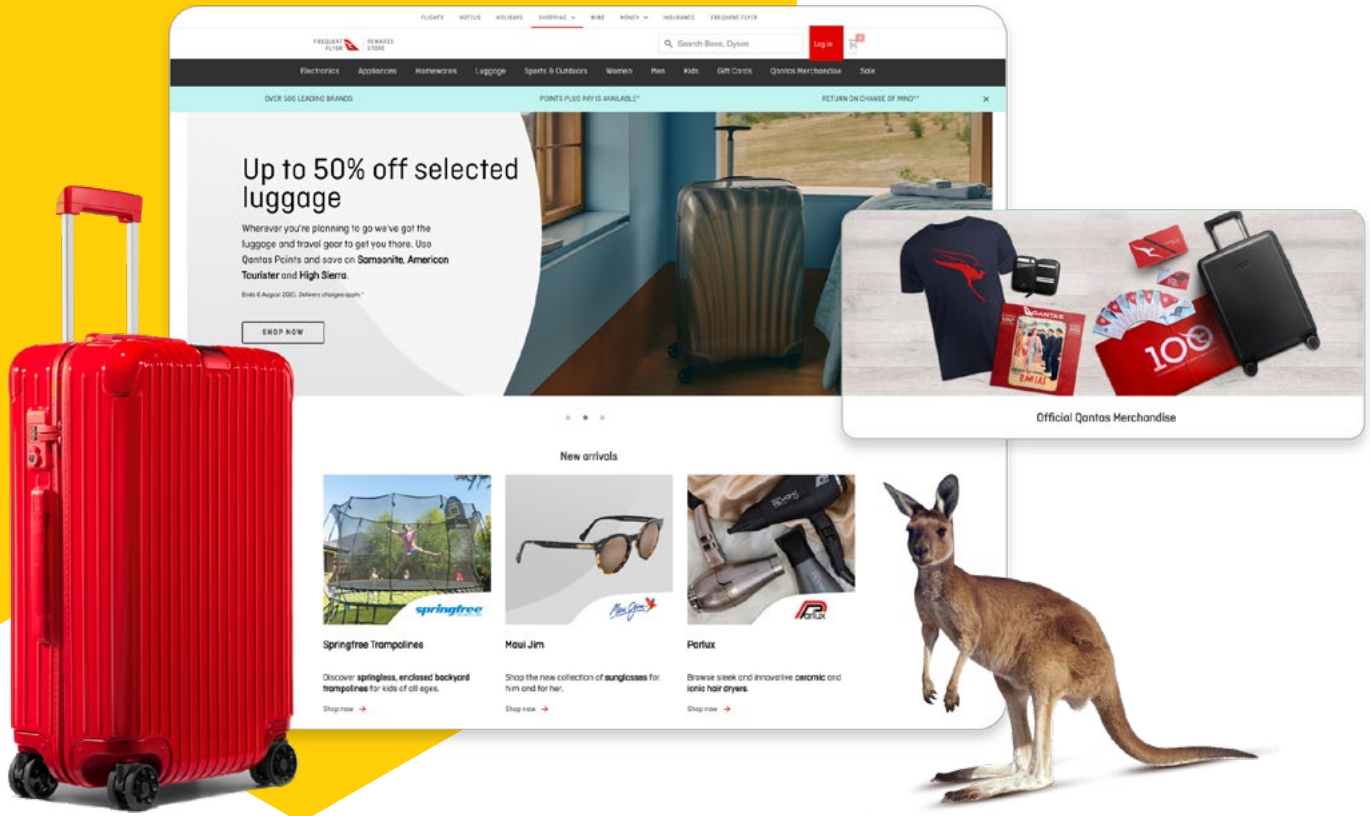
JOSHUA EMBLIN

TERRITORY DIRECTOR, APAC, COMMERCTOOLS



Die Erfolgsgeschichte

Gemeinsam mit commercetools arbeitete Qantas an der Verbesserung des Loyalty Stores und weiterer Handelsplattformen. Dank der Cloud-native Lösung von commercetools meisterte der Onlineshop zwei der umsatzstärksten Tage aller Zeiten ohne jeglichen Einschränkungen. Im nächsten Schritt wurde der Qantas Loyalty Wine Store auf die neue Plattform migriert. Parallel dazu arbeitete das IT-Team an der Optimierung der Backend-Systeme für das Zulieferer-Management. Ziel war dabei, die Transparenz und Effizienz des Fulfillment-Prozesses im gesamten Netzwerk der über 100 Verkäufer zu verbessern. Dadurch wiederum lässt sich die Effizienz bei der Einführung neuer Produktgruppen und Lieferanten erhöhen, um das Unternehmenswachstum anzukurbeln.



commercetools Features für Qantas Loyalty



Individuelle Bezahlungsfunktion

Treuepunkte als Währung: Waren und Dienstleistungen werden gegen Punkte eingetauscht



Zentrale Plattform

Eine einzige Commerce-Plattform im Backend, die sich mit einer Vielzahl von Frontends verbinden lässt



Innovation

Einfach und bedingungslos neue Marken-Storefronts an die bestehende Backend-Lösung anbinden



Über 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 Woldford.