



CUSTOMER STORY ULTA BEAUTY

# Vollstes Vertrauen: Wie Ulta Beauty die MACH- Architektur in das gesamte Unternehmen integriert hat



Seit der Eröffnung der ersten Filiale im Jahr 1990 hat sich Ulta Beauty zu einem der größten US-amerikanischen Einzelhändler für Schönheitsprodukte entwickelt.

Die Kette mit Hauptsitz in Bolingbrook (Illinois) bietet in 1200 Filialen und online mehr als 25.000 Produkte aus den Bereichen Haut- und Haarpflege, Kosmetik und Parfüm von rund 500 Marken an – einschließlich der Eigenmarke Ulta Beauty Collection. Sämtliche Filialen sind zudem mit eigenen Salons ausgestattet.

Absatzmärkte	Standort	Branche	Businessmodell	Kooperation mit Partnern
1	Bolingbrook, Illinois, USA	Einzelhandel	B2C	Amplience, HCL, Google Cloud

**+1.3Mio.**  
SKUs

**7**  
Tagen zum BOPIS Launch

**300**  
Commerce APIs

## Die Herausforderung

Eine anspruchsvollere Customer Experience, mehr Produkte, detaillierte Produktinformationen, neue Features, neue Märkte – das sind nur einige Anforderungen, denen die monolithische Plattform von Ulta Beauty nicht mehr gewachsen war. Daher entschied sich das Unternehmen, die gesamte, unternehmensweite Technologie auf eine moderne Commerce-Architektur zu migrieren.

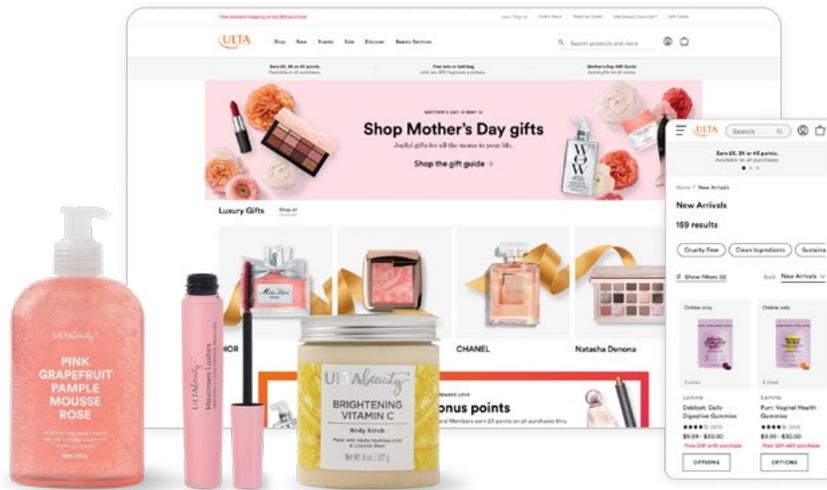
“ Mit dem Wechsel vom Monolithen zu einer MACH-Architektur hat Ulta Beauty die Möglichkeit, die Omnichannel-Funktionen und die User Experience enorm zu verbessern. Die Expansion in neue Märkte, während bestehende Projekte ausgebaut werden, ist jetzt an der Tagesordnung.

— HAUKE RAHM  
VP CUSTOMER SUCCESS, COMMERCETOOLS

# Die Lösung

Flexibilität, Agilität und Skalierbarkeit waren die ausschlaggebenden Kriterien, die die neue Lösung erfüllen musste. All das bringt der MACH-Ansatz der commercetools Plattform mit: Microservices, APIs, Cloud-native- und Headless-Ansatz. Damit hat Ulta Beauty die Möglichkeit, schnell und unbegrenzt zu skalieren und Änderungen an der Plattform unkompliziert vorzunehmen.

# Die Erfolgsgeschichte



Im zweiten Quartal 2022 wird Ulta Beauty seine brandneue Handelsplattform in mehreren Ländern vollständig ausrollen.

## commercetools features für Ulta Beauty



### Produktkatalog

Leichtes, schnelles Importieren sehr umfangreicher Produktkataloge und -kategorien.



### BOPIS (buy online, pickup in-store)

Tatsächlicher Omnichannel: Online gekaufte Produkte können in den stationären Läden abgeholt werden.



### Verkaufskanäle

Einfache Integration von Online- und Offlinehandel.

## Über commercetools



commercetools

commercetools ist ein weltweit führendes Software-Unternehmen und steht für den B2C- und B2B-Handel der nächsten Generation. Das cloudbasierte E-Commerce-Portfolio stützt sich auf einen API-First-Ansatz und flexible Microservices. Damit können Unternehmen innovative Geschäftsmodelle realisieren und ihren Kunden über alle Touchpoints hinweg umfassende und inspirierende Einkaufserlebnisse bieten. Seit 2010 nutzen internationale Marken und Fortune-500-Unternehmen aus den verschiedensten Branchen – von Automotive über Telekommunikation und Retail bis hin zu Fashion – die Multi-Tenant-SaaS-Lösungen der commercetools GmbH. commercetools hat seinen Hauptsitz in München und ist mit Niederlassungen in den USA, in Europa und im asiatisch-pazifischen Raum global aufgestellt.