



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.

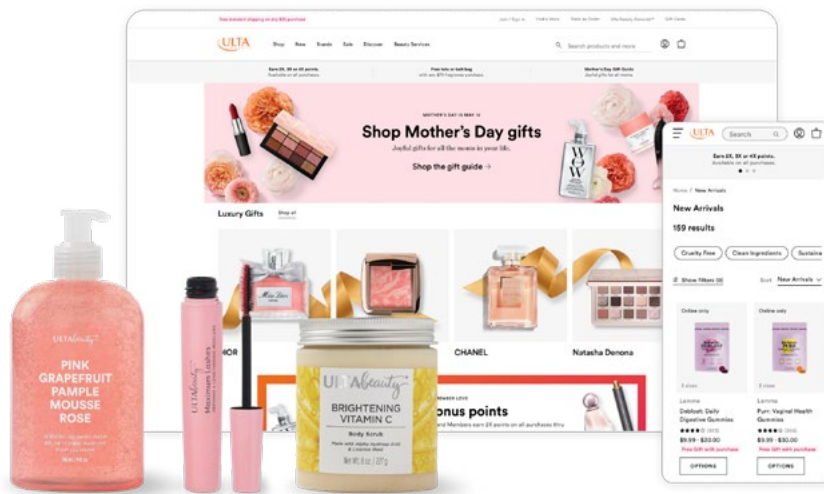
“ Mit dem Wechsel vom Monolithen zu einer MACH-Architektur hat Ulta Beauty die Möglichkeit, die Omnichannel-Funktionen und die User Experience enorm zu verbessern. Die Expansion in neue Märkte, während bestehende Projekte ausgebaut werden, ist jetzt an der Tagesordnung.

— 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 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.