



CUSTOMER STORY VOLKSWAGEN GROUP

Eine konzernweite Lösung für Kundenkontakt über sämtliche Touchpoints hinweg



Die Volkswagen-Group mit Sitz im niedersächsischen Wolfsburg ist der Mutterkonzern der Marke Volkswagen. Der Automobilkonzern vereint unter seinem Dach die Tochtergesellschaften Seat, Škoda Auto und Audi sowie die Luxusmarken Bentley, Bugatti, Ducati (Motorräder), Lamborghini und Porsche.

Absatzmärkte	Standort	Branche	Businessmodell	Kooperation mit Partnern
150+	Wolfsburg, Deutschland	Automobil- industrie	B2C	Diconium

100s
digitale Kanäle

99.99%
Verfügbarkeit

300
Commerce APIs

Die Herausforderung

Für die Einführung ihrer zentralen E-Commerce-Lösung benötigte der Konzern eine solide Cloud-basierte Plattform, um erstmalig Commerce-Funktionen und Online-Vertriebswege bereitstellen zu können.



Wir unterstützen unsere Konzernmarken beim Aufbau von Online-Shops. Kunden können so einfach und bequem im großen Sortiment des Volkswagen-Konzerns stöbern und einkaufen. Eine zentrale E-Commerce-Plattform ist ein wichtiger Bestandteil der Digitalisierungsstrategie all unserer Marken. Damit etablieren wir einen attraktiven, zusätzlichen Vertriebskanal sowohl für die Konzernmarken als auch für Importeure und Händler.

— CHRISTOPH F. MÖLLER
HEAD OF DIGITAL COMMERCE, CAR.SOFTWARE ORGANIZATION

Die Lösung

Über die neue Plattform auf commercetools-Basis können Kunden nun sämtliche Produkte und Dienstleistungen kaufen – von Fahrzeugen über Radkappen bis hin zu digitalen Serviceleistungen von Volkswagen und anderen Konzernmarken wie Seat, Audi, Bentley und Porsche.

Die konzernweite Lösung ermöglicht einen optimalen Kundenkontakt über sämtliche Touchpoints hinweg – von der klassischen Markenwebseite über mobile Endgeräte bis hin zu den Fahrzeugen selbst. Die Plattform ging direkt mit dem Verkauf von Lagerfahrzeugen bei Audi-Händlern und der Online-Bestellung des VW ID.3 in Betrieb, dem ersten Serienfahrzeug, das auf dem Modularen E-Antriebs-Baukasten (MEB) basiert

Die Erfolgsgeschichte



Dank der flexibel kombinierbaren Microservices von commercetools lassen sich digitale Strategien ebenso einfach umsetzen wie kurzfristige Push-Angebote oder Promotionaktionen. Je agiler die Microservices, desto besser ist die User Experience für den Käufer. Mit der Technologie von commercetools muss Volkswagen nur ein einziges Mal neue Produkte zum Verkauf in die E-Commerce-Plattform einpflegen, schon sind diese auf jedem Kanal verfügbar, über den Kunden sie dann kaufen können.

commercetools features für Volkswagen



PIM (Product Information Management)

Aktualisierung von Beständen, Preisen und Werbeaktionen in Echtzeit über alle Vertriebskanäle hinweg.



Individuelle Verkaufskanäle

Einfache Anbindung tausender Verkaufskanäle weltweit – von Desktop und Smartphone über stationäre Händler bis hin zu Service- und Reparaturwerkstätten.



Innovation

Einfaches, schnelles Testen neuer Touchpoints wie z.B. Ladestationen für E-Autos eröffnet neue Einnahmequellen.



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.