



CASE STUDY JOHN LEWIS & PARTNERS

Volle Flexibilität bei der Anpassung an das Nutzerverhalten und der Gestaltung individueller User Experiences

JOHN LEWIS PARTNERSHIP

John Lewis & Partners (ehemals John Lewis) ist eine britische Luxus-Kaufhaus-Kette mit weiteren Niederlassungen in Irland und Australien. John Lewis eröffnete sein erstes Geschäft 1864 in der Oxford Street in London. 1929 gründete sein Sohn Spedan Lewis die Genossenschaft "John Lewis Partnership". Mit diesem Schritt verwandelte er das Unternehmen in das, was es heute ist: die größte Genossenschaft im Vereinigten Königreich.

UMSATZ

15 Milliarden USD

ABSATZMÄRKTE

3

STANDORT

London, Vereinigtes Königreich

BRANCHE

Retail

BUSINESSMODELL

B2C

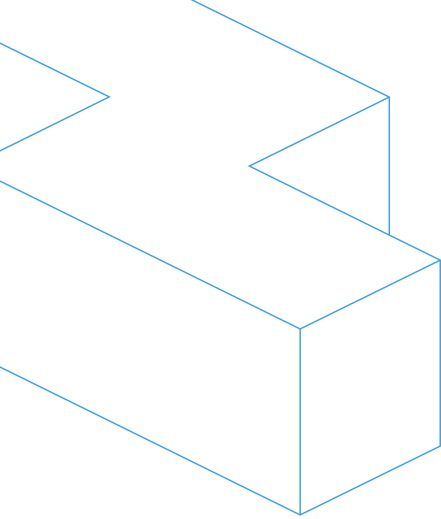
KOOPERATION MIT PARTNERN

Deloitte Digital

Die Herausforderung

Im Rahmen der Neugestaltung der Plattform johnlewis.com, zu der auch die Migration des Warenkorbs und der Checkout-Funktion gehörte, war John Lewis & Partners auf der Suche nach einer flexiblen E-Commerce-Lösung. Sie sollte John Lewis & Partners den Aufbau einer erstklassigen Online-Shopping-Erfahrung für seine Kund:innen ermöglichen.





Die Lösung

John Lewis & Partners entschied sich für commercetools, weil es die Skalierbarkeit und Zuverlässigkeit bietet, die das Einzelhandelsunternehmen benötigt, um seine alte Handelsplattform auf einen flexiblen Cloud-Service auf API- und Microservices-Basis zu migrieren.



John Lewis & Partners investiert vermehrt in sein Online-Business, um sich an das veränderte Konsumentenverhalten schneller und besser anpassen zu können. Unsere Partnerschaft mit commercetools ist ein wichtiger Teil davon.

MIKE SACKMAN

CHIEF INFORMATION OFFICER, JOHN LEWIS & PARTNERS

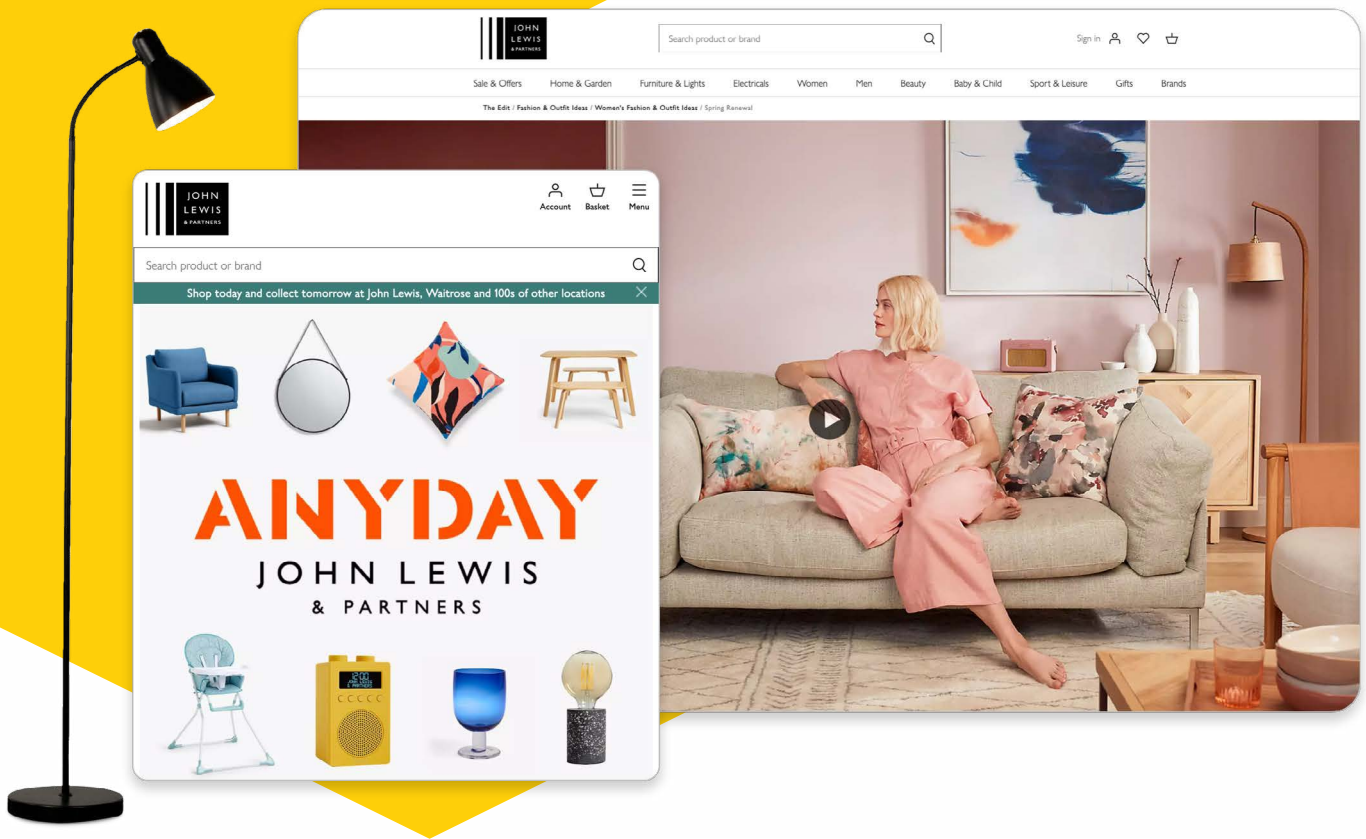


Die Erfolgsgeschichte

Im Februar 2022 wurde die erste Bestellung auf johnlewis.com mit der neuen Lösung "Digital Foundations Purchasing" abgewickelt – die erste Kundenbestellung seit neun Jahren ohne Einsatz von Oracle ATG. Sie markiert den Beginn der Live-Testphase und damit einen wichtigen Meilenstein auf dem Weg zur Ablösung des veralteten Systems. Mit der neuen Lösung von commercetools dauert nach Angaben des technischen Leiters von John Lewis die Eingabe von 325.000 Produkten nur noch 15 Minuten – statt zuvor mehrere Tage mit Oracle.

Zudem verschafft commercetools John Lewis & Partners die Freiheit, individuelle Kundenerlebnisse zu kreieren, ganz gleich, ob im stationären Handel, online, über mobile Apps oder jeden anderen Touchpoint. Das Unternehmen erkannte in commercetools einen starken Anbieter mit einer klar definierten Strategie für Commerce-Technologien. Diese entspricht der Vision von John Lewis & Partners, digitale Angebote schneller zu lancieren, zu skalieren und den Kunden mehr Omnichannel-Erlebnisse zu bieten.





commercetools Features für John Lewis & Partners



PIM (Produktinformationsmanagement)

Eine einzige leistungsstarke, zuverlässige Quelle für Produktdaten innerhalb des Konzerns



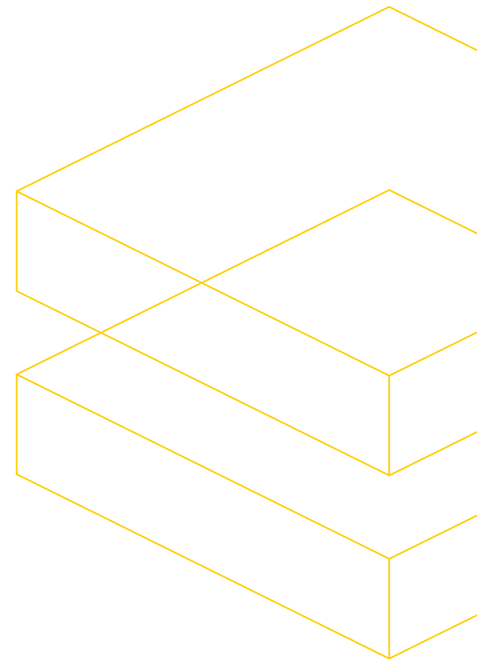
Innovation

Kosteneffiziente Forschung und agile Entwicklung wirkungsvoller Handelsmöglichkeiten



Merchant Center

Volle Transparenz und Kontrolle über Hunderte von digitalen Kanälen und Touchpoints in einem System



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 Wölford.