



CASE STUDY 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.

UMSATZ

268 Milliarden USD

ABSATZMÄRKTE

150+

STANDORT

Wolfsburg, Deutschland

BRANCHE

Automotive

BUSINESSMODELL

B2C

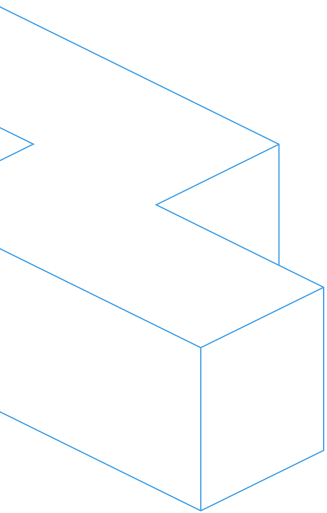
KOOPERATION MIT PARTNERN

Diconium

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.





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.



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

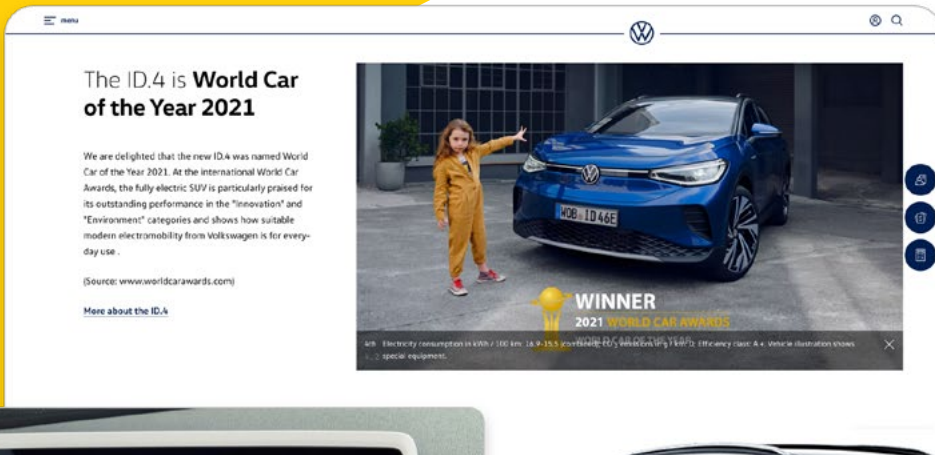
HEAD OF DIGITAL COMMERCE, CARIAD, EIN UNTERNEHMEN DER VOLKSWAGEN GROUP



Die Erfolgs-Story

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 (Produktinformationsmanagement)

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



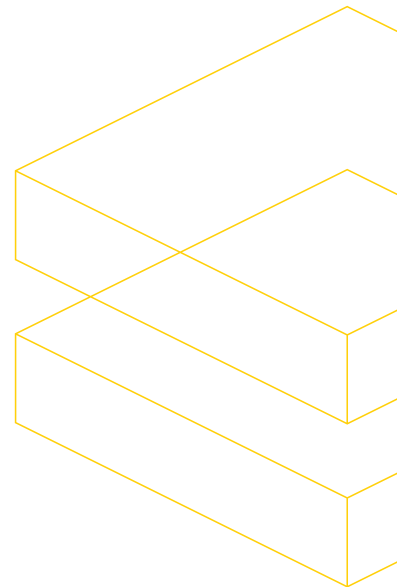
Individuelle Verkaufskanäle

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

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 Wolford.