



Online-Shopping als Erlebnis

Verbindung von Content Management und E-Commerce

Ein Content-Management-System (CMS) zählt zur unverzichtbaren technologischen Grundausstattung von Unternehmen. Es erlaubt, Inhalte effizient zu erfassen, strukturiert zu verwalten, bedarfsgerecht zu pflegen und idealerweise kanalübergreifend auszuspielen. Allerdings bildet ein CMS nicht alle Funktionen für das digitale Shopping-Erlebnis ab. Produktinformationen, Preise sowie Stückzahlen werden in E-Commerce-Systemen vorgehalten und durch diese im Online-Shop übersichtlich dargestellt. Um die Vorteile beider Systeme zu nutzen, ist es sinnvoll, CMS und Shop-Lösung miteinander zu verbinden.

Maximaler Nutzen aus beiden Lösungen

Ein CMS ermöglicht es Redakteuren und Content-Managern, zielgruppenspezifische Inhalte auf Basis vordefinierter Workflows einfach zu erstellen, zu pflegen, zu übersetzen und in verschiedenen Länder-Sites auszuspielen. Über eine Shop-Lösung wiederum können E-Commerce-Manager nicht nur Produktinformationen unkompliziert und effizient im Online-Shop bereitstellen, sondern auch den Checkout-Prozess optimal gestalten. Damit ist das jeweilige System für den entsprechenden Anwendungsfall sehr gut geeignet. Natürlich ist es möglich, produktspezifische Inhalte in einem CMS vorzuhalten oder redaktionellen Content aus einer Shop-Lösung heraus zu veröffentlichen. Wirklich effizient ist das jedoch nicht. Besser ist es, CMS und Shop-Lösung zu integrieren. So maximieren Unternehmen den Nutzen beider Tools und erzielen die besten Ergebnisse.

Zwei Integrationsansätze

Das Shop-System ist führend (Commerce led)

- Das Frontend bildet Struktur und Inhalte aus dem Shop-System ab: Websiteaufbau, Navigation, Header, Footer etc.
- Aus dem CMS fließt ergänzender Content ein, um Geschichten über Produkte zu erzählen.

Das CMS ist führend (Content led)

- Das Frontend bildet Struktur und Inhalte aus dem CMS ab: Websiteaufbau, Navigation, Header, Footer etc.
- Produktrelevante Informationen fließen ergänzend aus dem Shop-System ein.





Commerce led ist der Schlüssel

Die Mehrzahl der Shop-Betreiber setzt auf den Commerce-led-Ansatz. Ein Shop-System stellt per se strukturierte Detail- und Übersichtsseiten bereit. Diese braucht es, um Artikel umfassend darstellen zu können: mit Bildern, Beschreibungen, Preisen, Größen, Konfigurationsmöglichkeiten und dergleichen. Zusätzliche Inhalte, die beispielsweise einen Storytelling-Ansatz für Produkte oder Dienstleistungen ermöglichen, stellen nur einen kleinen Teil der tatsächlichen Seiten eines Web-Shops dar. Gleiches gilt für rein shop-system-native Seiten, wie etwa den Check-out-Prozess. Ein CMS ist bestens dafür gerüstet, leicht pflegbare Inhalte aller Art für die vielen Verwendungsmöglichkeiten innerhalb des Shop-Systems nutzbar zu machen. Durch die Integration von CMS-Komponenten in den Web-Shop kann für jedes Produkt und jede Kampagne eine Geschichte erzählt und diese mit Grafiken oder Bewegtbild angereichert werden.

Für Shops mit komplexen und erklärungsbedürftigen Produkten

CMS- und Shop-Lösung zu integrieren, ist nicht für alle Unternehmen sinnvoll. Schließlich sind zwei Systeme zu managen und die darin befindlichen Daten stets aktuell und konsistent zu halten. Neben internationalen Unternehmen und Konzernen profitieren insbesondere auch Hidden Champions mit komplexen, erklärungsbedürftigen Nischenprodukten von einer Integration. Sie können viele verschiedene länderspezifische Shop-Varianten optimal pflegen und sind jederzeit global erreichbar.

Weitere Fragen? Nehmen Sie Kontakt mit uns auf.

Arvato Systems | **Thomas Künzig-Reling** | Experte für Customer Experience
Tel.: +49 5241 80 79589 | E-Mail: thomas.kuenzig-reling@bertelsmann.de
arvato-systems.de

Als international agierender IT-Spezialist unterstützt Arvato Systems namhafte Unternehmen bei der Digitalen Transformation. Mehr als 2.800 Mitarbeiter an weltweit über 25 Standorten stehen für hohes technisches Verständnis, Branchen-Know-how und einen klaren Fokus auf Kundenbedürfnisse. Als Team entwickeln wir innovative IT-Lösungen, bringen unsere Kunden in die Cloud, integrieren digitale Prozesse und übernehmen den Betrieb sowie die Betreuung von IT-Systemen. Zudem können wir im Verbund der zum Bertelsmann-Konzern gehörenden Arvato ganze Wertschöpfungsketten abbilden. Unsere Geschäftsbeziehungen gestalten wir persönlich und partnerschaftlich mit unseren Kunden. So erzielen wir gemeinsam nachhaltig Erfolge.

