

Case-Study
www.henka.de

HENKA Werkzeuge + Werkzeugmaschinen GmbH

| | |
|--------------|-----------------------------------|
| Gründung: | 1990 |
| Sitz: | Stollberg / Erzgebirge |
| Branche: | Produktionsverbindungs- handel |
| Mitarbeiter: | ca. 40 Mitarbeiter |

Partner:



Das Unternehmen

HENKA ist ein mittelständisches Unternehmen, das sich auf die technische Beratung sowie den Vertrieb von Werkzeugen und Werkzeugmaschinen, vorwiegend für die spanende Bearbeitung, spezialisiert hat. Außerdem projiziert und liefert HENKA komplette Betriebsausstattungen. Als Komplettanbieter gehören auch Arbeitsschutzausrüstungen und Elektrowerkzeuge zum Lieferprogramm. In hochwertigen Schulungen kümmert sich HENKA um die Weiterbildung von Mitarbeitern/-innen der Kunden.

Die Herausforderung

Das Unternehmen suchte nach einer Lösung, die den Onlinevertrieb stärkt.

Die Lösung

Auf Basis der commercetools-Plattform wurde ein moderner B2B-Webshop geschaffen, der verschiedenste Hersteller integriert und dabei, unter Berücksichtigung der Kundenwünsche, permanent erweitert wird.

Das Ergebnis

In dem leistungsfähigen Procurement-Tool wird das gesamte Sortiment an Präzisionswerkzeugen für die zerspanende Industrie dargestellt. Hervorragend aufbereitete Produktdaten erlauben eine zielgenaue Drill-Down-Auswahl aus etwa 200.000 Artikeln.



HENKA: B2B-Webshop für den Werkzeughandel

Ambitionierte E-Commerce-Strategie

Um seine Vertriebsaktivitäten zu unterstützen, die im Wesentlichen auf gedruckten Katalogen und Außendienstmitarbeitern beruhen, hatte HENKA sich seinerzeit entschieden, eine vielgenutzte Branchen-Lösung zu nutzen. Auf Basis dieser Lösung betreibt das Unternehmen einen B2B-Online-Shop, bei dem Geschäftskunden die gewünschten Artikel direkt bei HENKA bestellen können.

Das Unternehmen erkannte früh, dass es nur mit einer ambitionierten E-Commerce-Strategie gelingen würde, sich gegen Mitbewerber zu behaupten und neue Marktanteile zu gewinnen. Diese Stra-

tegie besteht unter anderem in einer deutlichen Verlagerung des Umsatzes hin zu den digitalen Kanälen sowie die Neugewinnung von Kunden in diesem Bereich.

HENKA stellte allerdings fest, dass die aktuell genutzte Lösung sowohl strukturell-organisatorisch als auch technisch mittel- und langfristig nicht in der Lage sein würde, die eigenen Pläne zu unterstützen. So gab es unter anderem Probleme bei der Benutzerfreundlichkeit auf mobilen Endgeräten, bei der Geschwindigkeit sowie bei einer stark kundenorientierten Produktsuche.

Hohe Fachkompetenz digital abbilden

Aus diesen Gründen entschied man sich im Sommer 2016 für einen kompletten Neustart mit einem modernen B2B-Webshop. Inhaltlich möchte HENKA so die bestehende Positionierung als „Problemlöser“, absoluter Experte im eigenen Marktsegment und Partner des Kunden auch im Internet etablieren. Oberste Zielsetzung des Webshops ist es, für den Kunden ein effizientes Tool zum Procurement hochspezialisierter Werkzeuge zu sein und die hohe Kompetenz von HENKA in diesem Bereich zu vermitteln. Gleichzeitig soll dem Kunden ein Shop zur Verfügung gestellt werden, der in allen Funktionalitäten das oberste Level innerhalb der Branche abbildet.

Gemeinsam mit den eCommerce-Spezialisten von eCube aus München wurde der neue Webshop auf Basis der cloudbasierten Plattform von commercetools umgesetzt. Für diese Lösung entschied sich HENKA hauptsächlich wegen seiner

Individualisierbarkeit und der automatischen Skalierbarkeit.

commercetools und eCube legten HENKA von Beginn an eine stark inkrementell geprägte Vorgehensweise nahe. So sollte in der ersten Umsetzungsstufe der Fokus inhaltlich ganz klar auf den Zielen liegen, welche aus Sicht von HENKA den größten Schritt nach vorne erlauben. In diesem Fall bedeutete dies zunächst einmal die Konvertierung bestehender Kunden in Shop-User sowie die Erschließung neuer Kundenschichten durch einen öffentlich „sichtbaren“ und auffindbaren Shop. Auf Basis der damit gesammelten Erfahrungen wurden dann die nächsten Schritte definiert.

Aus technischer Sicht war das Ziel der ersten Stufe die Schaffung einer flexiblen und erweiterbaren Plattform als solides Fundament für diese künftige Entwicklung.



Einbindung von Drittsystemen

Im Rahmen des Projekts musste der neue Webshop mit den bereits vorhandenen Lösungen verbunden werden. Über die API der commercetools-Plattform sind das existierende ERP-System (etwa

für Kundenstammdaten, Preise und Verfügbarkeit), das headless CMS contentful sowie verschiedene Zahlungssysteme integriert.

Produktdaten

Eine zentrale Herausforderung in dem Projekt ist die Homogenisierung der aus verschiedenen Quellen stammenden Produktdaten. Im früheren Shop von HENKA war das Angebot auf der obersten Hierarchieebene nach Katalogen gegliedert. Dies sollte von einer benutzerfreundlichen Gliederung nach Produktkategorien abgelöst werden. Die Schwierigkeit bestand nun darin, die erheblich unterschiedlichen Kategorie- und Attributsysteme der Kataloge so zu vereinheitlichen, dass dem

Anwender eine homogene Sicht auf die Produkte sowie eine leistungsfähige Facettensuche geboten werden kann. eCube erarbeitete zusammen mit dem Kunden hierfür einen ebenso pragmatischen wie leistungsfähigen, regelbasierten Ansatz, welcher es den Werkzeug-Experten von HENKA mit vertretbarem Aufwand erlaubt, die Produktdaten der 200.000 Artikel in eine einheitliche Form zu transformieren.

Mobiler Zugriff

Bei der Gestaltung des Webshop-Frontends achtete der umsetzende Partner eCube vor allem darauf, eine zeitgemäße und benutzerfreundliche

Oberfläche zu erstellen. Diese ist responsiv aufgebaut und damit auch auf mobilen Endgeräten komfortabel nutzbar.

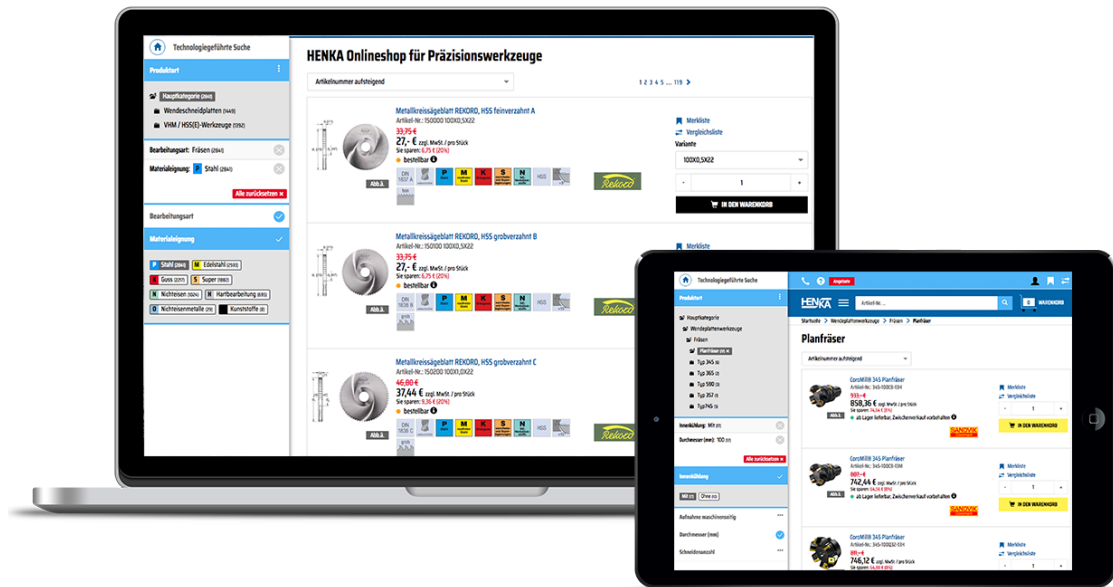
Vorgehen und Ergebnis

Die Umsetzung des Projektes erfolgte durch ein kleines Architektur- und Entwicklungsteam von eCube. Auf Kundenseite gibt es für die Themen Frontend, Prozesse und Produktdaten je einen verantwortlichen Ansprechpartner. Dank einer konsequenten „One-Team-Philosophie“, welche auf gegenseitigem Vertrauen und dem Willen, gemeinsam Mehrwert zu schaffen, basiert, verfügt HENKA nun über einen modernen B2B-Webshop, der das Portfolio optimal präsentiert. Die Entwicklung folgt einem extrem schlanken, Kanban-basiertem Prozess mit flexiblen Iterationen.

Da die Homogenisierung der Produktdaten einen der kritischen Erfolgsfaktoren des Projektes darstellt, beschlossen HENKA und eCube, dieses Thema als Erstes anzugehen. Etwa zeitgleich

wurde begonnen, das Frontend an die Wünsche des Kunden anzupassen. Der Sunrise-Demoshop bzw. das Sunrise-Framework von commercetools bildeten hierfür eine hervorragende Basis. Die frühe Integration der Produktdaten, in Verbindung mit einer schlanken und effizienten Continuous Delivery Pipeline, hat den unbezahlbaren Vorteil, dass alle Projektbeteiligten die Fortschritte jederzeit anhand der echten Produktdaten begutachten können. Somit steht bereits seit einem sehr frühen Projektzeitpunkt der tagesaktuelle Entwicklungsstand inklusive der ca. 200.000 SKUs dem Kunden für Feedback und inkrementelle Anpassungen bereit. Der servicebasierte Ansatz von commercetools vereinfacht dabei einen derartig agilen Entwicklungsprozess enorm.





Im Herbst 2017 startete ein fließender Go-Live-Prozess mit einer zunehmenden Anzahl ausgewählter Pilotkunden. Anfang Januar 2018 wurde das System dann offiziell vorgestellt. Mit dem neuen Shop steht den Kunden nun ein in der Branche einmaliges Tool zur Verfügung. Dieses erlaubt sowohl Fachleuten als auch weniger erfahrenen Anwendern selbstständig geeignete Werkzeuge für ihre individuelle Bearbeitungsaufgabe zu finden. Ermöglicht wird dies durch die technologiegeführte Facettensuche, welche sich auf die hervorragend aufbereiteten Produktdaten stützt. Zusätzlichen Mehrwert bietet dem Anwender die unkomplizierte Verfügbarkeit von Werkzeugdaten in 2D- und 3D-Formaten (STEP und DXF).

Aktuell wird an weiteren Features und Verbesserungen gearbeitet. Durch die inkrementelle Vorgehensweise können Wünsche und Erfahrungen der Nutzer effektiv berücksichtigt werden. Unter anderem ist für dieses Jahr die Aufnahme weiterer Hersteller bzw. Marken in das Sortiment vorgesehen.

Dank weitgehend automatisierter continuous delivery, können diese Updates jederzeit in beliebiger Frequenz und ohne Downtime ausgerollt werden.

Die commercetools GmbH ist ein internationales Technologieunternehmen und gilt als Inkubator für die Post-Web-Ära. Die cloudbasierte Plattform-Technologie schafft für Händler und Hersteller die Grundlage für eine zukunftsfähige Handelsstrategie. Der moderne API-Ansatz liefert die Schnittstellen zu Vertriebskanälen und innovativen Endgeräten aller Art. Die Plattform bildet somit den Handel über Soziale Netzwerke, Chatbots, Bestell-Buttons, Wearables und Sprachassistenten ab.

Kontakt

commercetools GmbH
Adams-Lehmann-Str. 44
D-80797 München
Telefon: +49 89 9982996-0
E-Mail: marketing@commercetools.de

Die eCommerce Manufaktur eCube unterstützt seit über 15 Jahren Händler bei der Einführung und Optimierung ihres Online-Angebots. Unser Fokus liegt auf B2B Systemen und Marktplätzen. Zu unseren Kunden gehören Toolineo, Berner und Zooplus.

Kontakt

eCube GmbH
Agnesstraße 61
D-80797 München
Telefon: +49 89 550 556-0
Fax: +49 89 550 556-99
E-Mail: kontakt@ecube.de

