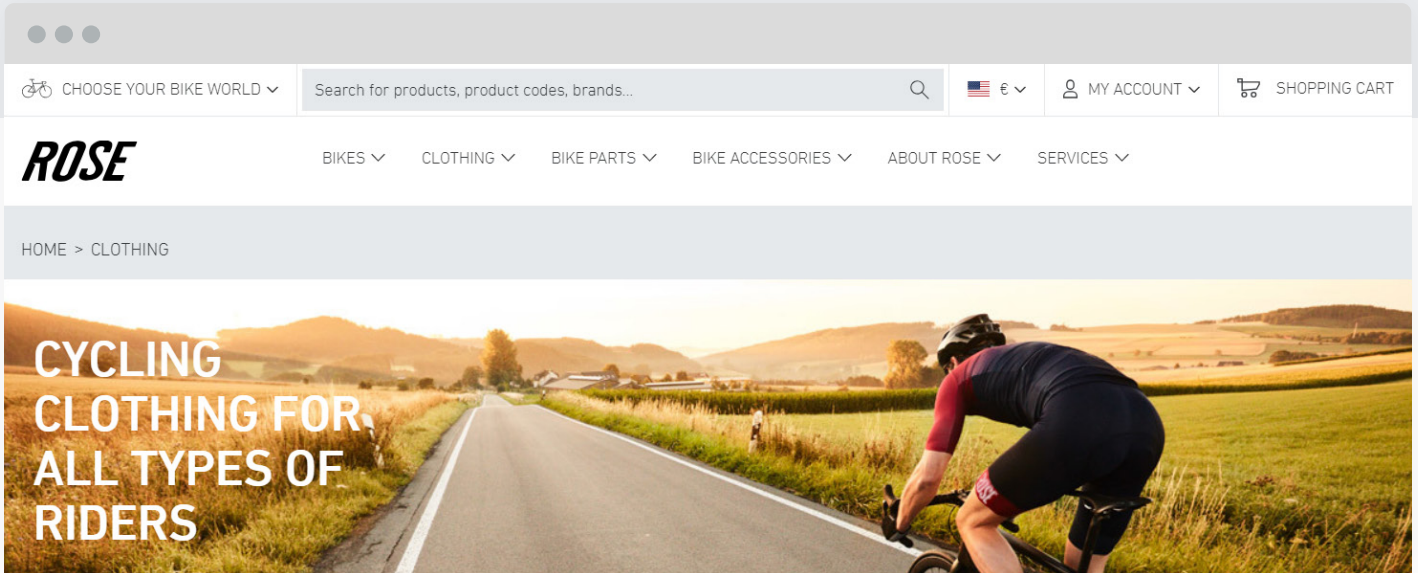


Mit Technology Ownership ins Rennen

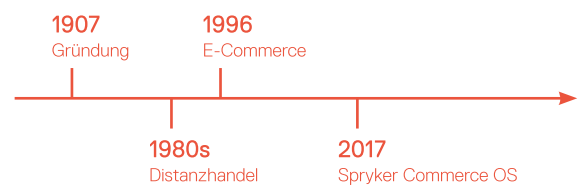


ROSE Bikes braucht mehr als einen E-Commerce Standard Shop

Das Thema Radfahren ist für viele hochgradig emotional und steht gar für einen ganz eigenen Lifestyle. Nicht zuletzt aus diesem Grund gehören Funktionalität, Schnörkellosigkeit und extrem kundennahe Services gepaart mit einem hohen Maß an Individualität für ROSE Bikes zu den Kernwerten. Um diese Mischung aus Technik, Emotion und Leidenschaft für das Radfahren zu vermitteln, braucht ROSE Bike mehr als einen E-Commerce-Standard-Shop. Hier wird mehr geboten, als der Kundenwunsch nach Funktion und Design. Das Rad wurde von ROSE Bikes zwar nicht neu erfunden – das individuelle Radkauf- und Konfigurationserlebnis aber definitiv.

Transformation für das ganze Unternehmen

ROSE Bikes hat nicht nur als Pionier im Bereich Distanzhandel und Online Versandhandel erkannt, wie wichtig es für ein Unternehmen ist, sich ständig weiterzuentwickeln und Neues auszuprobieren. Im eigenen Logistikzentrum oder auch in der Grafik- und Designabteilung hat ROSE Bikes seit jeher einen innovativen Ansatz verfolgt. Von dort fiel der Schritt in die unternehmensübergreifende Transformation nicht schwer.



MVP to Launch

Für den Re-Launch hat das Unternehmen einen klassischen MVP-Ansatz verfolgt. Mit einem klaren Blick auf die relevantesten Features gelang es die E-Commerce-Transformation konzentriert und schlank zu halten.

” Der Markt wird immer mehr umkämpft, die Zahl der Marktteilnehmer steigt, die Margen sinken und der Grad der Digitalisierung von Prozessen und Produkten steigt stetig an. Wir müssen uns schnell und flexibel ändernden Bedingungen anpassen und neue Dinge ausprobieren. Daher ist Technologie Ownership für uns enorm wichtig, um in einem sehr dynamischen Umfeld bestehen und wachsen zu können.”

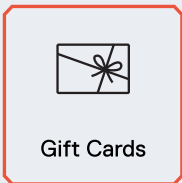
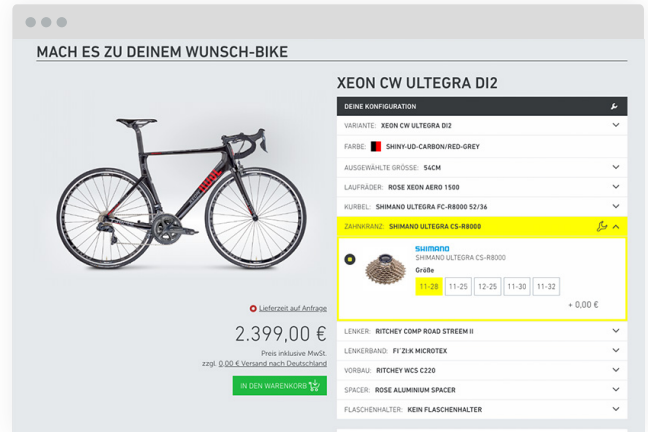
- Thorsten Heckrath-Rose, Geschäftsführer ROSE Bikes



Build your own... bike!

Top-Feature ist für ROSE Bikes die Bike-Konfiguration, die Schritt für Schritt weiter ausgebaut und optimiert wird. Kunden können sich ihr ROSE Fahrrad individuell zusammenstellen und somit viel besser auf ihre eigenen Ansprüche konfigurieren. Durch die Integration von Produktattributen und Tags kann im Shop nun auch besser kategorisiert werden.

Die Verbindung von Produktattributen und Filtern wiederum ermöglicht den gezielten und detaillierten Aufbau der Suchfunktion des Konfigurators sowie für den restlichen Shop. Auch wurde die Suche über Elasticsearch mit vielen starken Funktionen, wie beispielsweise der Synonymsuche, eingesetzt. Diese Features helfen, die User Journey im Shop zu vereinfachen und die Darstellung auf ein neues Level heben – alles aus eigener Hand gesteuert und so perfekt auf ROSE Bikes Anforderungen angepasst.

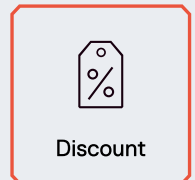


Referral-Maßnahmen einfach gemacht

Eine gute Möglichkeit, neue Kunden zu gewinnen und Umsätze zu steigern, sind Geschenkgutscheine. ROSE Bikes hat dieses Spryker Feature implementiert und bietet diese als Geschenkidee für Fahrradliebhaber an. Im System ist hinterlegt, dass Gutscheine per E-Mail verschickt werden, daher fallen keine Versandkosten an und sie sind sofort verfügbar.

Sale, Sale, Sale

Um für ihre Kunden attraktive Preise und Sonderangebote, sowie B-Ware anzubieten, greift ROSE Bikes auf den Spryker Discount Engine zurück. Mit dessen Hilfe können Rabattregeln schnell und übersichtlich erstellt und auch zeitlich begrenzte Preisaktionen kinderleicht umgesetzt werden.



Neuer Shop, zufriedenerer Kunden

Das Spryker Commerce OS verhilft ROSE Bikes zu einer erhöhten Usability und reduzierten Einkaufsabbruchrate. Laut Geschäftsführer Heckrath-Rose hat sich die Geschwindigkeit vervielfacht, was zu deutlich weniger Kaufabbrüchen geführt hat.



spryker.com

hello@spryker.com

+49 / 30 / 2084983 53

@sprysys