

OXID Plattform Features

**KONVERSION & UMSATZ**  
**#SHOPMARKETING**

[oxid-esales.com](https://oxid-esales.com)

Das Umsatzwachstum von B2B übersteigt das von B2C um ein Vielfaches und wird in den nächsten Jahren weiterhin stark zunehmen. Multi-Channel- und Multi-Touchpoint-Strategien sollten daher nicht nur in Kanälen, sondern immer auch in Zielgruppen „Business“ und „Consumer“ gedacht werden! Was Sie dafür brauchen? Eine zentrale Basis-Infrastruktur, die beide Welten versteht und bespielen kann.



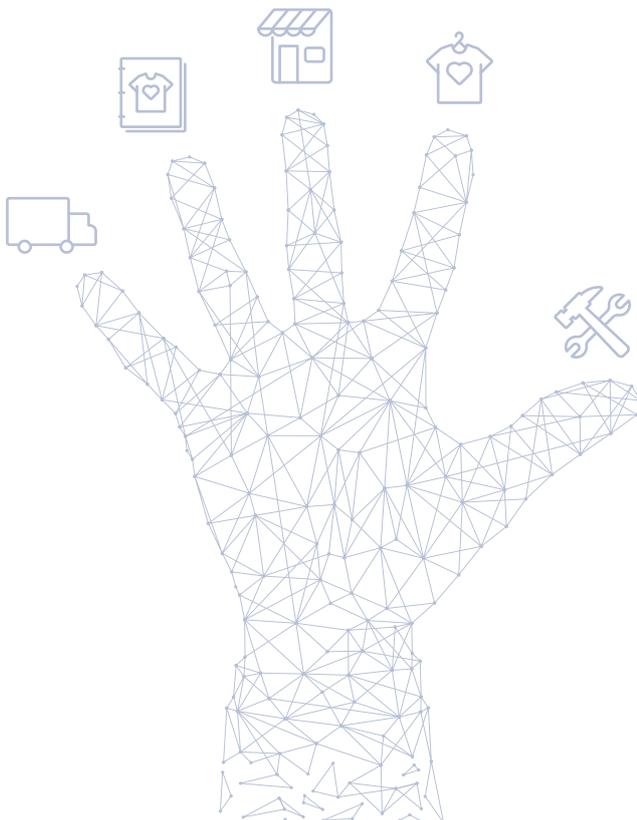
## B2B2C SZENARIEN UND BRANCHEN-LÖSUNGEN

- + **Großhandel** | Nahtlose Integration ist der Schlüssel um Großhändler- und Fachhändler-Portal mit POS Anbindung zu orchestrieren
- + **Versandhandel** | Klassische Verkaufskanäle bekommen ihr digitales Gegenstück und vernetzen die Services perfekt
- + **Retailer** | Lokale Einzelhändler und Online-Pureplayer gehen mit Customer Experience und Plattform-Konzepten auf Wachstumskurs
- + **Marken** | Markenhersteller werden zum digitalen Mittelpunkt für Endkunden und den Zwischenhandel, lokal und virtuell
- + **Hersteller** | Industrie 4.0 verbindet Produktion und Absatz; D2C-Konzepte erschließen den Konsumentenmarkt



## B2B SPECIAL FEATURES

- + Grafische Oberfläche zur Verwaltung von Rechten und Rollen in der Adminoberfläche
- + Definition von Rollenrechten zur Verwaltung verteilter Arbeitsstrukturen (bspw. „Redaktion“, „Produktmanager“, „Buchhaltung“ ...)
- + Backend-Rechtevergabe auf Menüstruktur und Tabs (Vollzugriff, Nur-lesen, kein Zugriff)
- + Definition von Zugriffsrechten für Benutzer und/oder Benutzergruppen zu Artikeln und/oder Kategorien
- + Shop-Rechteverwaltung regelt Zugriffsrechte im Shop-Frontend für Benutzergruppen (bspw. „Langtext sehen“, „In den Warenkorb legen“ ...)
- + Genehmigungsprozesse/-workflows
- + Kundenspezifische Informationen (Preise, Bestände, Konditionen und Katalogansichten)
- + OCI-Punchout (optionales Modul)
- + Individuelle Angebotserstellung
- + B2B2X-Unterstützung



Jedes Geschäftsmodell muss sich an der Realität der täglichen Performance messen lassen. Neue Digitaltrends sind zunächst Experiment, dann Kampagne, schließlich fester Planungsbestandteil. Es sind viele kleine Schritte im Kommunikations- und Servicealltag, auf die sich Erfolg und Wachstum gründen. Deswegen werden schnelle Adaptierbarkeit von Prozessen und die Flexibilität, neue Tools einzuführen, zu Ihrem Wettbewerbsvorteil.



**„TAKTIKEN KOMMEN UND GEHEN.  
ABER IM DIGITALEN MARKETING GEHT  
ES AM ENDE IMMER NUR UM ZWEI DINGE:  
TRAFFIC UND KONVERSION.“**

Ryan Deiss, CEO, digitalmarketer



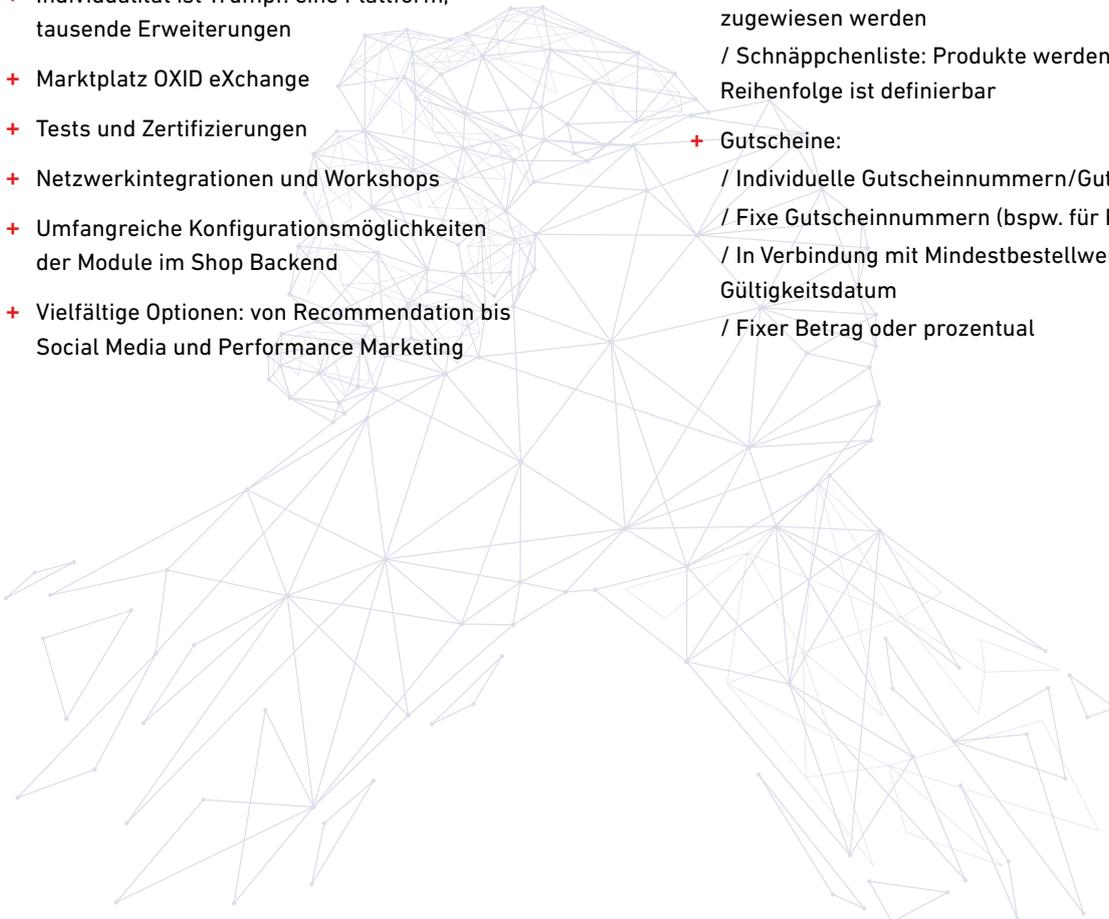
## MODULARITÄT UND EXTENSIONS

- + Individualität ist Trumpf: eine Plattform, tausende Erweiterungen
- + Marktplatz OXID eXchange
- + Tests und Zertifizierungen
- + Netzwerkimtegrationen und Workshops
- + Umfangreiche Konfigurationsmöglichkeiten der Module im Shop Backend
- + Vielfältige Optionen: von Recommendation bis Social Media und Performance Marketing



## MARKETING UND PROMOTION

- + Großes, automatisches und bedienbares Banner-Karussell
- + Brand-Slider der Hersteller (Markenlogos können zugewiesen werden)
- + Produkte sind einfach über Aktionen einzustellen und zu editieren:
  - / Haupt-Schnäppchen: Erstes Produkt wird angezeigt. Wenn ausverkauft, rücken weitere nach
  - / Angebot der Woche: alle zugewiesenen Produkte werden angezeigt. Reihenfolge ist definierbar
  - / Thematische Aktion (Bsp. Dauerbrenner): Anzeige aller zugewiesenen Produkte. Reihenfolge definierbar
  - / Frisch eingetroffen: Kann dynamisch generiert oder explizit zugewiesen werden
  - / Kategorien: Alle zugewiesenen Produkte werden mit ihrer Hauptkategorie angezeigt. Reihenfolge ist definierbar
  - / Top-Seller: Kann dynamisch generiert oder explizit zugewiesen werden
  - / Schnäppchenliste: Produkte werden zugewiesen. Reihenfolge ist definierbar
- + Gutscheine:
  - / Individuelle Gutscheinumnummern/Gutscheinserie
  - / Fixe Gutscheinumnummern (bspw. für Print-Werbung)
  - / In Verbindung mit Mindestbestellwert und Gültigkeitsdatum
  - / Fixer Betrag oder prozentual



Ihre Kunden sind die Könige. Sie kennen ihre eigenen Wünsche und erwarten, dass diese maximal effizient und bequem erfüllt werden. Vom ersten Kontakt über gelungenes Storytelling, bis zu punktgenauer After Sales Promotion und Performance Marketing. Für dauerhafte Kundenbindung müssen alle Elemente Ihres Kunden- und Ordnermanagements ineinandergreifen. Wir haben die Best Practice Elemente gebündelt, die Sie und Ihre Kunden zum Ziel führen.



## ORDER PROZESSE IM GRIFF

- + Freie Definition des Mindestbestellwerts
- + MwSt. pro Artikel definierbar
- + Solange Kunde nicht eingeloggt ist, wird die MwSt.-Berechnung des Standard-Landes zugrunde gelegt
- + Akzeptieren der AGB und Widerrufsrecht, inkl. Link zu AGB und Widerrufsrecht
- + Bestätigen der Kundeninformationen (Checkbox) mit Link zu Kundeninformationen
- + Bestelleingangsbestätigung mit Anzeige der Bestellnummer
- + Automatisierter Versand von Bestelleingangsbestätigung, editierbar mit Smarty-Variablen
- + Automatische E-Mail an Kunden, wenn Ware versendet wurde, aktivierbar
- + Generierung von PDF (Rechnung und Lieferschein)
- + Export DTAUS (ab Bestellnummer)
- + Packliste
- + Gutscheine kumulierbar oder nur einmal je Kunde oder Bestellung zu verwenden
- + Gutscheinausschluss für bestimmte Kategorien oder Produkte
- + Rabatte:
  - / Nachlass absolut, prozentual oder Dreingabe
  - / Zeitlich limitiert oder verknüpfbar mit Kategorie, Benutzergruppe u.a.
- + Cross- und Up-Selling über explizite Verknüpfung von Produkten (Crossselling über verwandte Produkte, Zubehör)
- + Rich Media Unterstützung in der Produktpräsentation
- + Rezensionen können vom Admin vor der Freigabe moderiert werden
- + Produkt-Tagging (Tag-Cloud) pro Artikel (vom registrierten User vergeben)



**„DIE MENSCHEN WOLLEN KEINE SECHS MILLIMETER GROSSEN BOHRER, SIE WOLLEN SECHS MILLIMETER GROSSE LÖCHER IN DEN WÄNDEN.“**

Theodore Levitt, Harvard Marketingprofessor



## KUNDENMANAGEMENT

- + Kundengruppen definierbar (z.B. Großhändler, Endkunden etc.)
- + Initiale Einteilung in Besucher und Kunden
- + Automatische Gruppenzuordnung von Kunden je Umsatz möglich
- + Benutzerverwaltung mit Bestellhistorie, Bezahlarten
- + Merkmale mehrerer Produkte können über Artikelattribute in einer Tabellenansicht verglichen werden
- + Gastbestellung (Einkauf auch ohne Registrierung möglich)
- + DSGVO-ready
- + „Double-Opt-In“ Verfahren für die Anmeldung zu Newslettern (als E-Mail in HTML oder Text)
- + Permanente Warenkörbe für registrierte Kunden
- + RSS-Feeds für u.a. „TOP of the Shop“, „frisch eingetroffen“, Kategorien und Suchergebnisse
- + Bewertungen mit Sternen, inkl. Kommentar (für angemeldete Benutzer)
- + Registrierte Kunden haben passwortgeschützten Kundenbereich zur Verwaltung Persönlicher Daten, Listen und Abonnements
- + Mehrere Admin User verwaltbar
- + Kundenpasswort im Admin nicht sichtbar, nur neues setzbar
- + EU Cookie-Richtlinie (im Admin aktivierbar)

Guter Content und die richtige Go-To-Market Strategie stehen am Anfang der Salesplanung. Aber genaue Kundenkenntnis und das richtige Handwerkszeug sind die eigentlichen Treiber einer fesselnden Customer Journey und eines begeisternden Einkaufserlebnisses. Die Herzstücke Ihrer Lösung – wie Analyse, Scoring und Datenpflege – werden umso wertvoller, je tiefer sie integriert und je konsequenter sie genutzt werden. Bedenken Sie, dass Sie mit den richtigen Tools immer auch Prozess Know-How erwerben.



## „BEI PERSONALISIERUNG GEHT ES NICHT UM VORNAME/NACHNAME; SONDERN UM RELEVANTEN CONTENT.“

Dan Jak, Email Insider



### SUCHE

- + Schnittstellen und Module aller fehlertoleranter Suchtechnologien: FACT-Finder, ElasticSearch, Findologic, Makaira u.a. (optional verfügbar)
- + Basis-Suchfunktion (im Standard enthalten):
  - / Artikel-Suchfunktion über mehrere Datenfelder konfigurierbar oder innerhalb Kategorien und Hersteller
  - / Einstellbar, ob Produkt im Suchergebnis erscheinen darf
  - / Zusätzliche Keywords für Suche je Artikel editierbar
  - / Konfigurierbare Anzeige des Suchergebnisses (z.B. Sortierung, Galerie/Liste)



### INTERNATIONALISIERUNG

- + Zentrale Sprachverwaltung (beliebig viele Sprachen möglich), Deutsch und Englisch werden mit ausgeliefert
- + Mehrsprachiger Shop und Admin-Bereich
- + Multi-Mandantensystem: Einfache Bereitstellung von Ländershops
- + Einstellbare Datums-, Währungs-, Zeitformate
- + Freie Definition von Versandarten (länderspezifisch)
- + Englischsprachiger Hersteller-Support
- + Dokumentation in englischer Sprache verfügbar



### CONTENT UND PERSONALISIERUNG

- + Volle Gestaltungsfreiheiten bei der Erstellung des Contents mit individuellen Widgets
- + Schaffung von Einkaufswelten mit direktem Zugriff auf den Shopdatenbestand bei vollständiger Einhaltung des Shop-Styles (Wahrung des Corporate Designs)
- + Zentrale Bildverwaltung zur Verwendung in Visual CMS
- + Upload und Inhaltserstellung per Drag & Drop, auch ohne technische Kenntnisse
- + Auswahl gängiger Widgets für Landingpages wie Sliders, Artikelboxen, Headers, Aktionen ...
- + Einfache Erstellung mächtiger Widgets (Anzeige im Frontend und Eingabemasken im Backend)
- + Personalisierung, optional



### MULTICHANNEL – MULTITOUCHPOINT

- + OXID eShop Flow Theme (Bootstrap-gestütztes full-responsive Design zur optimalen Darstellung auf mobilen Endgeräten)
- + Responsive und mobile Templates anpassbar
- + PWA oder Native App über Plattform-Partner wie Shopgate oder als Individuallösung
- + Voll multichannelfähig mit OXID POS

## ÜBER OXID eSALES

Die OXID eSales AG gehört zu den führenden Anbietern von E-Commerce-Lösungen. Auf Basis der OXID Plattform lassen sich skalierbare, modulare und hochwertige Webshops für alle Branchen und Geschäftsmodelle aufsetzen und effizient betreiben. Im B2C-Geschäft vertrauen Unternehmen wie Bitburger, Trigema, AIDA und Calida auf OXID. Die umfassende Lösung für B2B-Shopbetreiber nutzen unter anderem Mercedes-Benz Gebrauchtteile Center, Carl Zeiss, 3M und die Deutsche Post. Die modulare Standardsoftware wird von über 150 Solution Partnern nach Wunsch implementiert. Eine stetig wachsende Open Source-Gemeinde sorgt für neue und marktgerechte Impulse. Mit Webshop, Mobile und Point of Sale (POS) deckt OXID eSales dabei das volle Multichannel-Spektrum ab.



## GEHEN SIE EIGENE WEGE

Von Dokumentation über Community Power und Schulungen bis zu Freelancern und Modulzertifizierung: OXID eSales bietet alles für die schnelle und zukunftssichere Eigenentwicklung.

### Fragen Sie uns nach weiteren Features der OXID Plattform:

- + COMMERCE ARCHITEKTUR
- + WACHSEN UND SKALIEREN
- + CUSTOMER EXPERIENCE
- + TEAM COMMERCE



---

---

---

---

---

---

---

---

### WEITERFÜHRENDE INFOS

Wie Sie mit OXID die individuellen Herausforderungen Ihrer Branche meistern

