

OMKB B2B – DIGITAL DURCHSTARTEN MIT UNIC & SITECORE

Wie B2B Unternehmen mit «Composable DXP» ihren Kunden digitale Mehrwerte bieten können

Gerrit Taaks (Unic) & Arne Schlüter (Sitecore)

13. April 2023

Arne Schlüter, Sitecore



Arne Schlüter

- Director Solution Engineering Content Cloud EMEA at Sitecore
- Seit mehr als 10 Jahren in der IT- und Softwarewelt zu Hause. Technologiebegeistert.



Sitecore

- Softwarehersteller für Content und Digital Asset Management, Commerce und Customer Data Platform
- Globale Repräsentanz, 1600 Mitarbeiter
- Mehr als 800 Technologie- und Implementierungspartner

Gerrit Taaks, Unic



Gerrit Taaks

- Co-Founder & Partner
- 25+ Jahre «hands-on» rund um digitale Lösungen für Marketing & Commerce



Digitalagentur Unic

- Dienstleister für Strategie, Konzeption, Umsetzung und Betrieb digitaler Lösungen
- Experience Platforms, Commerce, D'Marketing
- 250 Mitarbeitende an 5 Standorten
- 10+ Jahre Zusammenarbeit mit Sitecore

Unsere Themen heute

- Customer Experience (CX) und B2B
- Identifikation von digitalen Services
- Herausforderungen umfangreicher B2B-Lösungen
- Evolution von Lösungsansätzen
- Vorteile einer «composable DXP» mit Beispielen
- Raum für Ihre Fragen & Diskussion

Anhaltende Trends: Digitale Touchpoints werden wichtiger!

**B2B Einkäufer:
Zunehmend
«digital Natives»**

**Covid-19
& Homeoffice:
«digital Interactions»**

**B2B Buying Center:
Viele involvierte
Personen**

Gartner (2021)

**By 2025 Gartner expects
80% of B2B sales interactions
to occur in digital channels.**

McKinsey (2021)

«Outstanding Digital Experience»

→ Doppelt so hohe Wahrscheinlichkeit,
als primärer Lieferant ausgewählt zu
werden

B2BEST (ECC Köln 2021)

65%

«Unsere Customer Experience (CX)
ist besser als die der Wettbewerber»

B2BEST (ECC Köln 2021)

80%

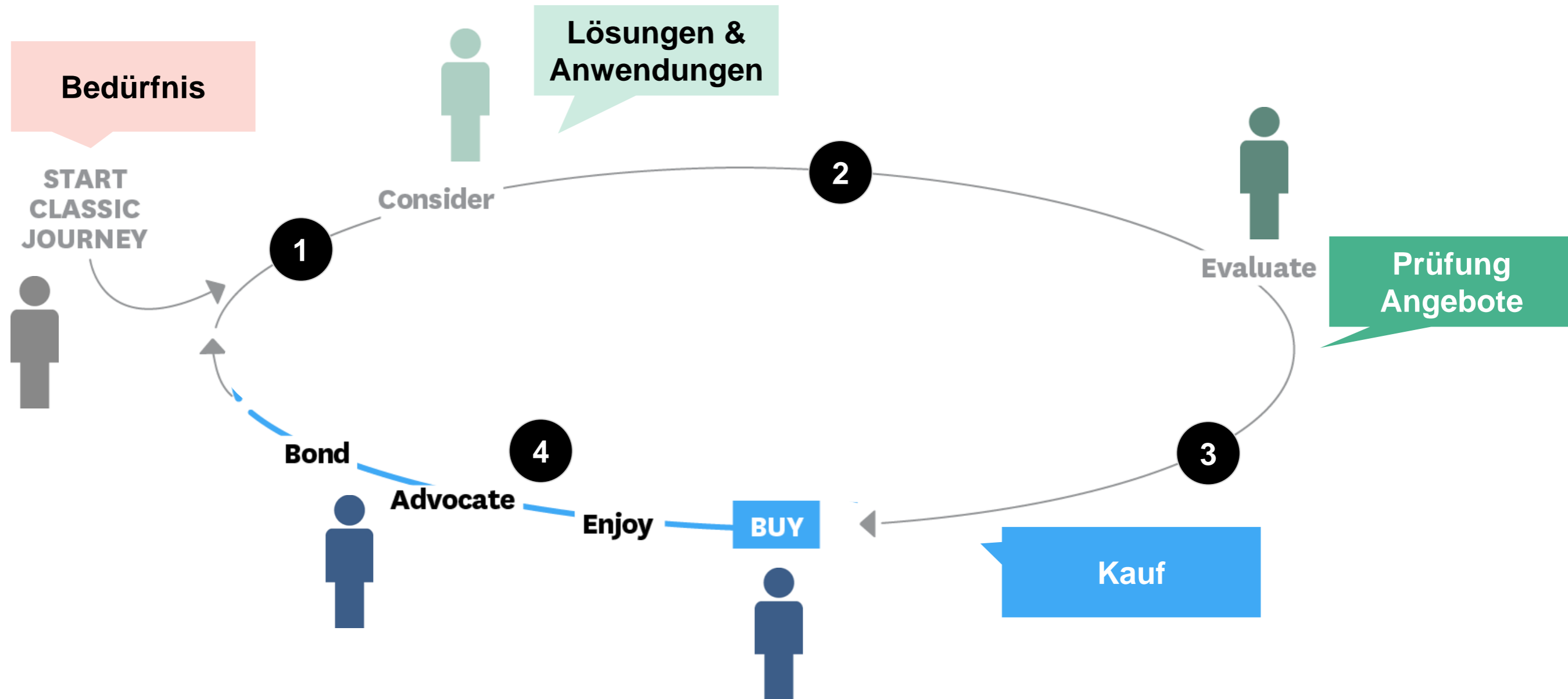
**«Notwendigkeit,
unsere CX zu steigern»**

Digitale Customer Experience (CX)

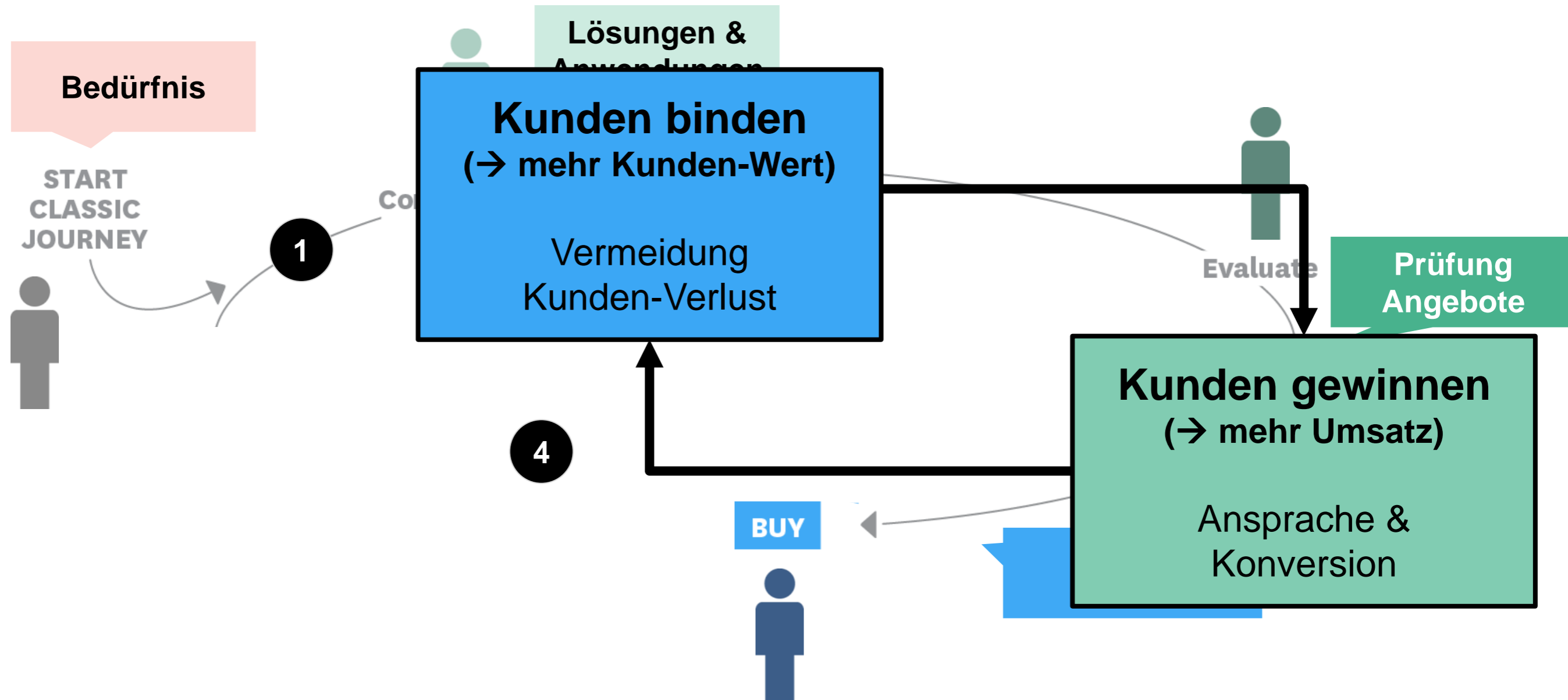
«Kundenerlebnisse über digitale Kanäle»

***«Die richtigen digitalen Services
richtig anbieten»***

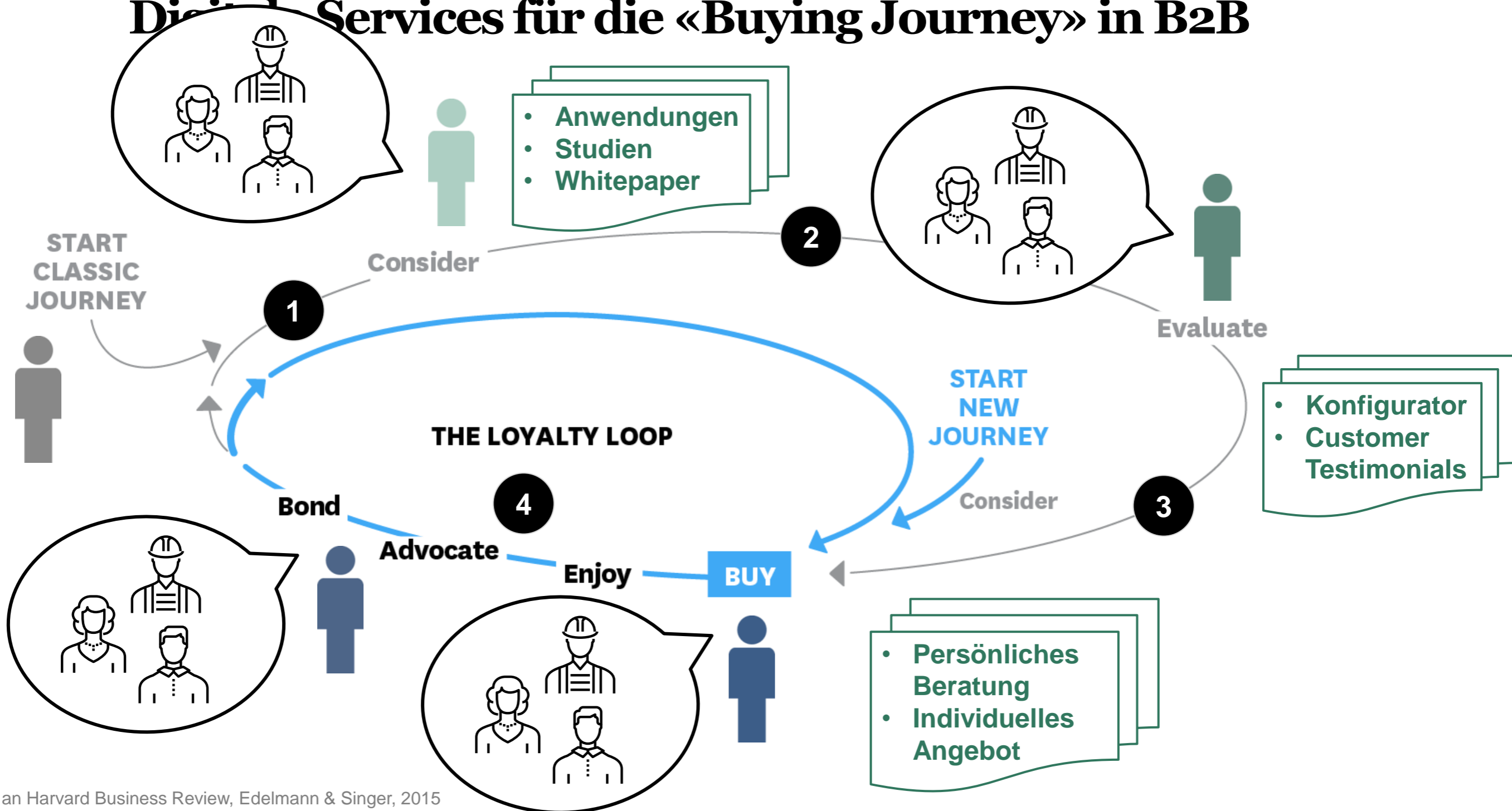
Digitale Services für die «Buying Journey» in B2B



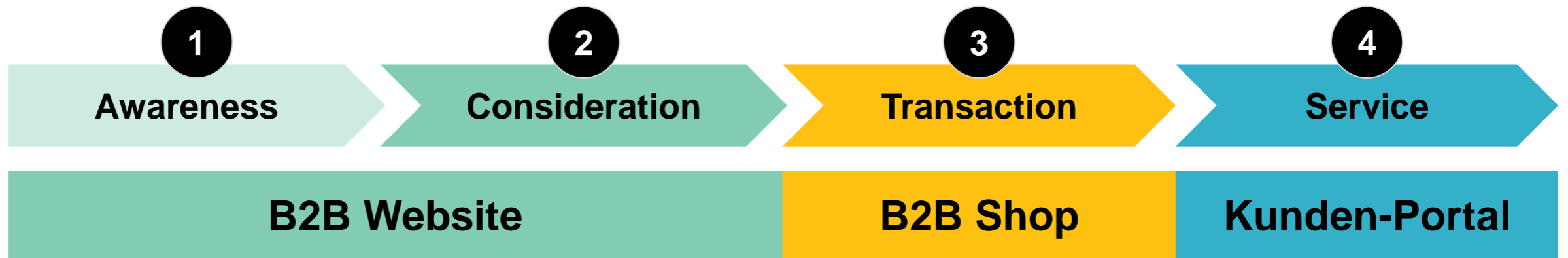
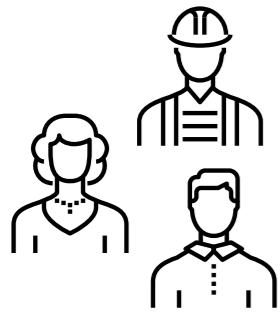
Digitale Services für die «Buying Journey» in B2B



Digital Services für die «Buying Journey» in B2B

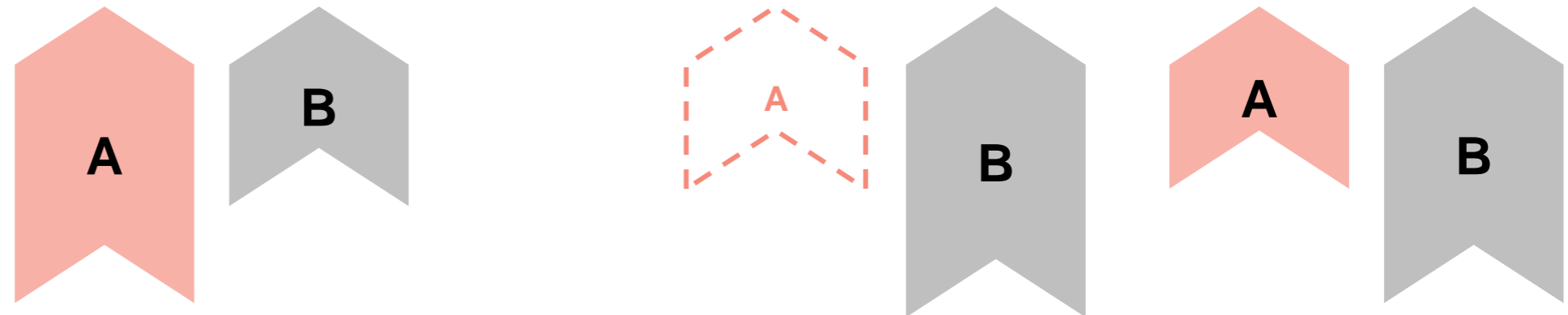


Die digitalen Prioritäten resultieren aus der (Vertriebs-)Strategie

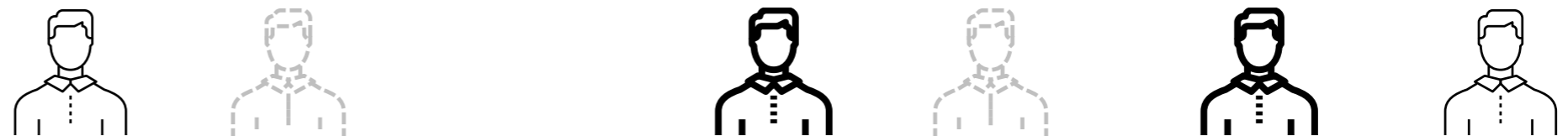


Digitale Kanäle

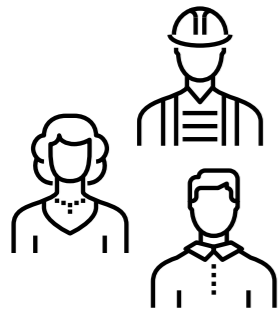
- Firma A
- Firma B



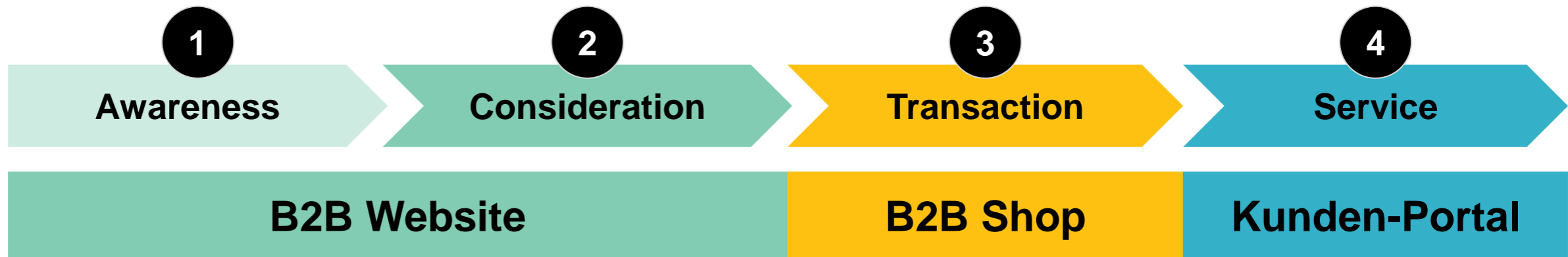
Persönliche Gespräche



Typische Anforderungen an eine B2B Website



Typische
Features
B2B-Website

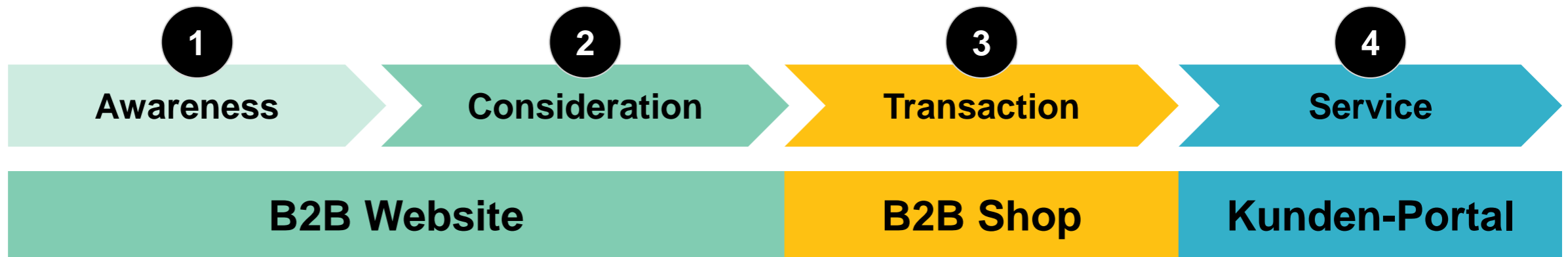
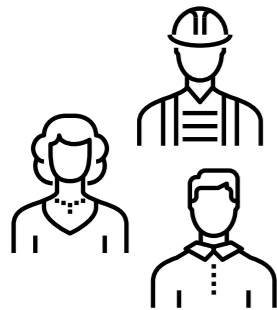


1. Multi-Site (Geo, Sprache, Metriken)
2. Kontextuelle Navigation zum Angebot
3. Leistungsfähige Suche
4. Kontakt-Management (Lead/Anfrage)
5. E-Mail Marketing
6. Analytics

...und weitere individuelle Features



Die Vielfalt an digitalen Services stellt hohe Anforderungen an die Lösung



Digitale Services & Inhalte

1) Firma
Was für Wen
Geogr. Märkte
Marke/Story/Company
Events
News
Newsletter
HR

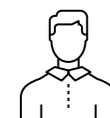
2) Angebot
Aufgaben & Lösungen
Themen & Industrien
Lösungsfelder
Produkt-Linien
Dienstleistungen
Studien & success stories
Selektor/Navigation
Anfragen

3) Produkte
Selektor/P-Suche
Produkt-Katalog
Ersatzteil-Katalog
Produkt-Spezifikation
Konfigurator
Chat
Video-Call
Anfragen
Ansprechpersonen

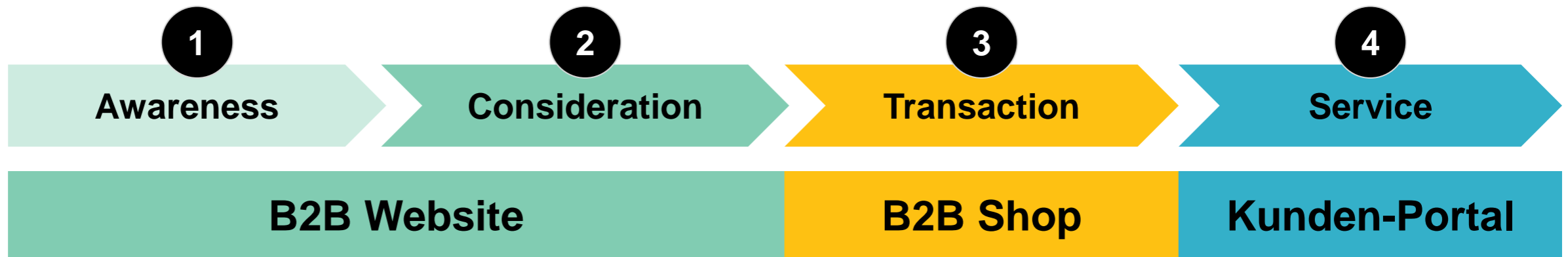
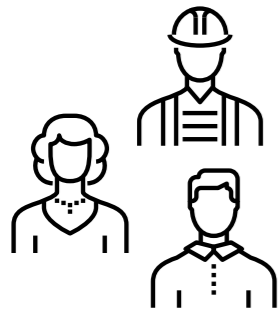
4) Commerce
Richtpreise
Verfügbarkeit
Marketplace
Quotes
Kunden-Profil
Kunden-Organisation
Kunden-Preise
Liefer-Termine
Warenkorb
Checkout

5) Kunden-Portal
Bestell-Historie
Re-Order
Liefer-Status
Forecasts
Consignment
Dokumente
Konditionen
Loyalty-Programm
Kunden-Profil
Key Accounter

Kanalwechsel ermöglichen



Die Vielfalt an digitalen Services stellt hohe Anforderungen an die Lösung



Digitale Services & Inhalte

1) Firma	2) Angebot	3) Produkte	4) Commerce	5) Kunden-Portal
Was für Wen	Aufgaben & Lösungen	Selektor/P-Suche	Richtpreise	Bestell-Historie
Geogr. Märkte	Themen & Industrien	Produkt-Katalog	Verfügbarkeit	Re-Order
Marke/Story/Company	Lösungsfelder	Ersatzteil-Katalog	Marketplace	Liefer-Status
Events	Produkt-Linien	Produkt-Spezifikation	Quotes	Forecasts
News	Dienstleistungen	Konfigurator	Kunden-Profil	Consignment
Newsletter	Studien & success stories	Chat	Kunden-Organisation	Dokumente
HR	Selektor/Navigation	Video-Call	Kunden-Preise	Konditionen
	Anfragen	Anfragen	Liefer-Terme	Loyalty-Programm
		Ansprechpersonen	Warenkorb	Kunden-Feedback
			Checkout	Key Accounter



Funktionale Bausteine («Capabilities»)

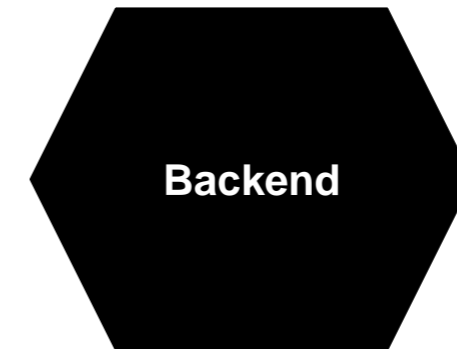
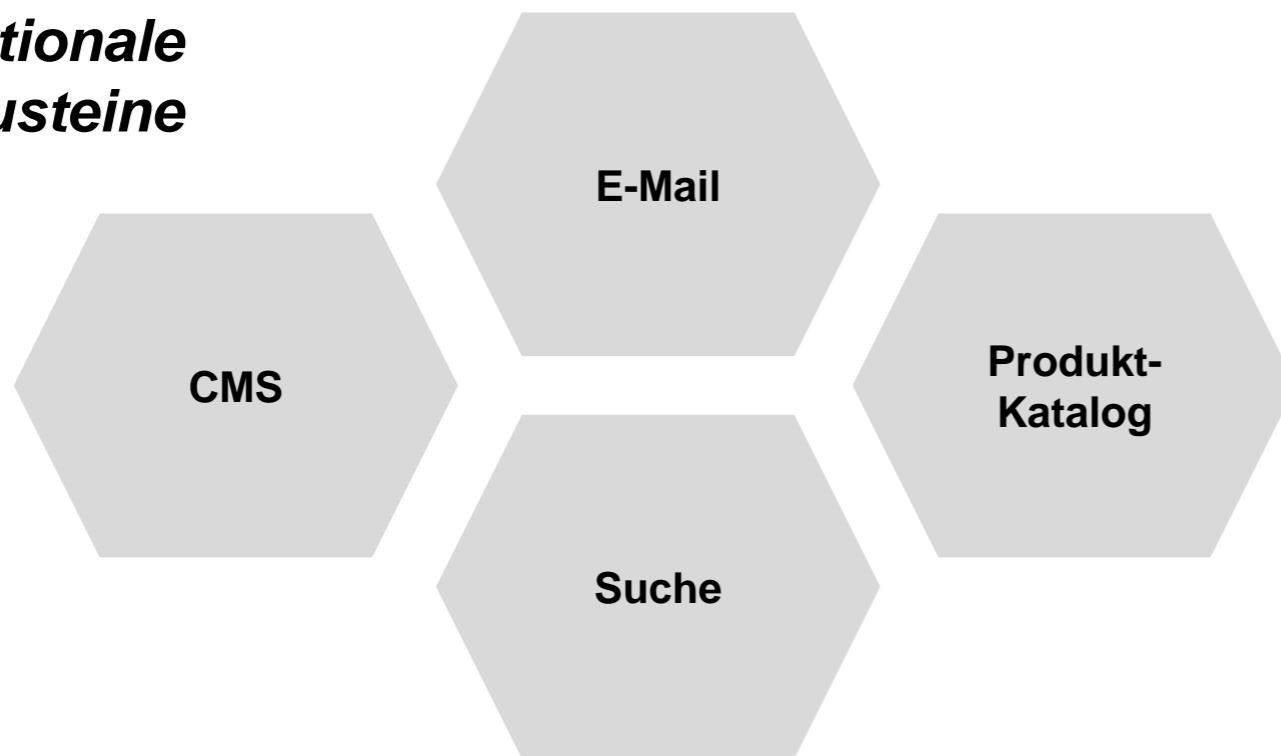
- CMS
- E-Mail
- +
- Analytics
- Mktg.Automation
- +
- PIM
- Suche
- +
- Commerce
- Personalisierung
- +
- Integrationen Backend

Digitale B2B-Lösungen: Hohe Ansprüche an Ausrichtung, Technik, Organisation

Experience & Services ggü. Kunde

Interne Abdeckung

***Funktionale
Bausteine***



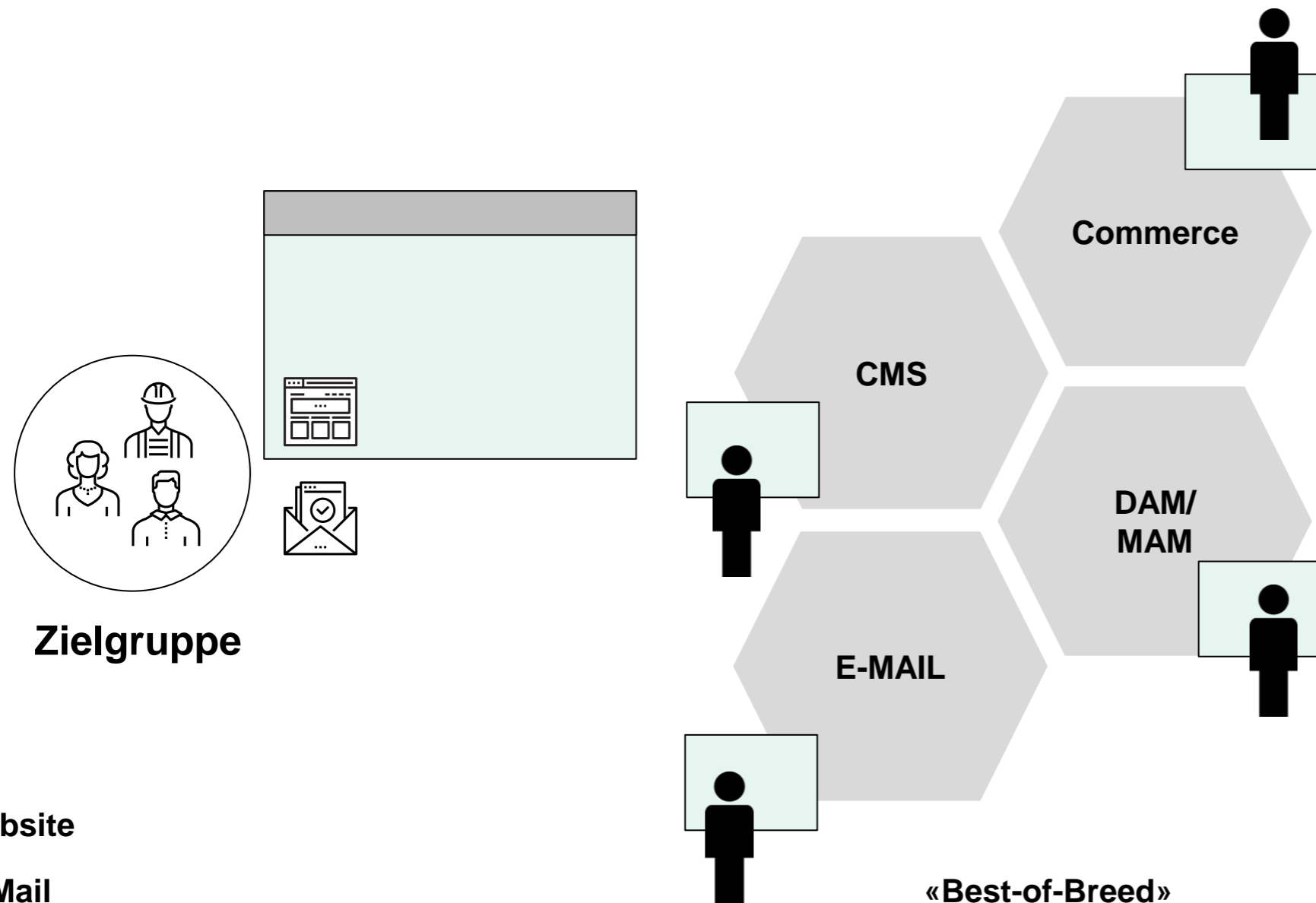
***Bestehende
Backend-Systeme
(z.B. ERP, CRM)***



***Organisation
der Arbeiten***

Bereitstellung der Inhalte & Services

#1 CMS+ bzw. «Gewachsene Umgebung»



Vorteile

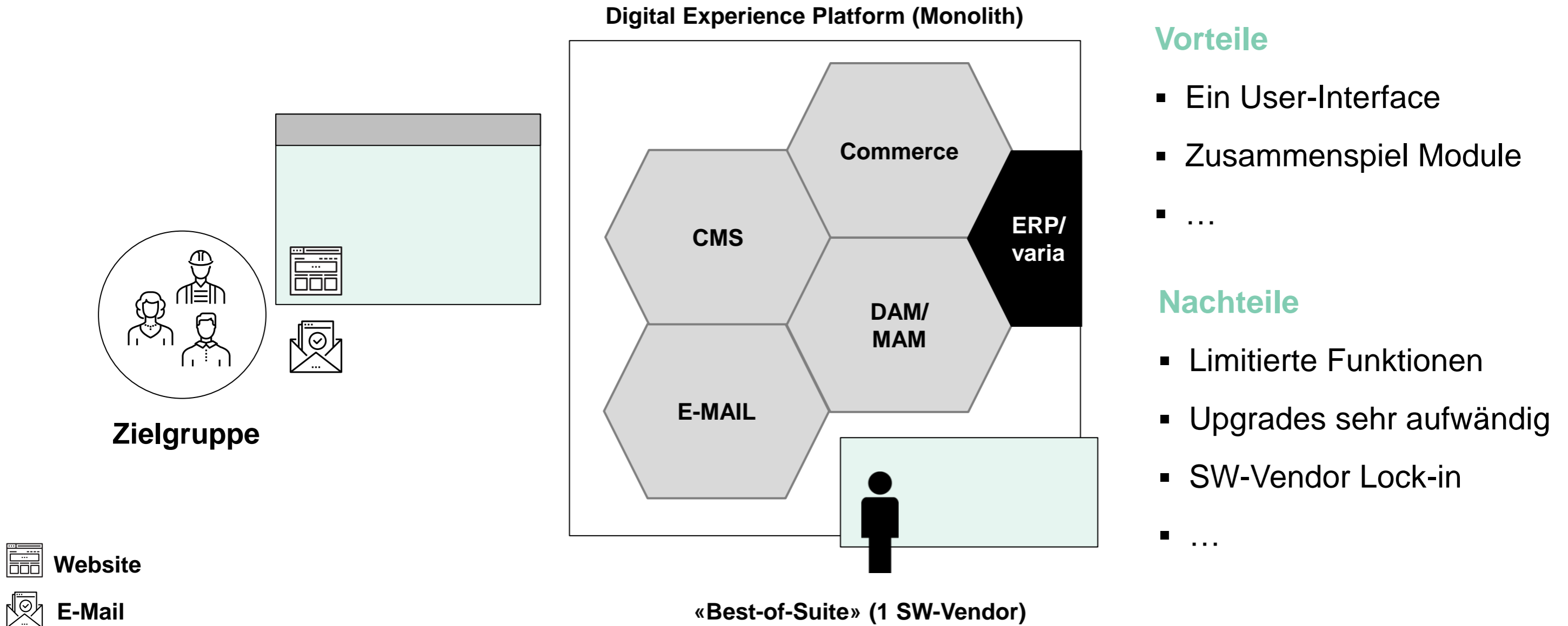
- Schrittweiser Aufbau
- Anbieter-Unabhängig
- ...

Nachteile

- Schnittstellen (Releases Modul X)
- Viele User Interfaces
- ...

Bereitstellung der Inhalte & Services

#2 Lösung mit «DXP» (Monolith)



Vorteile

- Ein User-Interface
- Zusammenspiel Module
- ...

Nachteile

- Limitierte Funktionen
- Upgrades sehr aufwändig
- SW-Vendor Lock-in
- ...

Evolution von Tools für «digital Experience»



#1 CMS

WCMS für Websites
zzgl. externe Module

#2 DXP

Digital Experience
Platforms (DXP)
(integrierte Funktionen,
aber «Monolithen»)

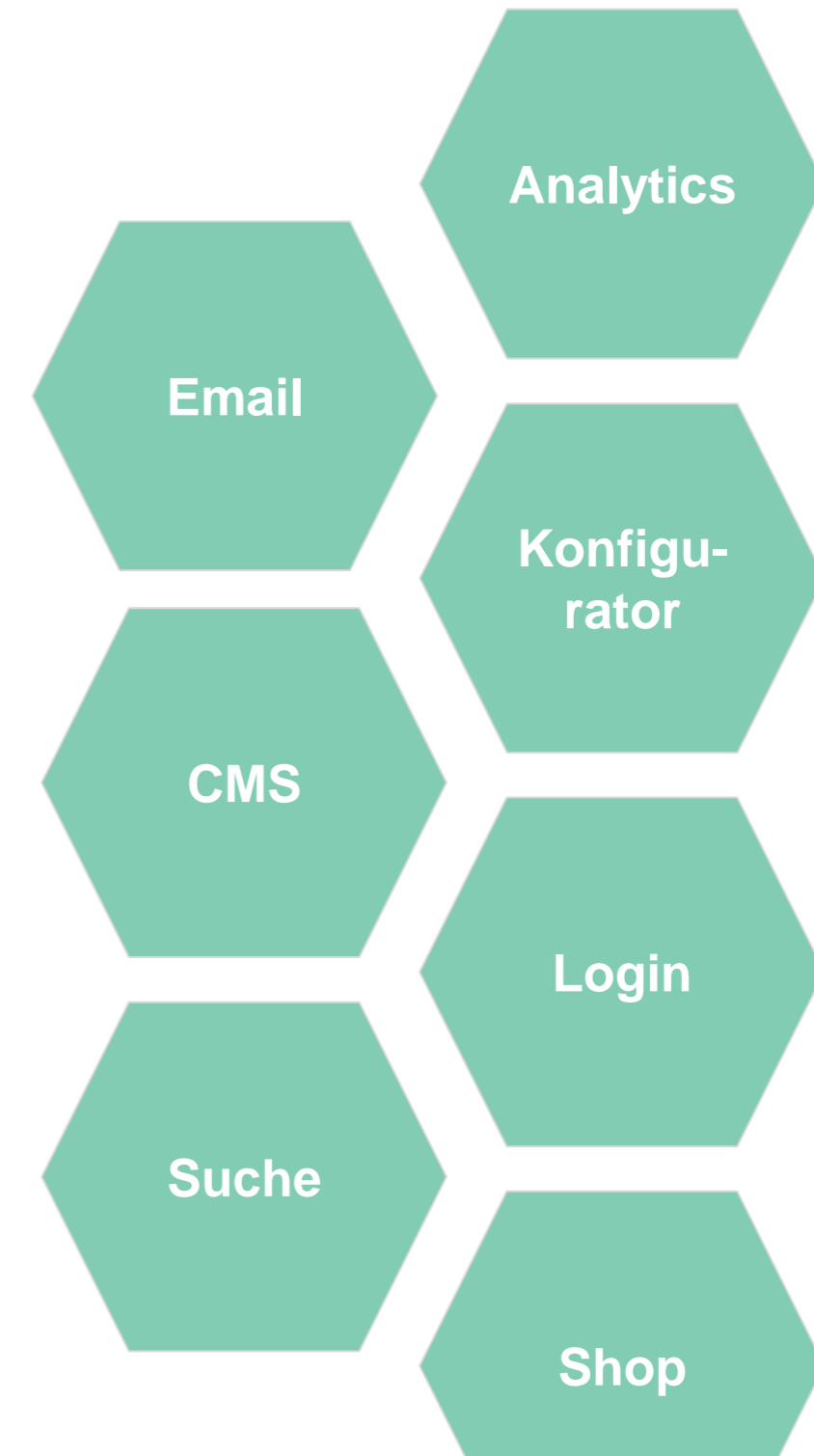
#3 Composable DXP

Suiten und Komponenten
(Headless, API, Cloud)



Die Lösung? Composable!

- Composability = Modularität
- Nutzung von neuen Standards und Tools (e.g. REST-Services, GraphQL etc.)
- Sei vorbereitet für den Wandel!



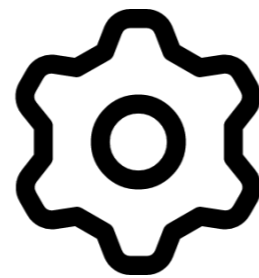
Was bringt mir das?

- Mehr Flexibilität erlaubt es, Systeme ohne unnötige Komplexitäten zu bauen
- Schnellere Implementierung – Weiterentwicklungen haben weniger Seiteneffekte (nur isolierte Teile sind betroffen)
- Weniger Abhängigkeit von einer (Hersteller-)Roadmap
- Kein Vendor lock-in / Multivendor Environment

Apropos... Was ist eigentlich MACH?



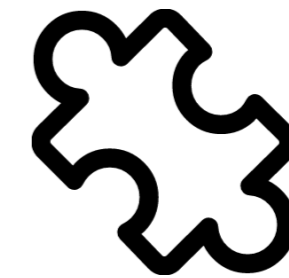
Microservices



API-first



Cloud-native

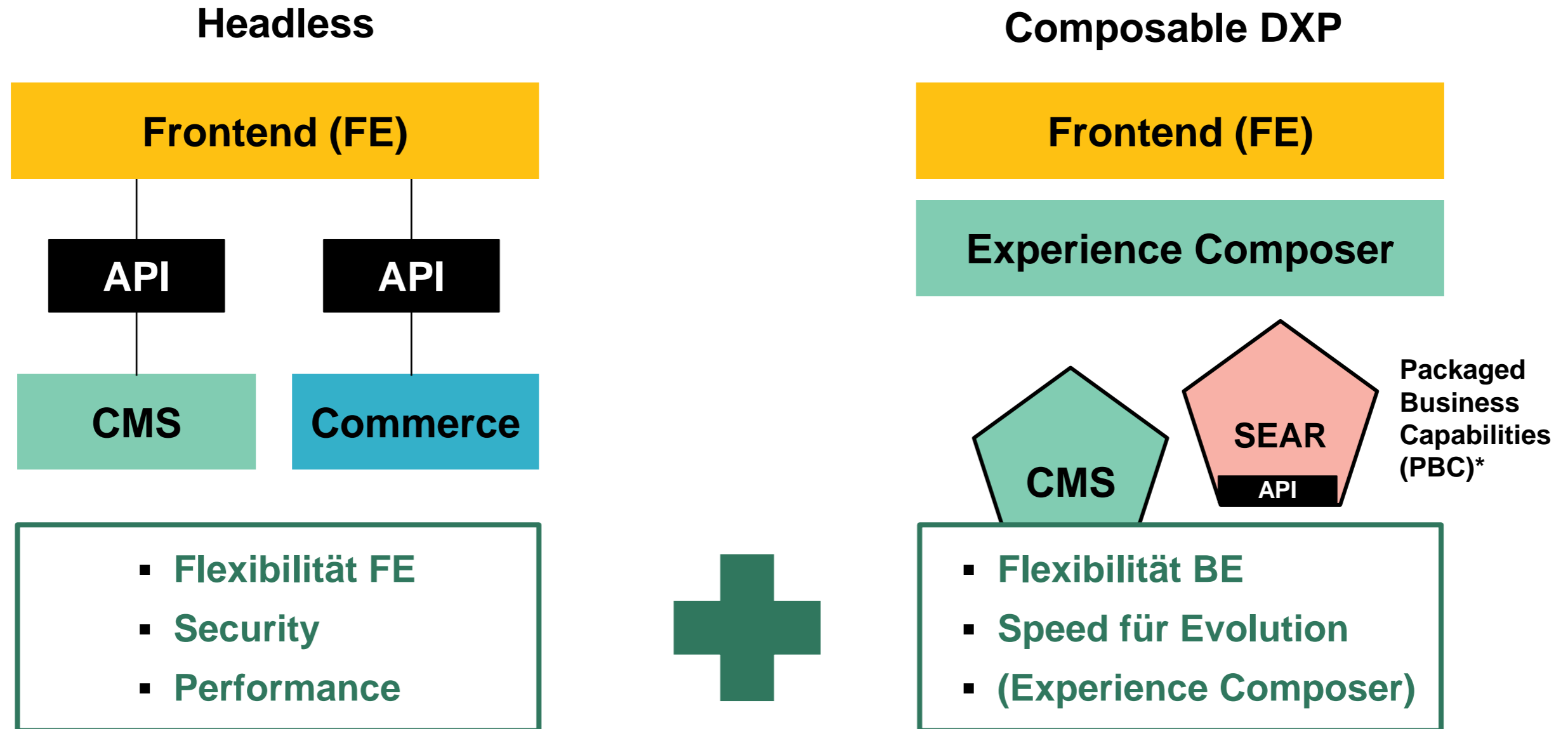


Headless

Key Feature: B2B - Search

- Nutzung einer zentralen Search statt Einzellösungen
- Profitieren von nahezu unbegrenzter Skalierbarkeit
- Verbesserte Benutzererfahrung durch AI // Hyper-Personalisierung
- Massive Steigerung von Conversions durch bessere Auffindbarkeit und höhere Relevanz
- Suche funktioniert headless und API-first

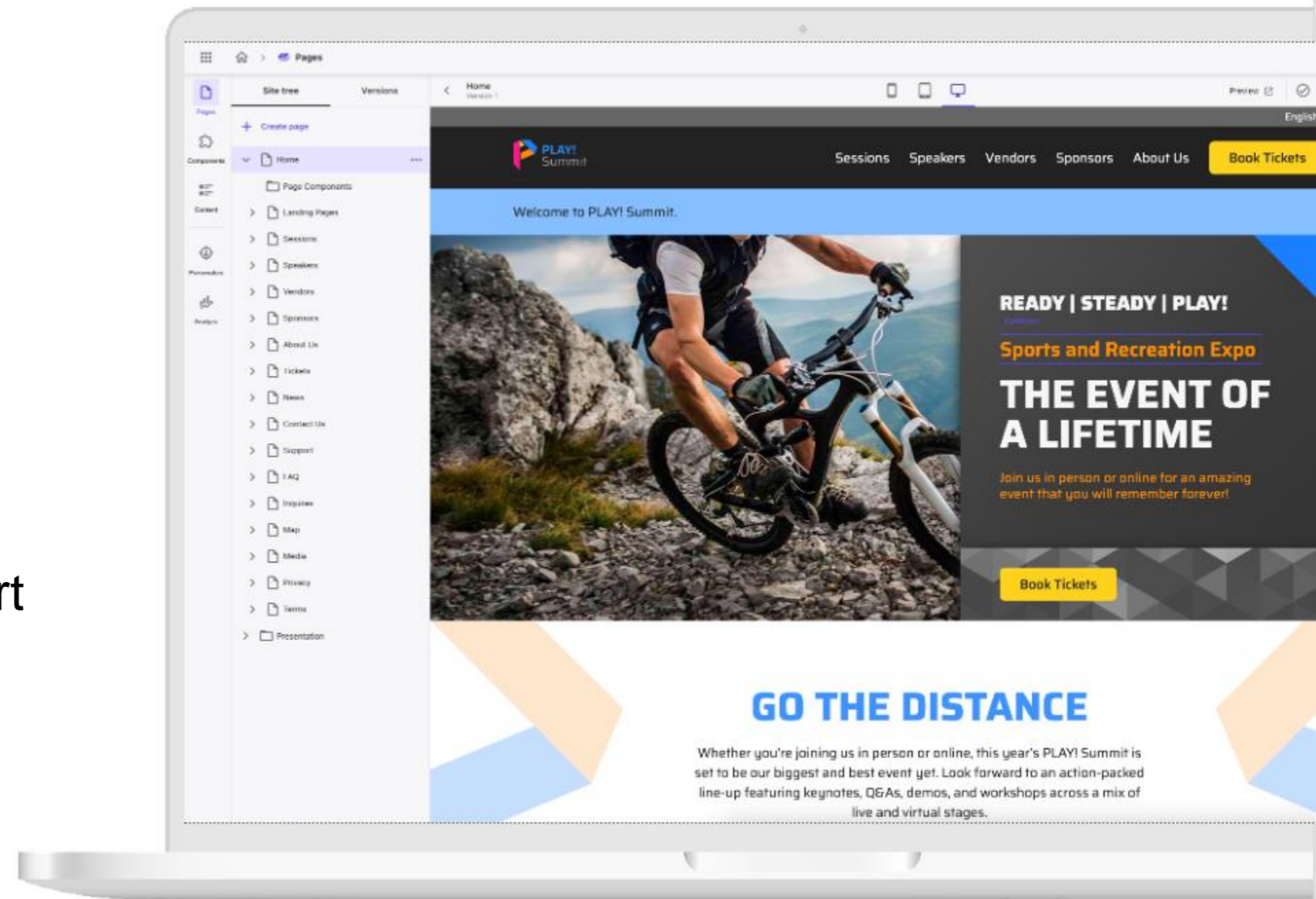
Composable ist «headless» – und bietet weitere Vorteile



* Quelle: Adopt a Composable DXP Strategy sowie Delivering the Composable Enterprise (Gartner 2020)

Experience Composer (WYSIWYG Editing)

- Headless ≠ WYSIWYG
- Intelligente Verknüpfung von Content und Experience
- Weniger Aufwand für Benutzer-schulungen
- Erhöht Benutzerakzeptanz und reduziert Fehler

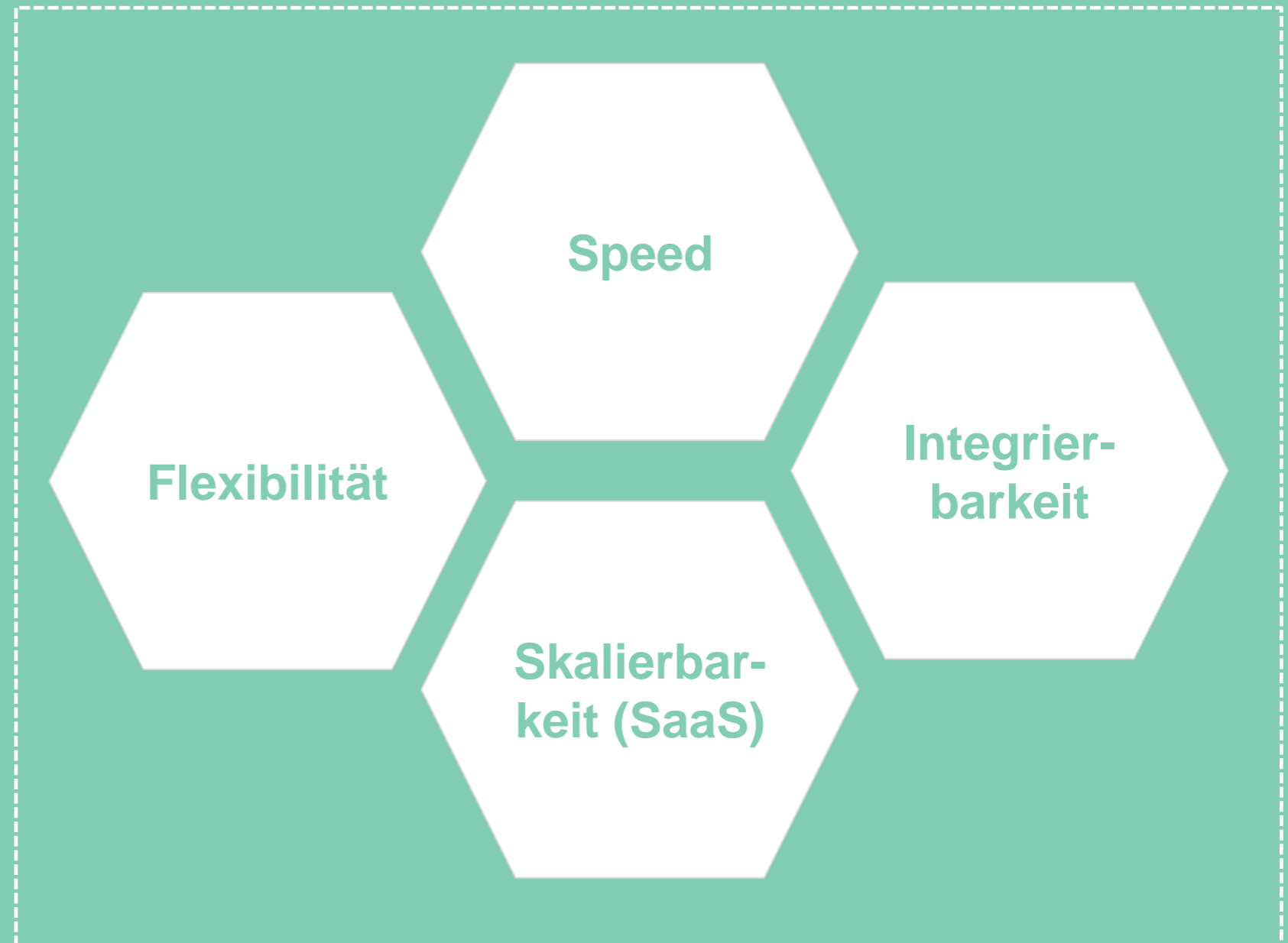


**«Brands who adopt a composable DXP approach
deliver new features 80% faster than before.»**

Gartner

**Digitale Mehrwerte
durch eine
Composable DXP**

=



Neues Architektur-Paradigma

**Danke für Ihr Interesse!
Gerne beantworten wir Ihre Fragen.**



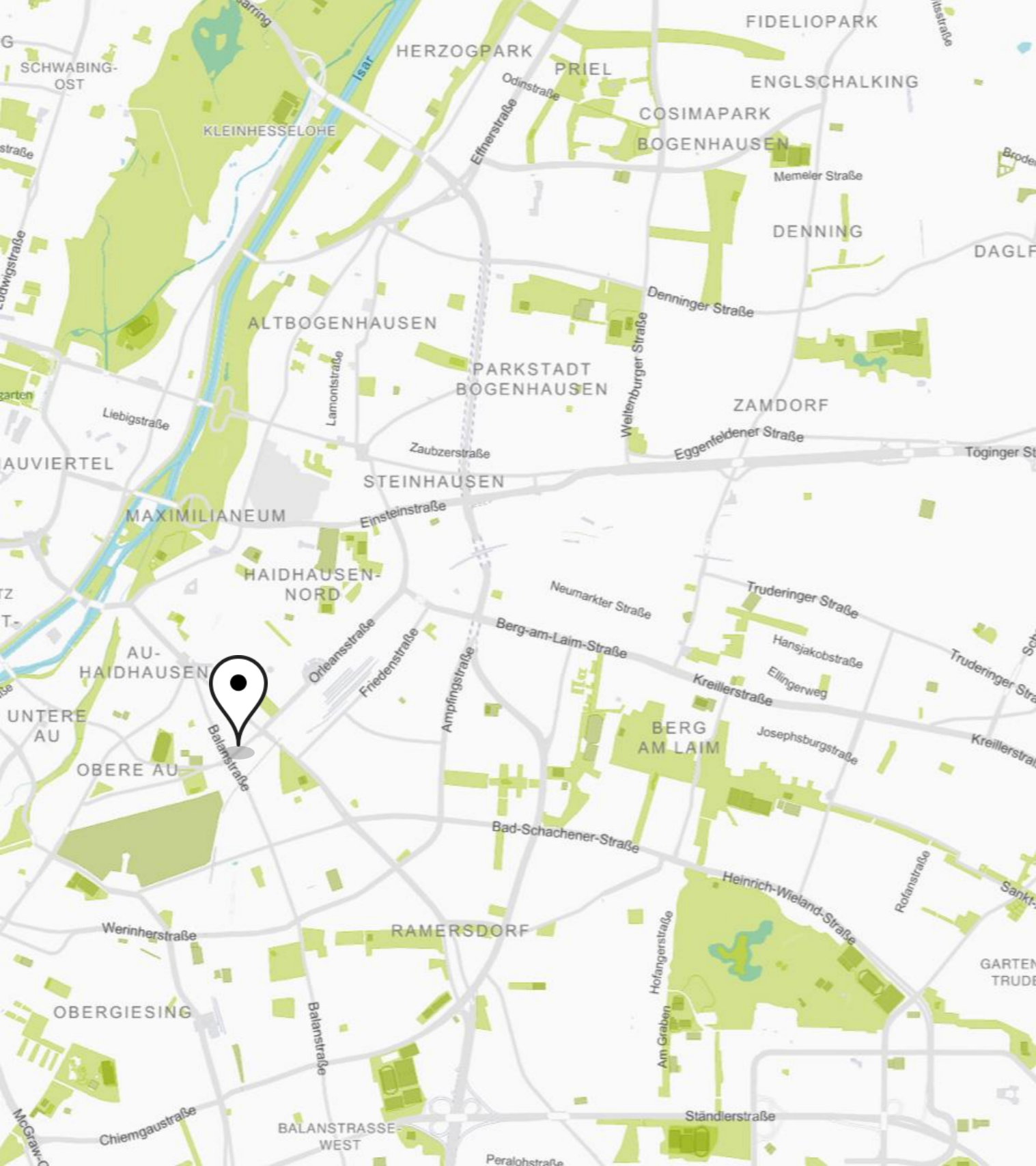
Arne Schlüter

www.sitecore.com
arne.schlueter@sitecore.com
[linkedin.com/in/arne-schlüter/](https://www.linkedin.com/in/arne-schlüter/)



Gerrit Taaks

www.unic.com
gerrit.taaks@unic.com
[linkedin.com/in/gerrittaaks/](https://www.linkedin.com/in/gerrittaaks/)



München

Orleansstraße 6

81669 München

Deutschland

muenchen@unic.com

+49 89 43 77 80 90