

Presseinformation

RED ZAC jetzt auch im Internet ein Hero!

Umfassende Information und Service für Endkunden und RED ZAC-Händler

Ditzingen/München, 12. Februar 2004:

IconParc, Anbieter von eBusiness-Lösungen, realisiert die umfassende Informations- und eCommerce-Plattform für RED ZAC. Unter dem RED ZAC-Markendach wird es für über 600 Händler-Standorte zunächst ermöglicht, ihren eigenen Webauftritt aufzusetzen und diesen in das RED ZAC-InfoPortal einzubinden, um so die individuelle Information und Betreuung tausender Endkunden sicher zu stellen.

Die Aufgabenstellung der R.I.C Electronic Communication Services GmbH war weitreichend: Alle Handelsmarken der R.I.C. sollten nach und nach ihren eigenen Webauftritt, der die Einbindung der jeweiligen Händlerbasis ermöglicht, erhalten. Auch musste das neue System die Grundlage für den Auf- und Ausbau einer konsolidierten R.I.C.-eBusiness-Plattform mit umfangreichen, individuellen Komfortfunktionalitäten für Händler und Endkunden schaffen.

„Uns war bewusst, dass wir eine Lösung benötigen, die zukunftssicher, stabil und jederzeit ausbaubar sein musste, um unser mittel- und langfristiges Ziel zu erreichen, anspruchsvolle kundenorientierte eBusiness-Prozesse für alle R.I.C-Markenauftritte sowie deren Händler zu realisieren. Die Komplexität, die sich aus diesem Anspruch – der Integration unterschiedlicher Handelsmarken, Prozesse und Schnittstellen – ergeben würde, haben wir bei der Definition der Spezifikationen sofort erkannt“, so Peter Oppel, IT-Leiter der R.I.C. GmbH, Ditzingen. „Wir wollten nicht nur einen



Informations- und Serviceportal Red Zac

Bildmaterial unter:
<http://www.iconparc.de>

soliden und erfahrenen Anbieter, sondern auch einen Dienstleister, der die erfolgreiche Realisierung und Betreuung komplexer Projekte sowie die kompetente Umsetzung wachsender Anforderungen glaubhaft nachweisen konnte“, führt Peter Oppel weiter aus.

Durch einen konsequenten Multi-Site-Ansatz der eBusiness-Plattform werden die Anforderung der R.I.C. erfüllt: Sie sieht je Marke einen separaten Webauftritt vor, z. B. www.redzac.de. Den Auftritt der Fachmarktlinie MEGA COMPANY findet man unter www.megacompany.de mit den gleichen Funktionalitäten vor. Bei der Konzeption der Gesamtlösung waren insbesondere die Prozessintegration, die Ausbaufähigkeit sowie die schrittweise Einführung umfangreicher eCommerce-Funktionalitäten Ausschlag gebend. Von Anfang an stand die umfassende Einbindung der bestehenden Händler-Standorte im Vordergrund, um den Händlern der R.I.C. einen zusätzlichen Vertriebskanal zu bieten.

Jeder RED ZAC-Händler sein eigener Hero

Jeder der über 600 RED ZAC-Outlets kann sich in das „Portal-im-Portal-System“ integrieren und so von der einheitlichen Markenführung sowie den Marketingaktivitäten profitieren. Die einzigartige Flexibilität der Lösung ermöglicht jedem Händler, seitens RED ZAC bereit gestellte Inhalte zu nutzen, darüber hinaus aber auch eigene Inhalte zu integrieren. So können beispielsweise virtuelle Führungen durch die Räumlichkeiten, das jeweilige Warensortiment (nebst individueller Preise) oder auch Händler-spezifische Aktionen eingebunden werden. Jeder integrierte RED ZAC-Händler ist auch online für seine Kunden ansprechbar: das Kontaktformular übermittelt Nachrichten ohne Umweg über die „Zentrale“ direkt zum jeweils gewünschten Händler.

Ein ZAC-iger Auftritt für junge Konsumenten

Das Design sowie die Funktionalitäten wurden auf die Bedürfnisse des überwiegend jüngeren Publikums von RED ZAC zugeschnitten. Beim Design wurde hoher Wert auf den Wiedererkennungswert der Marke gelegt.

So können z. B. die monatlich wechselnden Print-Werbeaktionen über sog. Themenshops (z.B. „Angebote“) auch im RED ZAC-InfoPortal abgebildet werden.

Die Suche und Auswahl des nächsten RED ZAC-Händlers erfolgt einfach über die Eingabe einer Postleitzahl oder eines Orts. Produkte können sowohl mit Hilfe einer cleveren Schnellsuche als auch nach hierarchischen Produktkategorien gefunden und anschließend verglichen werden. Eine „Profisuche“ erlaubt zudem das Herausfiltern gewünschter Produkte anhand von allgemeinen Eigenschaften (insbesondere Hersteller- bzw. Preisangaben) oder spezifischen Leistungsmerkmalen (z.B. „100 Hz flimmerfreie Darstellung“ bei Fernsehgeräten). In alle Produktdarstellungen sind ferner Erläuterungen zu wichtigen Fachbegriffen nahtlos integriert. Diese stehen jedoch auch separat im Bereich „Know-how“ in Form eines technischen Glossars zur Verfügung.

Interessenten, die sich unter „My Zac“ registriert haben, stehen zusätzliche Möglichkeiten offen: Beispielsweise lassen sich individuell zusammengestellte Produktvergleiche, ebenso wie persönliche Notizzettel dauerhaft im „My Zac“-Bereich abspeichern. Ein Notizzettel kann als „Wunschzettel“ an einen individuellen E-Mail-Verteiler gesendet werden. Angemeldete Besucher haben via „My Zac“ außerdem Zugriff auf ihre bei der Registrierung angegebenen Stammdaten, die zukünftig die bequeme Nutzung aller geplanten eCommerce-Funktionalitäten erlauben. Es wurde auch Wert darauf gelegt, dass sich der Endkunde im Registrierungsvorgang bereits für einen Händler seiner Wahl festlegen kann und durch den ihm übermittelten „persönlichen Link“ sofort in den Auftritt des jeweiligen Händlers gelangt.

"IconParc hat uns bewiesen, dass es möglich ist, auch sehr anspruchsvolle Projekte im vorgegebenen Zeit- und Kostenrahmen zu realisieren. Daher sind wir sehr zuversichtlich, dass auch die weiteren Projektphasen, wie die aktuelle Integration von eCommerce-Prozessen, sowie der folgende weitere Ausbau, erfolgreich sein werden“, so Peter Oppel.

Kurzprofil R.I.C Electronic Communication Services GmbH

Die R.I.C. Electronic Communication Services GmbH ist ein Joint Venture der Interfunk eG, Ditzingen, und der Ruefach GmbH & Co. KG, Ulm.

Mit dem Zusammenschluss der beiden Fachhandelskooperationen entstand in Deutschland der zweitgrößte Marktteilnehmer: mit einem Außenumsatz von 3.000 Millionen Euro und rund elf Prozent Marktanteil am Gesamtmarkt Konsumelektronik liegt die R.I.C. deutlich vor ihren Wettbewerbern.

Die R.I.C. hat rund 2.500 Mitglieder (Anschlusshäuser) an bundesweit etwa 3.000 Verkaufsstellen. Sie betreiben inhabergeführte, mittelständische Fachgeschäfte, deren Sortimentsstruktur in Bereichen wie Unterhaltungselektronik, PC/Multimedia, Mobil- und Telekommunikation, Foto und Haustechnik liegt. Ein umfassendes Dienstleistungsangebot und eine kompetente, individuelle Beratung durch qualifiziertes Fachpersonal gehören zum Servicestandard.

Die Mitglieder der R.I.C. sind mit den Handelsmarken RED ZAC (www.redzac.de) und Master's (www.masters-online.de) im Markt präsent. In unterschiedlichen Betriebstypen („Shop“ als dienstleistungsorientiertes Fachgeschäft, „Store“ als Vollsortimenter und Spezialist sowie „Company“ als Fachmarkt) werden von den R.I.C.-Mitgliedern auf insgesamt zirka 560.000 m² Verkaufsfläche rund 17.000 Mitarbeiter/innen beschäftigt.

Die R.I.C. GmbH ist Partner des europäischen Einkaufs- und Marketingverbundes Euronics International BV, Eindhoven (Niederlande), dessen Präsident R.I.C.-Geschäftsführer Werner Winkelmann ist.

Kurzprofil IconParc

Die IconParc GmbH bietet ihren Kunden geschäftsprozessorientierte Beratung sowie professionelle Umsetzung auf Basis einer nahtlos integrierten eBusiness-Lösung. Unternehmen wie beispielsweise **R.I.C. Electronic Communication Services GmbH** (www.redzac.de), **ratioform Verpackungsmittel GmbH** (www.ratioform.de), **Karl Gröner GmbH** (www.groener.de), **schweitzer Buchhandelsgruppe OHG** (www.schweitzer-online.de) oder die **Siemens AG** (Intranet-Lösungen) vertrauen bei der Realisierung individueller eCommerce-, iProcurement- und eCRM-Anwendungen, Content Management-Systemen sowie Online Produkt-Konfiguratoren auf die Kompetenz von IconParc.

Diese Presseinformation ist auch unter www.iconparc.de verfügbar. Weitere Informationen erhalten Sie von Frau Bade güll Okur, E-Mail: bade.okur@iconparc.de.