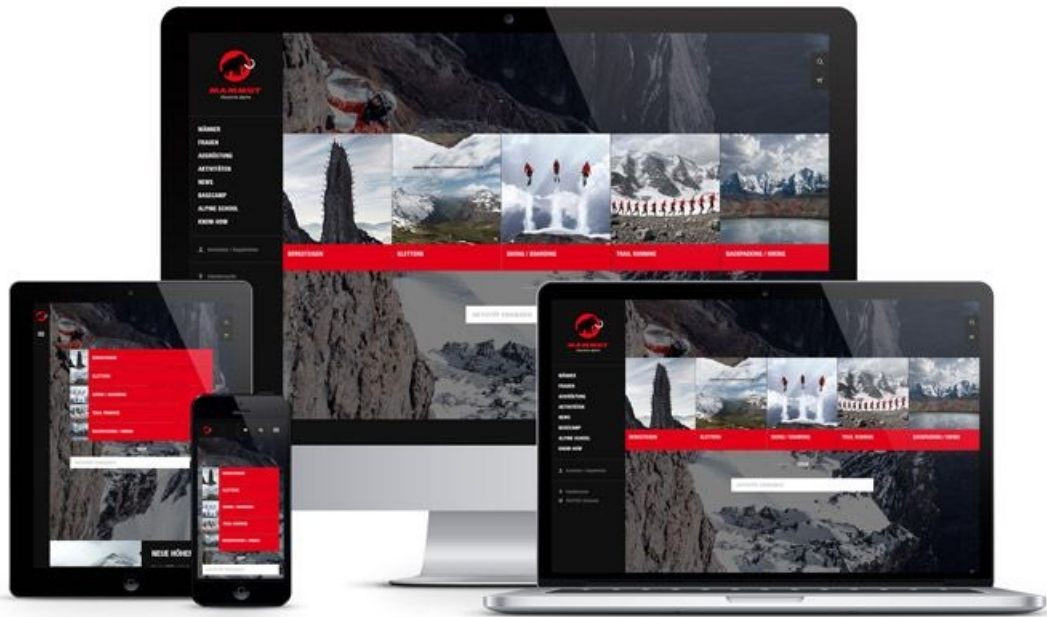




Mit Mammut digitale Abenteuer erleben

München, 28. Juni 2016 - Mit der Realisierung des neuen weltweiten Webauftritts und eines auf den Kunden fokussierten B2C-Online-Shops beschreitet der Schweizer Outdoor- Hersteller Mammut neue digitale Wege.



Wenn Shopping zum digitalen Abenteuer wird

Was ist dein nächstes Abenteuer mit Mammut?“ – dieses Motto zieht sich durch den gesamten digitalen Auftritt sowie Online-Shop der Mammut Sports Group AG, einem erfolgreichen Schweizer Unternehmen für die Entwicklung, Herstellung und den Vertrieb von Alpin-, Outdoor- und Snowsport-Produkten.

Ob Hochtour oder Trailrunning, Klettern oder Backpacking, neu gibt es online das komplette Mammut-Sortiment zu kaufen. Übersichtlich nach Einsatzbereich und Kategorien sortiert lassen sich alle Produkte vor dem nächsten Abenteuer bequem von zu Hause vergleichen, auswählen und direkt bestellen. Die responsive Plattform besticht durch eine Customer Experience, die durch eine nahtlose Verknüpfung von Markenwelt, Produkten und redaktionellen Inhalten lebt. Mit der „Click&Collect“-Option, die demnächst zur Verfügung steht, verbindet Mammut die Vorteile aus der digitalen und analogen Welt: Kunden können die Produkte bequem von zu Hause aus bestellen und dann direkt in das nächstgelegene stationäre Fachgeschäft liefern lassen, um dort bei Bedarf individuell beraten zu werden. Über gezielte Produktempfehlungen erhöht der Sportausrüster sein Cross- und Upselling-Potenzial.

Durch die Integration der neuen Community Plattform community.mammut.ch in den Webauftritt bietet Mammut seinen Kunden zukünftig die Möglichkeit sich mit Mitgliedern der Community über Produkte, Trends und Sportarten auszutauschen. Ein Bereich mit News und der nach Aktivitäten gegliederte Blog informieren ihn über aktuelle Abenteuer und Sportprojekte von Mammut.

So steigert der Hersteller die Markenbildung und das Markenerlebnis und erreicht ein positives Kundenerlebnis durch Benutzerfreundlichkeit und Berücksichtigung der individuellen Bedürfnisse.

„Mit unserem neuen Webauftritt werden wir den individuellen Ansprüchen unserer Kunden gerecht und bieten ihnen ein positives, emotionales Einkaufserlebnis, bei dem der Kunde ganz klar im Fokus steht“, erklärt **Daniel Rölli, Projektleiter des neuen Webauftritts der Mammut Sports Group AG**. „In einem spannenden und herausforderungsreichen Projekt entwickelten wir die entsprechende Lösung von der Konzeption, dem Design bis zur Umsetzung mit den jeweiligen Spezialisten von Unic. Nebst dem Frontendauftritt stand dabei die Komplexitätsreduzierung im Backend im Vordergrund. Mit dem neuen Auftritt konnten wir einen wichtigen Schritt machen und unser online-Geschäft lancieren.“

Intelligent und flexibel auf Kundenbedürfnisse reagieren

Das Konzept der Plattform wurde in enger Zusammenarbeit mit Mammut entwickelt und verfolgt das Ziel, den Online-Shop möglichst entlang den Benutzerbedürfnissen auszurichten und dabei stets transaktionsorientiert zu sein. Auf Basis der erarbeiteten Personas wurden qualitative und quantitative Benutzerbefragungen durchgeführt, auf deren Ergebnisse eine Leitidee entwickelt wurde, welche als Leuchtturm und Entscheidungsgrundlage bei der Priorisierung und für den weiteren Ausbau der Lösung diente. Der weltweite Webauftritt mit Online-Shops in Deutschland, Österreich und der Schweiz basiert auf den Lösungen von SAP Hybris und Prediggo. Mit dem durchgängig individualisierten Frontend wurde ein responsives Inhaltsraster entwickelt, das den Content flexibel und intelligent miteinander verknüpfen lässt. Das

Markenerlebnis erhält dadurch den Rahmen für die optimale Verbindung und Präsentation der Bildwelt, Produkte und redaktionellen Inhalte wie Athletenstories und Hintergründe zu Produktentwicklungen.

Die Einbindung der Community Plattform auf Basis von Lithium ist ein weiterer wichtiger Schritt, den neuen Webauftritt inkl. Online-Shop entlang der Benutzerbedürfnisse auszurichten und mit den Kunden in Kontakt zu treten.

Neben der Customer Experience wurde ebenfalls auf eine Vereinfachung der firmeninternen Prozesse wert gelegt. Dies zeigt sich in den optimierten und automatisierten Datenflüssen einerseits aus dem ERP und andererseits aus dem Digital-Asset-Management Systems (DAM).

So fließen neu Produkt-, Bestands- und Preisdaten direkt in SAP Hybris und werden dort automatisch um die entsprechenden Produktbilder angereichert, was zu einer Reduktion der Medienbrüche sowie einer Effizienzsteigerung in der Produktdatenpflege führt.

Unic zeichnet sich für die Beratung, Konzeption, Design, Umsetzung sowie Hosting und Betrieb verantwortlich.

Upcoming event:

Am SAP-Forum Retail am 07. Juli 2016 erfahren Sie am Unic-Stand Nr. 34, was es bedeutet 360°-Kundenbeziehungen zu managen. Die Experten von Unic zeigen Ihnen auf, wie es gelingt, mit relevantem Content, Interaktion und Emotionalisierung das Customer Engagement zu erhöhen, die Kundenbindung nachhaltig zu steigern und damit den Umsatz zu erhöhen.

Über Unic

Unic ist ein europaweit führender Anbieter von integrierten E-Business-Lösungen. Gemeinsam mit unseren Kunden identifizieren und nutzen wir die strategischen Chancen in der digitalen Welt, um eine durchgängige Customer Journey mit einem einzigartigen Erlebnis zu schaffen.

1996 in der Schweiz gegründet, entwickeln heute 250 Mitarbeitende in den Bereichen Digital Marketing und Digital Commerce interaktive Lösungen, die das Kundenerlebnis in den Mittelpunkt stellen. An den Standorten in Bern, Karlsruhe, München, Wien und Zürich sowie im Entwicklungszentrum in Wrocław setzen wir uns engagiert für die Wünsche und Anforderungen unserer Kunden ein. Dazu arbeiten die Kompetenzen für Beratung, Kreation, Umsetzung und Betrieb Hand in Hand.

Ausgewählte Kunden sind Audi, Bridgestone, BEKB (Berner Kantonalbank), Caritas, Coca-Cola, Coop, Credit Suisse, Die Schweizerische Post, Feller, HORNBACH, JURA, Kanton Bern, Mammut, Manor, Ochsner Sport, PKZ, Rhätische Bahn, SBB, SWISS, Swisscom, UBS, Universität St. Gallen (HSG), Victorinox und Zürich Versicherungs-Gesellschaft AG.

<http://www.unic.com>

Medienkontakt

Christine Roth
Corporate Communications
Tel. +41 44 560 12 12
christine.roth@unic.com

Pressekontakt

Eloquenza pr
Ina Rohe/Amelie Nägelein
Emil-Riedel Straße 18
80538 München
Tel.: 089 242 038 0
E-Mail: unic@eloquenza.de