

ERFOLGSGESCHICHTE VON MISSPOMPADOUR

Der Online-Shop von MissPompadour bringt Farbe in den E-Commerce

Shop-Relaunch für den Farbenhersteller und -händler auf Basis von Shopware 6

Eine große Do-it-yourself-Community und begeisterte Hobby-Handwerker erhalten im Online-Shop von MissPompadour hochwertige Farben auf Kreide- und Wasserbasis. Im Rahmen des gemeinsamen Relaunch-Projektes fand eine technische Modernisierung mit dem Wechsel zu einem neuen Shopware-6-Shop statt, der zudem eine bessere Verknüpfung von Online-Shopping mit Social Commerce ermöglicht. Leichtes Handling beim Erstellen neuer Inhalte durch die Mitarbeiter, eine noch bessere Nutzerfreundlichkeit für die Kunden sowie eine hohe Performance des Online-Shops bei großen Besuchermengen waren wichtige Ziele des E-Commerce-Projekts.

Der Kunde

Von den Geschwistern Astrid und Erik Reintjes sowie Niklas Lütteken 2019 gegründet, verkauft das E-Commerce-Unternehmen eigene, nachhaltig entwickelte Farbprodukte sowie Farben bekannter Markenhersteller im D2C- sowie B2C-Bereich. Die ökologischen Farben und Lacke können zur Aufwertung von Möbelstücken, Wänden oder anderen Oberflächen genutzt werden. Neben dem Online-Shop bietet MissPompadour seiner Community umfangreiche Inhalte wie How-To-Anleitungen, Vorher-/Nachher-Beiträge und inspirierende Videos auf dem Blog, der MissPompadour-App sowie den Social-Media-Kanälen an. Mit der umfangreichen Beratung über verschiedene Kommunikationskanäle wie WhatsApp, der App oder dem neuen Online-Shop konzentriert sich MissPompadour voll und ganz auf seine Kunden und ist für sie jederzeit erreichbar.

Das Ziel

Das Ziel des Projektes war der Wechsel von WooCommerce zu Shopware 6 als ein modernes Shop-System, bei dem MissPompadour Produkte sowie Content verbinden und den Austausch mit der Community noch besser gestalten kann. Neben den Anforderungen an ein modernes Shop-Design, das sich besonders für mobile Ansichten eignet, legte MissPompadour vor allem Wert auf die Skalierbarkeit sowie die eigenständige Gestaltung und Erweiterung der Inhalte.

Auf einen Blick

- / Relaunch des Online-Shops von WooCommerce auf Shopware 6
- / Implementierung des neuen Shop-Designs
- / Schaffung eines fundierten technischen Standards für Weiterentwicklung und Internationalisierung

- / MissPompadour ist Farbhersteller und -händler im D2C- und B2C-Segment
- / Hochwertige Farben auf Kreide- und Wasserbasis mit passendem Zubehör
- / Große DIY-Community von über 250.000 Farb-Begeisterten auf verschiedenen Social-Media-Kanälen



60%

verbesserter Sichtbarkeits-Index auf Sistrix

13%

verbesserter durchschnittlicher Warenkorb

Die Lösung

Modernes UX-Design für farbenfrohe Kundenerlebnisse

Mit klaren Strukturen schafft der neue Online-Shop ein ausgeglichenes Verhältnis von Text und Bild und erleichtert den Kunden die Orientierung auf den einzelnen Shopseiten. Auch Elemente wie die einfache Suchfunktion unterstützen Kunden dabei, ihre gewünschten Produkte und Inhalte schnell zu finden. So hilft die intuitive Navigation bei einer Suchintention wie beispielsweise nach dem Untergrundmaterial schnell zum gewünschten Ziel zu gelangen. Da immer mehr Kunden zudem von unterwegs aus recherchieren und einkaufen, fokussiert sich das Shop-Design stärker auf die mobile Nutzung. Für einen nahtlosen Übergang beim Wechsel zwischen den einzelnen Verkaufskanälen wie Shop, App oder soziales Netzwerk legt MissPompadour zudem Wert auf ein einheitliches Design.



Abwechslungsreicher Content Commerce zielgruppenorientiert aufbereitet

MissPompadour informiert die Kunden konsistent auf allen Kanälen und fördert einen regen Austausch mit der DIY-Community über seine sozialen Kanäle. Beispielsweise wird interessanter User Generated Content wie Vorher-Nachher-Bilder im Online-Shop präsentiert und mit Verlinkungen zum verwendeten Farbprodukt ergänzt. Auch die Inhalte wie Nutzungsanleitungen oder themenrelevante Blogbeiträge sind auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet und haben die passenden Produktempfehlungen. Bei weiteren Fragen zu ihrem Projekt oder zu Produkten ist der Kundenservice zusätzlich jederzeit erreichbar. Auf diese Weise bietet MissPompadour den Kunden alles Wissenswerte rund um Farbe, damit sie die Shopseiten nicht mehr verlassen müssen.

Die EXCONCEPT-Lösung

- / Statt starker Überladung von Farben und Formen wird ein cleanes, modernes Card-Design genutzt, bei dem Akzente in den CI-Farben rosa und grün gesetzt wurden.
- / Zur Orientierung steht die Suchfunktion zentral im Header und die Menü-Führung ist entsprechend der Suchintention in verschiedene Kategorien aufgeteilt.
- / Neben individuellen Elementen (z. B. für Banner) wurden kleine Details umgesetzt, wie beispielsweise Hovereffekte durch Streichelemente, sodass Hervorhebungen aussehen wie mit dem Pinsel angestrichen.

Die EXCONCEPT-Lösung

- / Dank der eingerichteten Erlebniswelten in Shopware 6 kann das Team von MissPompadour einfach selbst die Inhalte anpassen und durch Komponenten erweitern.
- / Durch die Kombination aus Praxisbeispielen mit passenden Produktverlinkungen wird eine direkte Verbindung zwischen den fertigen Projekten und der passenden Farbe geschaffen.

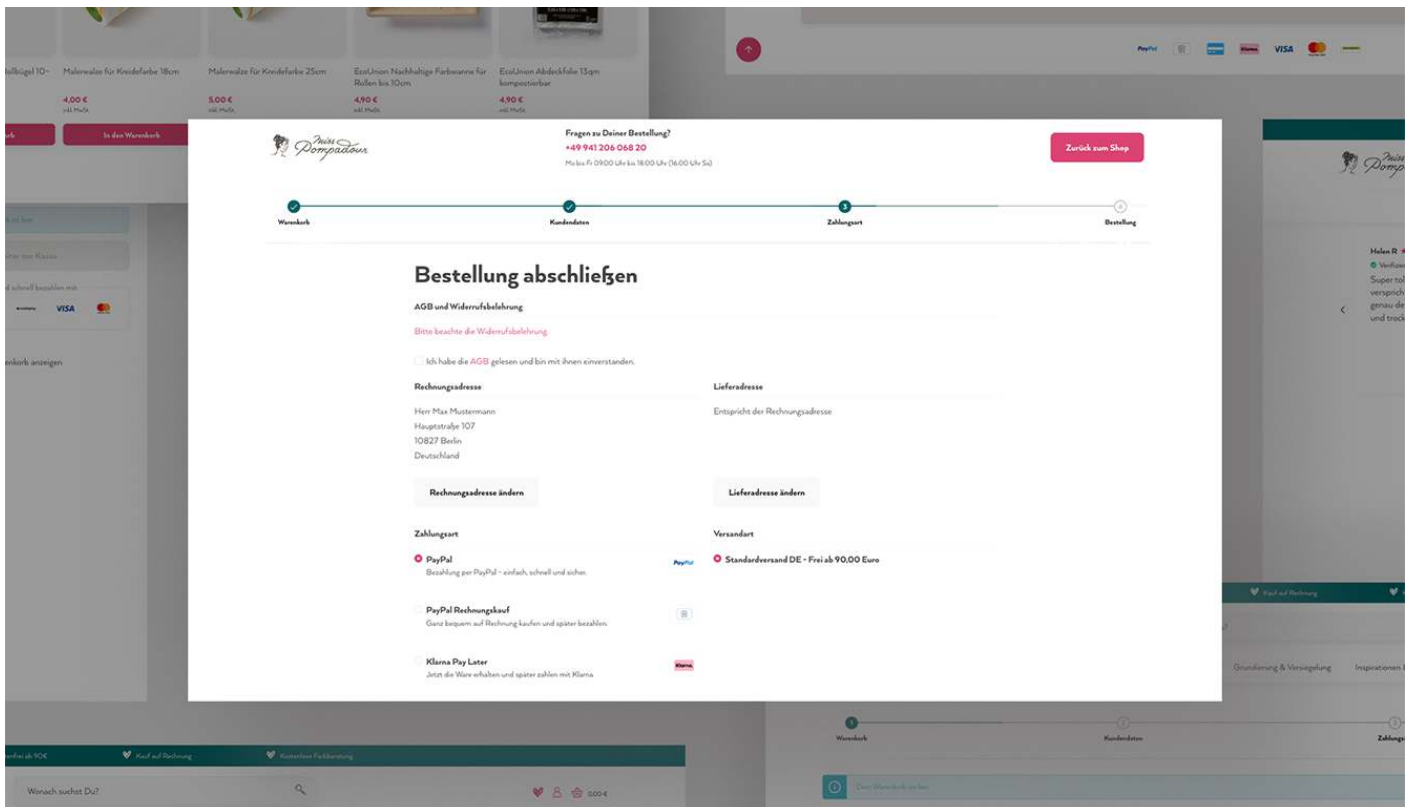
Die Lösung

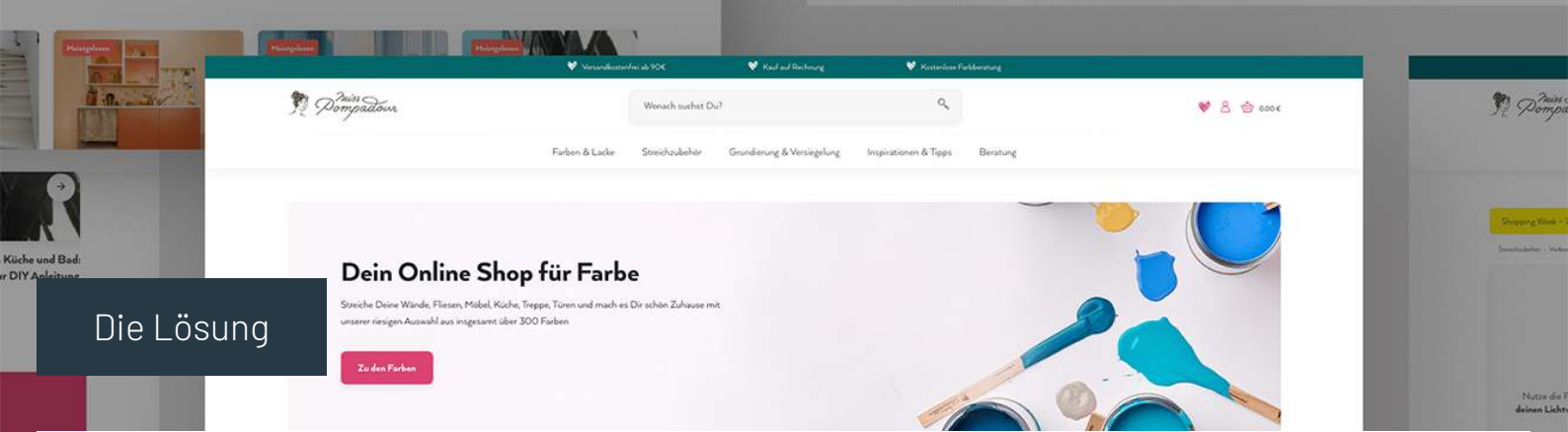
Relevante Kundendaten mit Shopware 6 jederzeit verfügbar

Auch mit dem neuen Online-Shop mit Shopware 6 haben die Kunden weiterhin Zugriff auf alle bisherigen Profil-/Kontodaten aus dem alten Shop. So haben sie Einsicht auf ihre Bestell-Historie und können problemlos alle bisherigen Einkäufe nachvollziehen. Da der Datentransfer durch das eingesetzte Plugin automatisiert erfolgt, entfällt für die Shop-Mitarbeiter außerdem ein größerer, manueller Arbeitsaufwand bei der Datenpflege.

Die EXCONCEPT-Lösung

- / Sicherer Datenexport der Kundendaten aus WooCommerce zu Shopware 6.
- / Entwicklung eines Plugins für den nahtlosen Import der Kundendaten zu Shopware 6.
- / Angleichen der alten Daten an die neuen Datenfelder und -formate per Datensheet sowie anschließende Migration der Kundendaten in den neuen Shop.





Die Lösung

Moderne technische Grundlage für Shop-Ausbau geschaffen

Im Shopware-6-Shop kann MissPompadour die Performance besser skalieren, damit bei höheren Besucherzahlen Lasten besser abgefangen werden. Größere Marketingaktionen oder auch Pläne zur Internationalisierung sind dank der Skalierung einfacher zu realisieren. Für die Optimierung des Kundenerlebnisses im Online-Shop können Funktionen sowie weitere technische Neuerungen schnell eingeführt werden. Mit dem API-first-Ansatz hat Shopware 6 eine gute Grundlage, um weitere Funktionalitäten – zum Beispiel via Plugin – problemlos anzubinden oder auch ganz neue Vertriebskanäle zu erschließen.

Die EXCONCEPT-Lösung

- / Einrichtung des Shopsystems Shopware 6 mit Anbindungen zu wesentlichen Zahlungsdienstleistern wie Klarna, PayPal, Unzer und Stripe sowie Schnittstellen zu den sozialen Netzwerken für Social Commerce.
- / Entwicklung einer API, um die Bestellhistorie der Kunden aus dem früheren Shopsystem zu beziehen und Kunden weiterhin eine umfassende Informationsgrundlage zu liefern.
- / Mit Shopware 6 ist eine technische Basis für zukünftige Innovationen eingerichtet, die auch für künftige Themen wie Internationalisierung und den Ausbau des Unternehmens geeignet ist.

Die eingesetzten Technologien

Shopware
Online-Shop-Software

Stripe, PayPal, Klarna, Unzer, Scalapay
Zahlungsdienste

plentymarkets
ERP-System

„Für uns war es wichtig, mit Partnern zusammenzuarbeiten, die menschlich mit uns auf einer Wellenlänge sind. Bei EXCONCEPT hatten wir sofort das Gefühl, dass wir die gleichen Gedanken über E-Commerce haben und die gleiche Vorstellung davon, wie ein Shop aussehen muss. Der Designer von EXCONCEPT hat auch direkt verstanden, worum es uns geht – der erste Entwurf saß perfekt.“

Niklas Lütteken

Co-Founder sowie Verantwortlicher für Online-Shop und Digitales bei MissPompadour



Das Projekt

Nach der Anforderungsanalyse und Konzeptionsphase begann zunächst das Aufsetzen der Cloud-Infrastruktur, was unter anderem die Entwicklungsumgebung, die Deployment-Prozesse sowie die Versionsverwaltung umfasste. Parallel dazu wurde das neue Shop-Design entwickelt. Im Anschluss an die Designphase erfolgte die Erstellung des entsprechenden Templates, basierend auf den gemeinsam abgestimmten Layout-Vorgaben. Nun wurde das Design in den Online-Shop übertragen. Bei der Datenintegration wurde darauf geachtet, dass sowohl alle Kundenprofile als auch deren vorangegangene Bestellungen importiert wurden. Darüber hinaus musste sichergestellt werden, dass der Datenfluss (Produktmigration, Bestellexport etc.) zwischen Shopware 6 und dem ERP-System reibungslos verlief sowie die Zahlungsdienstleister korrekt angebunden wurden. Nach den SEO-Anpassungen und Optimierungen fand eine umfassende Testphase statt. Nach nur vier Monaten war der Online-Shop-Relaunch mit dem Livegang abgeschlossen.

„Wir hatten gleich zu Beginn das Gefühl, sowohl bei Shopware als auch bei unserer SEO-Agentur und unserer E-Commerce-Agentur EXCONCEPT mit Profis zusammenzuarbeiten.“

Niklas Lütteken

Co-Founder sowie Verantwortlicher für Online-Shop und Digitales bei MissPompadour

