



Die neuen Indizierungszeiten sind einfach unglaublich, wir liegen nicht nur bei zehn, sondern aktuell bei zwei Minuten.

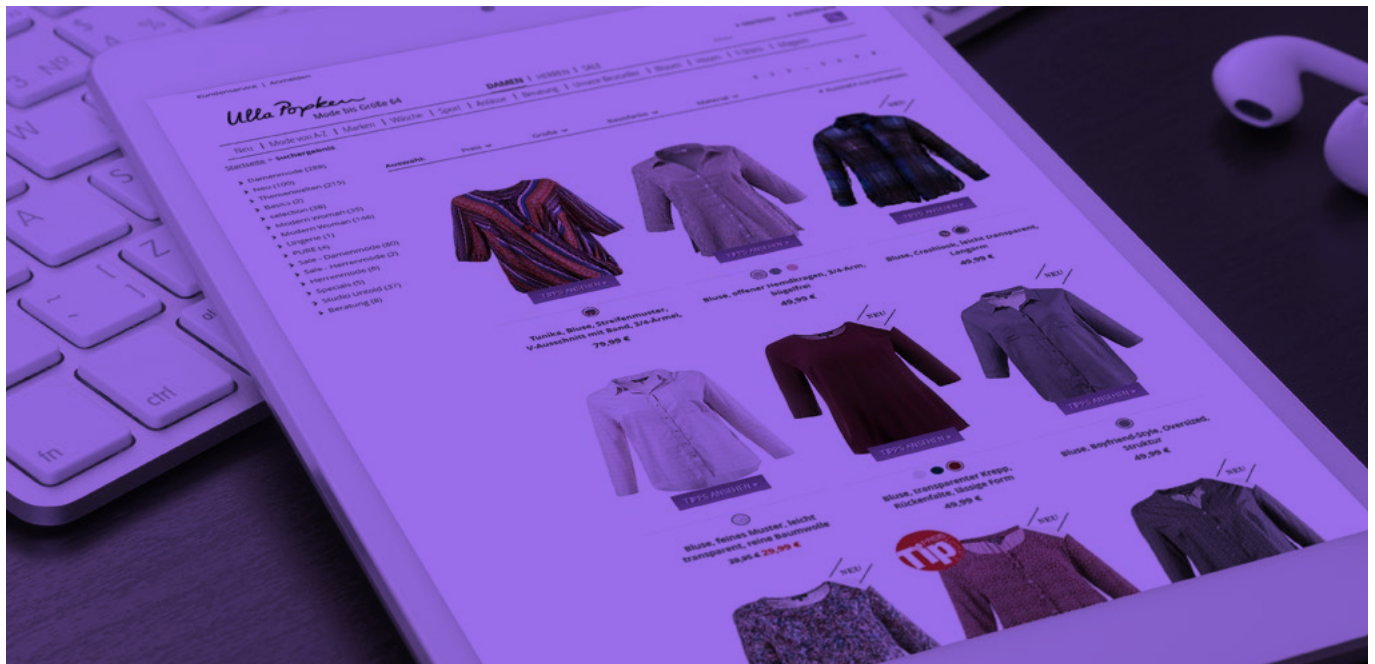
Hauke Wessels

Teamleiter Onlineshop-Entwicklung

Popken Fashion Group wechselt in 12 Shops auf FactFinder

Als Omnichannel-Player vertreibt die Popken Fashion Group das Mode-Sortiment der vier Eigenmarken Ulla Popken, GINA LAURA, Studio Untold und JP1880 international – in vielen hundert Filialen und zunehmend über das Internet. Den eCommerce unterstützte bisher eine alte Suchlösung – die aber bei dem rasanten Wachstum der Popken Fashion Group immer mehr an ihre Grenzen stieß. Eine neue, leistungsfähigere Suche fand sich nach einem Vergleichstest schnell: Seit Mai 2016 sorgt FactFinder in den 12 Shops der Unternehmensgruppe sowohl für bessere Ergebnisse und – vor allem – auch für eine drastische Verkürzung der Indizierungszeit...





Um auch zukünftig hohe Benutzerfreundlichkeit zu bieten, legt die Popken Fashion Group viel Wert auf Automatisierung, Ranking-Steuerung und Personalisierung.

Vorherige Suche skalierte nicht mit

Dass die Suchfunktion ein „Herzstück“ des Online-Shops ist, war den Machern von Ulla Popken von Anfang an klar. Und so entschied man sich 2008 für eine namhafte Lösung, die ihren Dienst zunächst auch erfüllte. Aber: Was damals niemand ahnen konnte, war, dass diese Suche nicht in dem Maße mit skalieren würde, wie es dem Wachstum der seit 2012 – und nach dem Zukauf der GINA LAURA GmbH & Co. KG – so firmierten Popken Fashion Group entsprach. „Wir waren mit unserer alten Suche in eine Sackgasse geraten und wollten unbedingt da raus“, erinnert sich Hauke Wessels, Teamleiter Onlineshop-Entwicklung bei der Popken Fashion Group in Rastede. Heute, so Wessels weiter, habe die Fashion Group zwölf Mandanten, also zwölf verschiedene Shops in fünf Sprachen und zwei Marken. „Früher waren es natürlich weniger, das Problem bestand aber darin, dass mit jedem Mandanten, der im Lauf der Jahre neu hinzu kam, sich die Laufzeiten der alten Suche drastisch erhöht haben – sowohl was den Datenexport als auch, was die Indizierungszeiten betraf.“ Eine Weile lang habe man sich notgedrungen mit diesen Schwierigkeiten arrangiert. „Aber als wir dann unseren US-Shop starten wollten, waren wir an einem Punkt angelangt, wo wir wussten: So kann es nicht weitergehen.“ Also fiel die Entscheidung, dass die Anbindung und Implementierung der Suche völlig neu gemacht werden sollte. „Dabei wollten wir möglichst nahe an den Standard ran, wie Hybris es mit Accelerator macht.“

Neue Suche soll schnellere Aktualisierungen ermöglichen

Zu diesem Zeitpunkt war von FactFinder noch nicht die Rede, denn: „Ursprünglich wollten wir bei der neuen Suche auf Solr gehen, das war so gut wie entschieden“, so Wessels. „Aber wenn man so eine wichtige Komponente wie die Suche austauscht, dann sieht man sich alles doch nochmals ganz genau an. Wir haben uns von Hybris die Solr-Suche zeigen lassen und auch sonst geschaut, was es am Markt noch für Lösungen gibt. Auch unsere alte Suche haben wir uns nochmals vorgenommen, um das neue Suchkonzept damit zu prüfen. Ja, und im Sommer letzten Jahres waren dann Mitarbeiter von FactFinder bei uns, und dieser Besuch war sehr erfreulich.“

Man habe dann bei der Popken Fashion Group sehr schnell eine Nutzwertanalyse gemacht und einen Anforderungskatalog erstellt. „Für uns war ganz wichtig, dass wir die Möglichkeit haben, schnell Aktualisierungen vornehmen zu können.“ Außerdem, so Wessels weiter, wollte man weg von der SKU1-Ebene (Stock Keeping Unit), weil die für eine Suche wenig Sinn mache. „Wir wollten die Daten jetzt anders exportieren und auch indizieren.“ Doch damit nicht genug. Wessels und seine Mitstreiter hatten ein noch viel größeres Ziel vor Augen: „Wir wollten mit der neuen Lösung unter einer Stunde bleiben, was die Indizierung des kompletten Datenbestandes für alle Länder und Mandanten betrifft, das war unsere ganz klare Zielsetzung.“ Weiterhin wollte man bei den Themen Automatisierung,

Ranking und Personalisierung gut aufgestellt sein, denn: „Wenn wir schon in eine neue Suche investieren, dann soll sie auch für die nächsten Jahre tauglich sein und – anders als unsere alte Lösung – mit skalieren“, so Wessels.

FactFinder überzeugt durch Geschwindigkeit und Lernfähigkeit

Am 26. September 2015 erfolgte bei der Popken Fashion Group der „Proof of Concept“ mit FactFinder. „Das klare Konzept und die Einfachheit der Technologie haben mich sofort überzeugt“, sagt Wessels und fügt an, dass der Fachbereich die Lernfähigkeit sowie die Automatisierung von FactFinder als sehr angenehm empfunden hätte. „Die Suche kennt keine Cluster2), das ist gut, zudem wird der Index von FactFinder sehr schnell eingelesen. Der Suchserver steht also sofort bereit. Was wir in dieser Hinsicht bisher von anderen Anbietern kannten, war eindeutig schlechter.“

Ende 2015 fiel in Rastede dann endgültig die Wahl auf den Marktführer in Sachen „Search & Navigation“, vor allem wegen der zugesicherten Indizierungszeit von höchstens zehn Minuten. „FactFinder war der einzige Anbieter, der so mutig war, diese Ansage zu machen. Das war für uns das entscheidende Argument, denn damit würden wir ganz deutlich unter dem von uns gesetzten Limit von einer Stunde bleiben.“ Darüber hinaus habe man FactFinder aber auch deshalb den Vorzug gegenüber den Mit-Wettbewerbern gegeben, weil man bei der Fashion Group den technologischen Vorsprung dieser Suche erkannt habe.

Stabile Performance und neue Merchandising-Möglichkeiten

Seit Mai 2016 ist FactFinder in den Online-Shops der Popken Fashion Group im Live-Betrieb. Das Unternehmen hostet die Suche selbst und hat dafür eine 24/7-Hotline. „Was die generelle Serverlast betrifft, sind wir dank FactFinder ein ganzes Stück besser geworden, nicht zuletzt deshalb, weil wir die Kategorien-Seite neu gestaltet haben.“ Auch das Thema Ranking sei jetzt bei der Popken Fashion Group viel wichtiger geworden. „Vorher lief es über unser PIM-System, das war historisch gewachsen. Der aktuellste Artikel aus dem Katalog musste ganz vorne stehen“, erklärt Wessels und fügt hinzu: „Das war früher wichtig. Heute können wir automatisiert nach Kundenbewertungen, Artikel-Verfügbarkeit und Abverkäufen ranken, das ist ein enormer Vorteil. Es unterstützt die Conversion, so dass die relevanten Artikel jetzt weiter oben in der Ergebnisliste stehen. Die Suche

wird in unseren Shops seit der Integration von FactFinder viel aktiver genutzt.“

1) SKU

Eine SKU (Stock Keeping Unit) ist eine Identifikationsbezeichnung wie eine Nummer oder ein Code für einen einzelnen Artikel im Sortiment eines Händlers.

2) Cluster

Bei der Cluster-Bildung werden die Such-Indizes auf mehrere Knoten verteilt. Dies soll bei Spitzenlast mehr Performance bringen, macht die Bedienung jedoch deutlich komplexer.

„Es hätte nicht besser laufen können“

Am meisten freut sich Hauke Wessels aber darüber, dass seine kühnsten Erwartungen an die Performance und Geschwindigkeit der Suche nochmals übertroffen, besser gesagt: unterboten wurden: „Die neuen Indizierungszeiten sind einfach unglaublich, wir liegen nicht nur bei zehn, sondern aktuell bei zwei Minuten.“ Auch sonst ist Wessels rundum begeistert von FactFinder: „Wir mögen die Technologie, weil sie sehr gut und dabei so einfach wie möglich gehalten ist. Auch der Server-Betrieb ist gut überschaubar: Allein für die Suchergebnisse haben wir vier Server aufgestellt, vermutlich würde aber schon ein einziger völlig ausreichen. Die Performance gefällt uns wirklich ausgesprochen gut.“

Auch für den Projektablauf und die gute Zusammenarbeit des FactFinder-Teams mit der Popken Fashion Group findet Wessels nur lobende Worte: „Es hätte nicht besser laufen können, wir sind reibungslos live gegangen, das war toll.“ Und dann erzählt Wessels, wie er die „Umstellung auf die FactFinder-Zeit“ erlebt hat: „Am Tag nach der Live-Schaltung bin ich extra früher ins Büro gekommen, um nochmals Ruhe zu haben, bevor der Sturm losgeht, den ich erwartet hatte. Mein Kollege aus dem Fachbereich ist sogar noch eine Stunde früher gekommen, weil er für alle Fälle gewappnet sein wollte – und nichts geschah. FactFinder lief von Anfang an wie am Schnürchen.“



Jetzt kontaktieren

+49 7231 125972820

info@fact-finder.com

www.fact-finder.com

Weltweit vertrauen 2.000+ Online-Shops auf FactFinder

