

Ausgangssituation

Die gesamte Website wmf.de wurde mittels des Content Management Systems Typo3 und des Shop-Systems Magento neu erstellt. Ziel war es, den hohen Qualitätsstandard der WMF-Produktpalette auch im Internet wiederzugeben. Dafür war die Integration einer intelligenten Suchtechnologie maßgeblicher Bestandteil im neuen Shop.



www.exorbyte.de

Begeistert von Technik - Die neue Shop-Suche im WMF-Shop

WMF-Online-Shop baut auf die intelligente Produktsuche mit exorbyte commerce search

WMF stellte an die Produktsuche für den neuen Online-Shop besondere Anforderungen: Übersichtlichkeit, Usability und reibungslose Funktionalität der Shop-Suche sind dabei von großer Bedeutung. Das Aussehen des Auto-Suggests und der Trefferseite sollen sich dabei an das neue Aussehen der Seite anpassen lassen. Aber auch an die Suche selbst wurden hohe Forderungen gestellt. Im Auto-Suggest soll der gesamte Datenbestand blitzschnell und insbesondere fehlertolerant durchsucht werden. Die Ergebnisseite soll sich schnell aufbauen und anhand Facetten weiter eingrenzen lassen, um aus einer Vielzahl von Ergebnissen die relevantesten filtern zu können. Der Suchbegriff soll sich im Auto-Suggest und auf der Ergebnisseite optisch hervorheben. Ein weiterer wichtiger Punkt bei der Auswahl der passenden Shop-Suche waren die internationalen Internetauftritte von WMF: die Suche sollte auch in mehreren Sprachen fehlertolerant funktionieren.

Entscheidung für exorbyte commercesearch

Gemeinsam mit der Online-Agentur TechDivision wurden mehrere Suchanbieter verglichen. Bedingt durch monatlich mehreren hunderttausend Suchanfragen fiel die Entscheidung auf exorbyte commercesearch. Die fehlertolerante Suche in großen Datenmengen, bei sehr hoher Geschwindigkeit und die Tatsache, selbst bei Tippfehlern, Rechtschreibfehlern, verschiedenen und gleich klingenden Schreibweisen oder sonstigen Abweichungen, schnell und zuverlässig passende Vorschläge zu finden, überzeugte WMF.

So funktioniert die Lösung



Die Trefferliste im Auto-Suggest unterteilt sich in drei Bereiche: Produktvorschläge, Kategorien sowie allgemeine Informationen, wobei hier das Suchwort auf der gesamten Website durchsucht wird. Auf der Trefferseite selbst lässt sich das Ergebnis ebenfalls weiter eingrenzen, bspw. in die einzelnen Produktparten wie Besteck, Angebote oder Küche.

Eine Einschränkung des Preises ist mittels eines Schiebereglers möglich, die Ergebnisse im Trefferfeld werden dabei in Echtzeit aktualisiert. Eine Besonderheit stellt die Integration zweier Auto-Suggest-Funktionen in einem Suchfeld dar: Produktsuche einerseits und Volltextsuche inklusive aller PDFs andererseits. Das Besondere hierbei ist, dass der Produktdatenbestand im Shop-System Magento hinterlegt ist, die Volltextsuche jedoch auf Inhalte im CMS Typo3 zurückgreift.



Seit über 160 Jahren stehen die Marken der WMF Group für beste Koch-, Trink- und Esskultur. Jeden Tag verwenden mehrere 100 Millionen Menschen weltweit die Produkte von WMF, Silit und Kaiser zum Zubereiten, Kochen, Essen, Trinken und Backen bei sich zu Hause. Das Traditionsunternehmen wurde 1853 in Geislingen an der Steige gegründet. Knapp 6.000 Mitarbeiter bescherten kulinarischen Genuss von über 40 internationalen Standorten aus. Die WMF Group erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2014 einen Umsatz in Höhe von 1.024,3 Mio. Euro.



Bratpfan |   Warenkorb

Suchergebnisse für 'Bratpfan'

Artikel

- Bratpfanne ø 28 cm Premium One
- Bratpfanne Ø 28cm Gourmet Plus
- Bratpfanne Ø 24cm Gourmet Plus
- Pfannen Set 2-teilig CeraDur® Classic
- Pfannen-Set 2-teilig Devil

Kategorien

- Pfannen** (182) in Kochgeschirr
- Alle **Pfannen** (168) in Kochgeschirr > Pfannen
- Stielpfanne (67) in Kochgeschirr > ... > Alle Pfannen
- Pfannen** (10) in Kochgeschirr > ... > Alle Pfannen|Kochgesch...
- Alle **Pfannen** (7) in Kochgeschirr > ... > Kochgeschirr

Fazit: Leistungsstarke Suchfunktion optimal angepasst

Die Suche von exorbyte hat das Projektteam von WMF hinsichtlich Geschwindigkeit, Fehlertoleranz und Anpassungsmöglichkeiten überzeugt. Hannes Schwarz, Projektleiter seitens exorbyte, freut sich über die gelungene Zusammenarbeit: „Innerhalb kürzester Zeit konnten wir alle individuellen Anpassungen umsetzen.

Und zwar so, dass nun auch der internationale Roll-Out, sprich weitere Sprachen, umgehend realisiert werden kann.“ Auch Frank Liebig, Teamleiter Internet/e-Business bei WMF und verantwortlich für die Umsetzung, sowie für den internationalen Rollout, zieht eine positive Bilanz: „Durch den Einsatz von exorbyte Commerce Search konnten wir für unsere Kunden eine hohe Usability und ein komfortables Einkaufserlebnis erzielen.

„Die hervorragenden Sucheigenschaften und das Preis-Leistungsverhältnis haben uns überzeugt,“

Hohe Qualität innerhalb kürzester Zeit

Die organisatorische Herausforderung bestand darin, dass die Zielsysteme erst spät zur Verfügung standen. So musste auch für die technische Entwicklung mit verschiedenen Workarounds gearbeitet werden um z. B. an Testdaten zu gelangen.

„Durch die enge Zeitvorgabe war eine hohe Flexibilität bei der Umsetzung der Lösung gefragt. Diese konnte durch eine sehr eng abgestimmte Zusammenarbeit und kurze Kommunikationswege mit dem Team auf der Kundenseite erreicht werden. Es gelang uns in nur 4 Monaten den Go-Live inklusive des gesamten Redesigns der Intranet-Website zu realisieren“. so Jonas Vollmer, Projektleiter bei exorbyte.

