

The background of the entire slide is a photograph of a dense forest. The trees are covered in a thick layer of mist or fog, creating a soft, ethereal atmosphere. The colors of the trees are muted greens and browns, typical of a forest in a hazy environment.

diselva

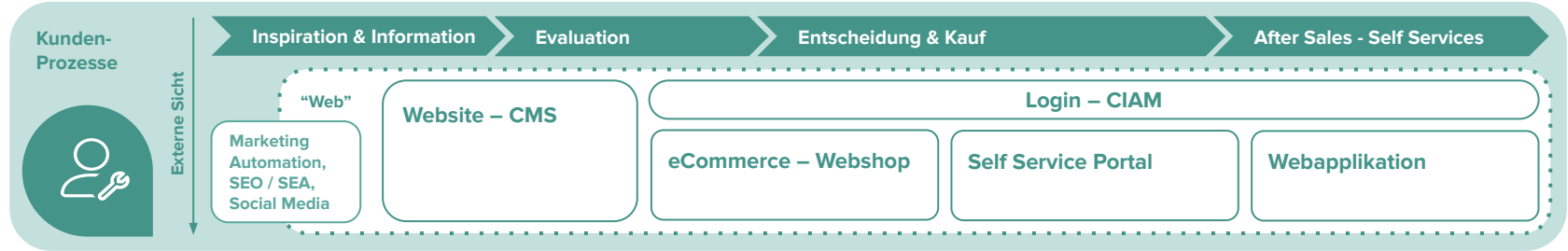
Architektur- & Plattform- Ansätze für moderne Commerce-Landschaften

2ter Commerce Apéro - diselva, St. Gallen - 26. März 2026
Jörg Brunschwiler

commerce
apéro
by diselva

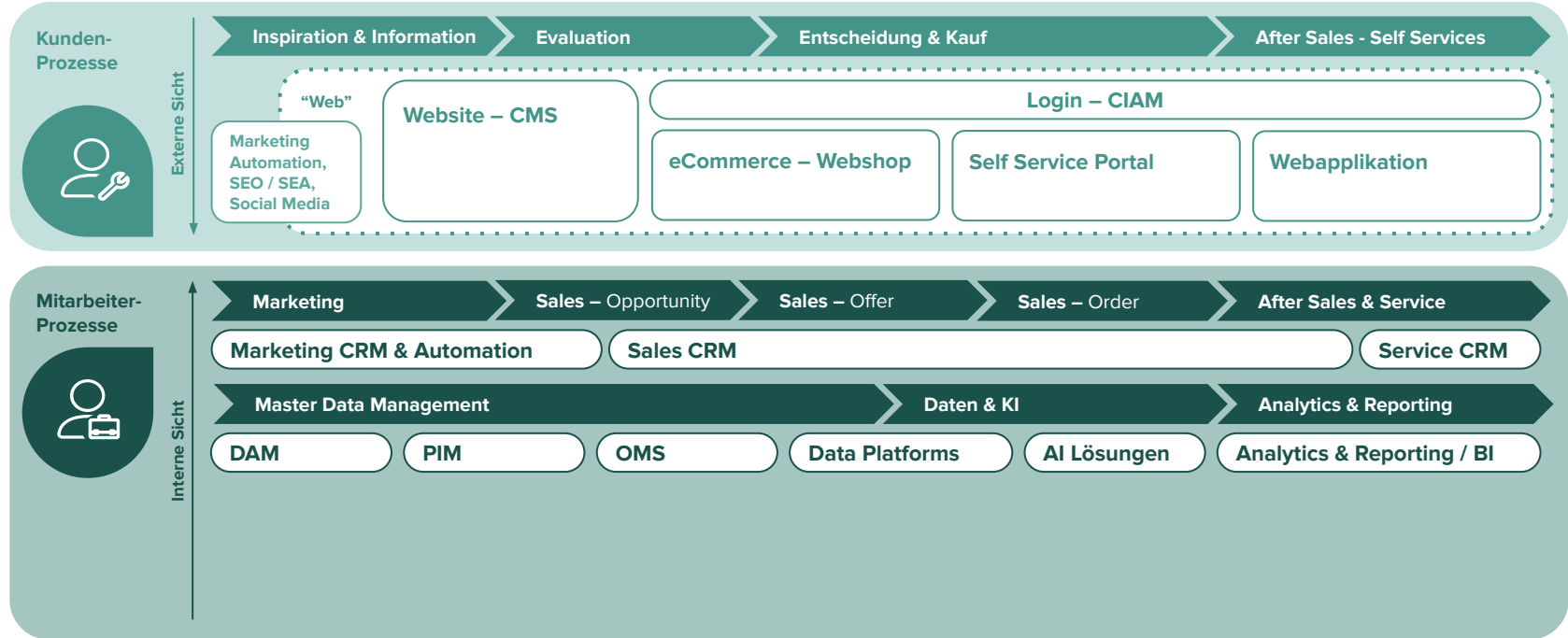
Die moderne Commerce-Landschaft unterstützt ...

1 - die Prozesse über die gesamte Customer Journey



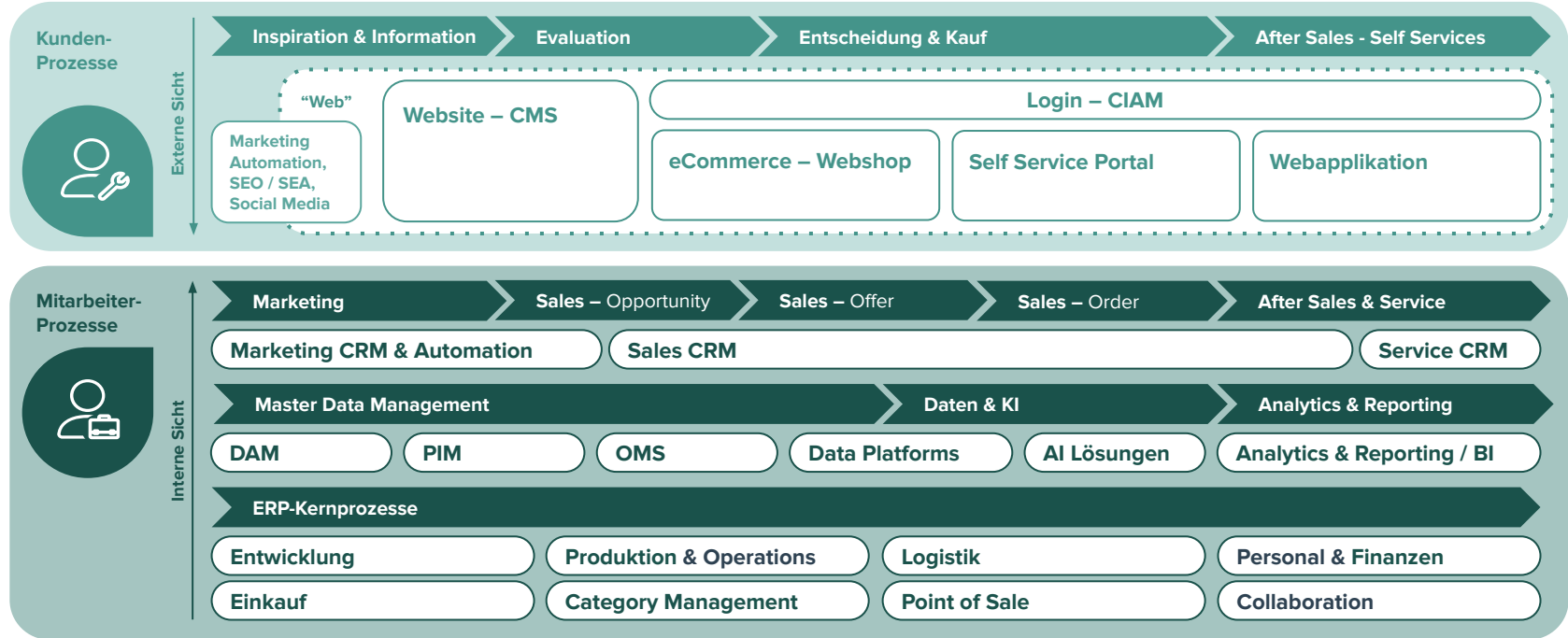
Die moderne Commerce-Landschaft unterstützt ...

2 - die Kunden-zugewandten Prozesse

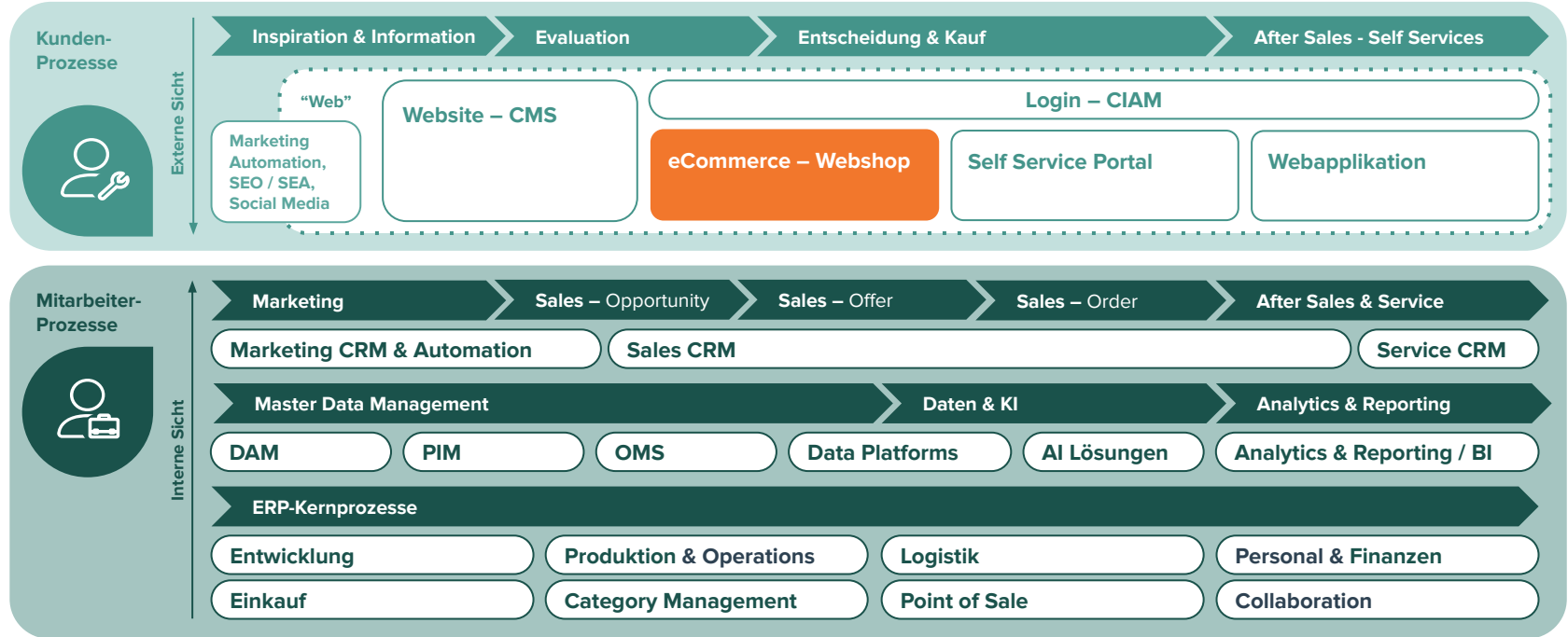


Die moderne Commerce-Landschaft unterstützt ...

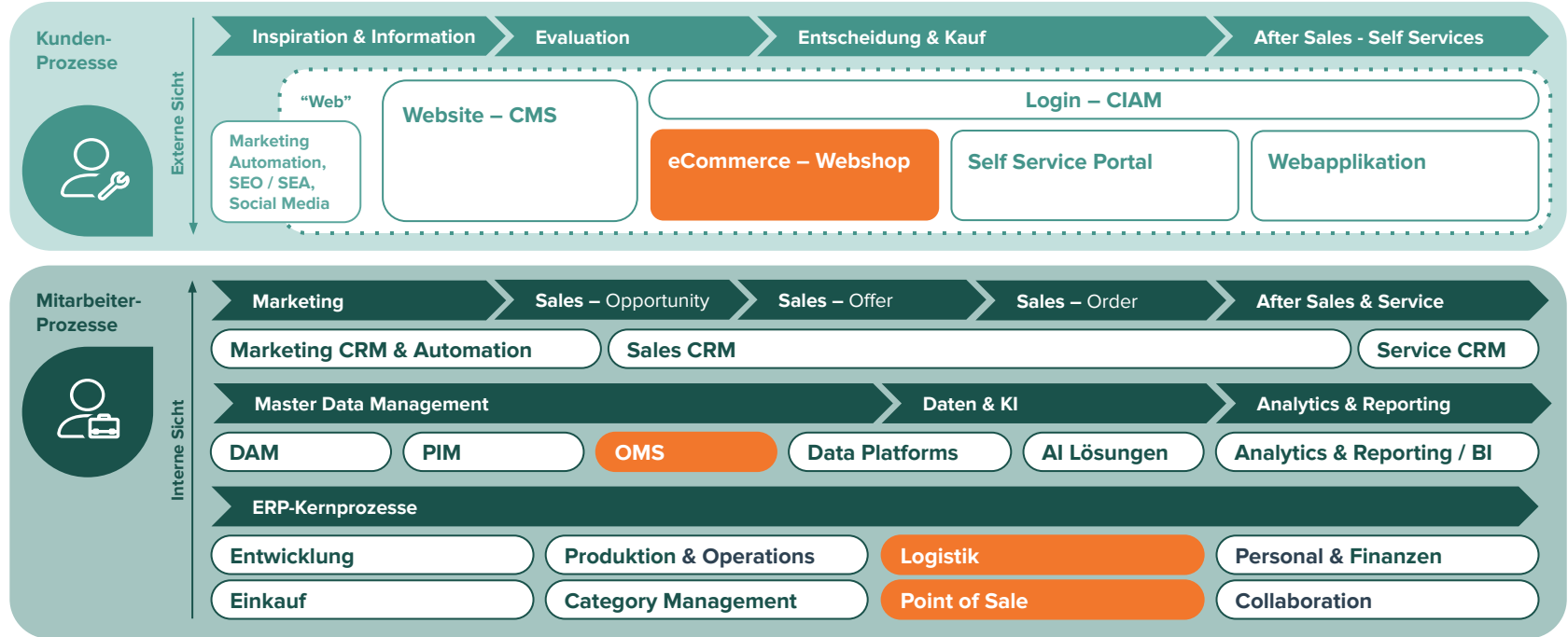
3 - die tiefe Integration in die ERP-Kernprozesse



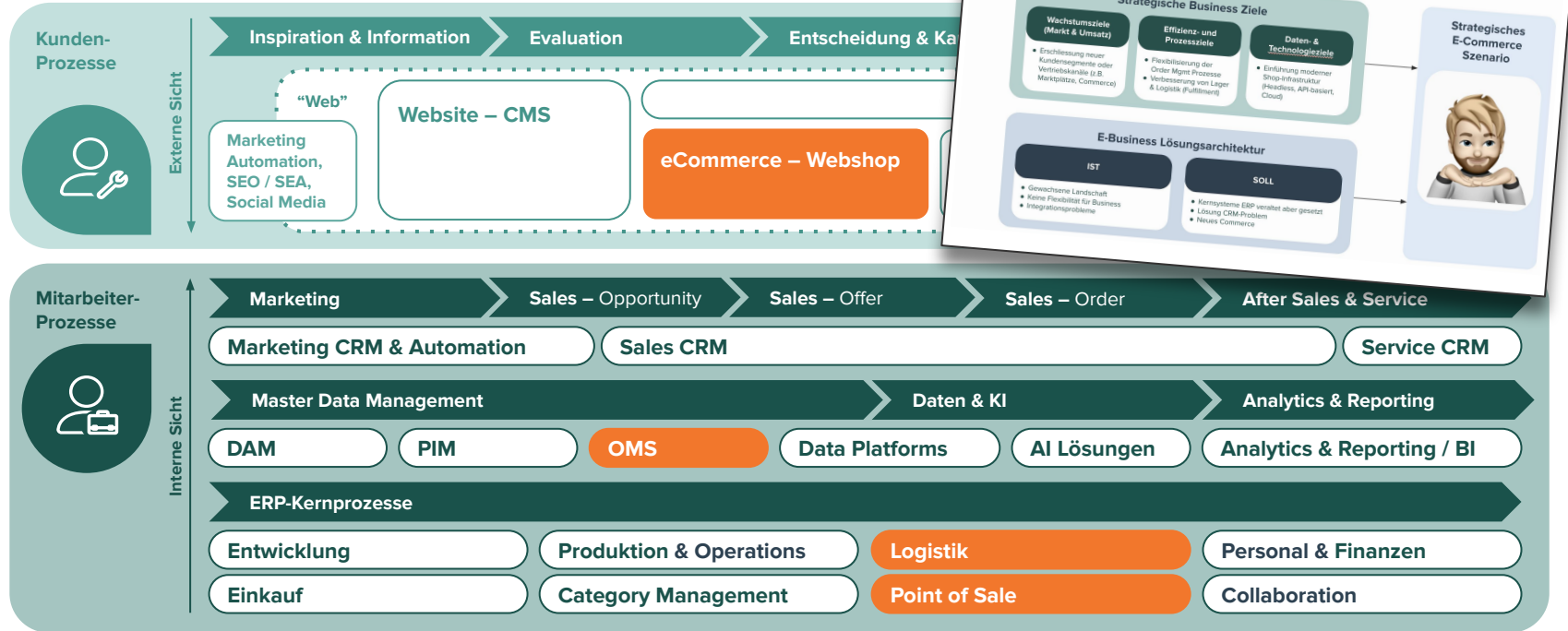
Der “Online-Shop” der 2000er-Jahre - übrigens sind viele Kunden noch nicht viel weiter



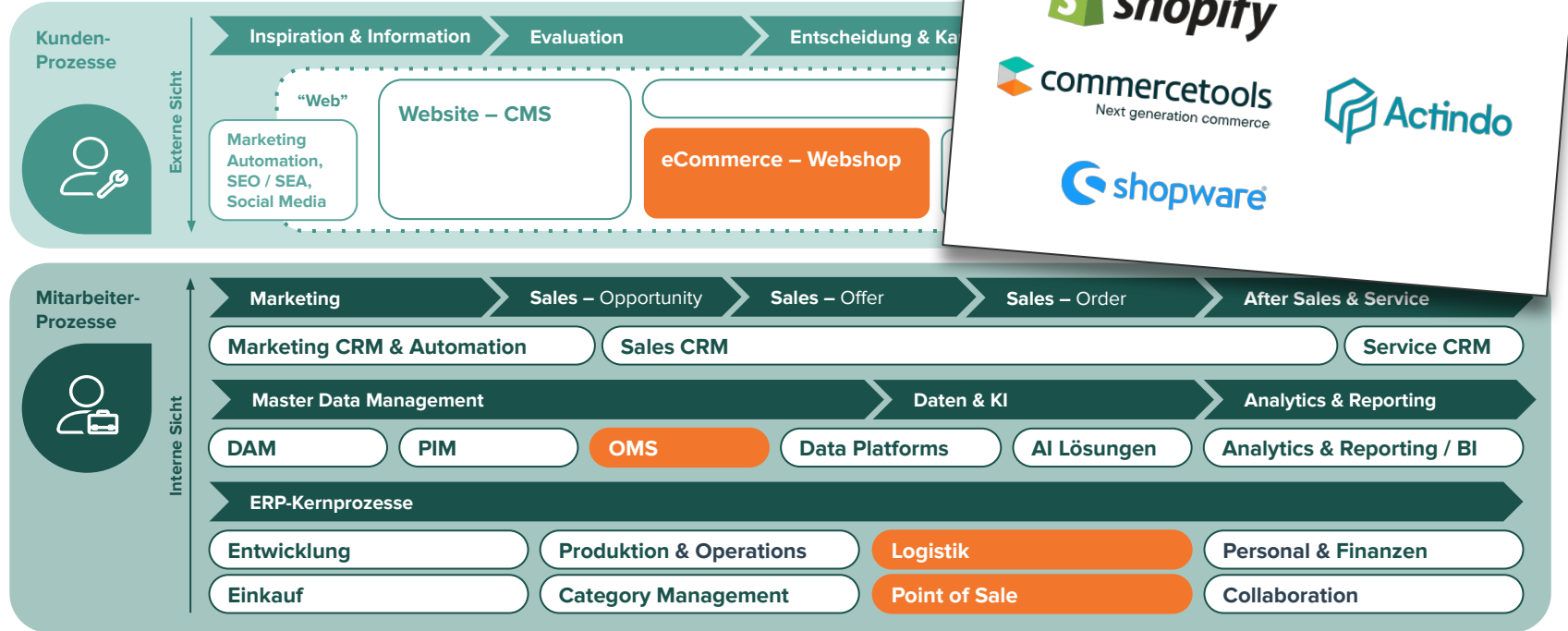
Einige Facetten der B2C-Retail-Welt haben wir beim 1ten Commerce Apéro beleuchtet



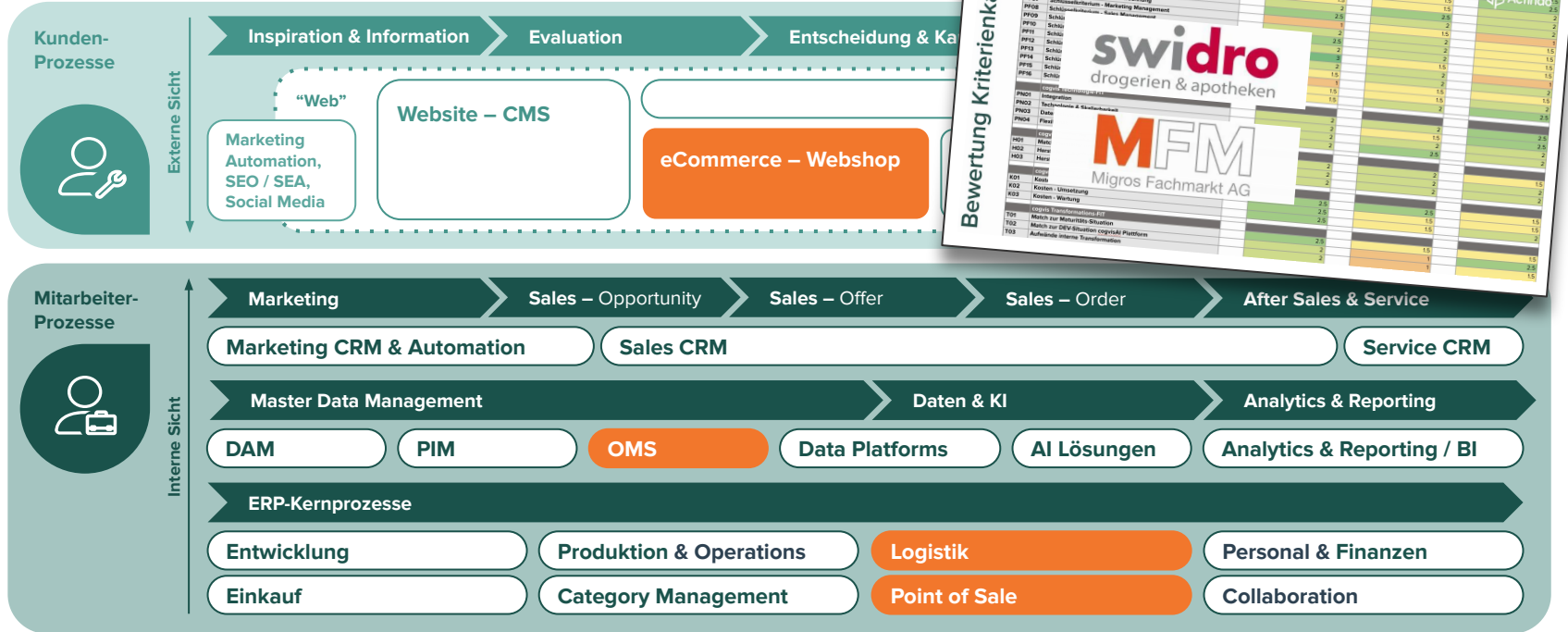
Einige Facetten der B2C-Retail-Welt haben wir beim 1ten Commerce Apéro beleuchtet



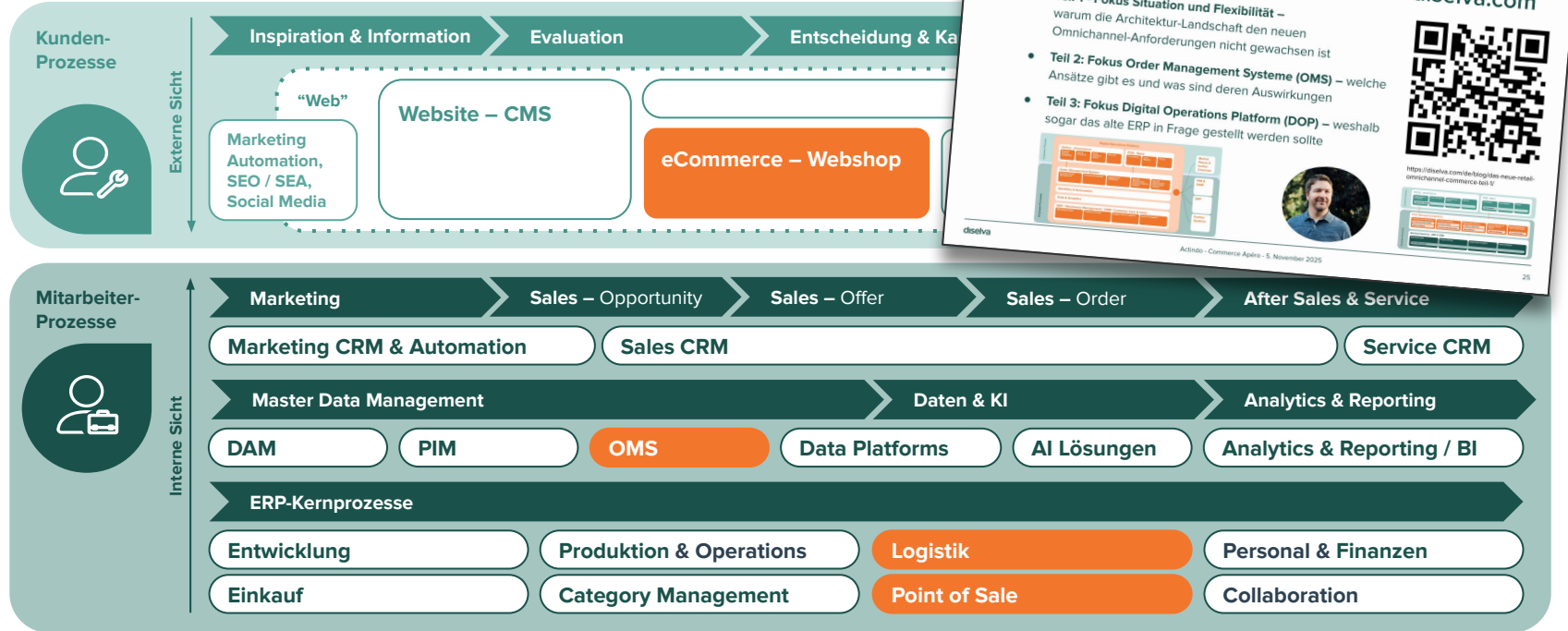
Einige Facetten der B2C-Retail-Welt haben wir beim 1ten Commerce Apéro beleuchtet



Einige Facetten der B2C-Retail-Welt haben wir beim 1ten Commerce Apéro beleuchtet



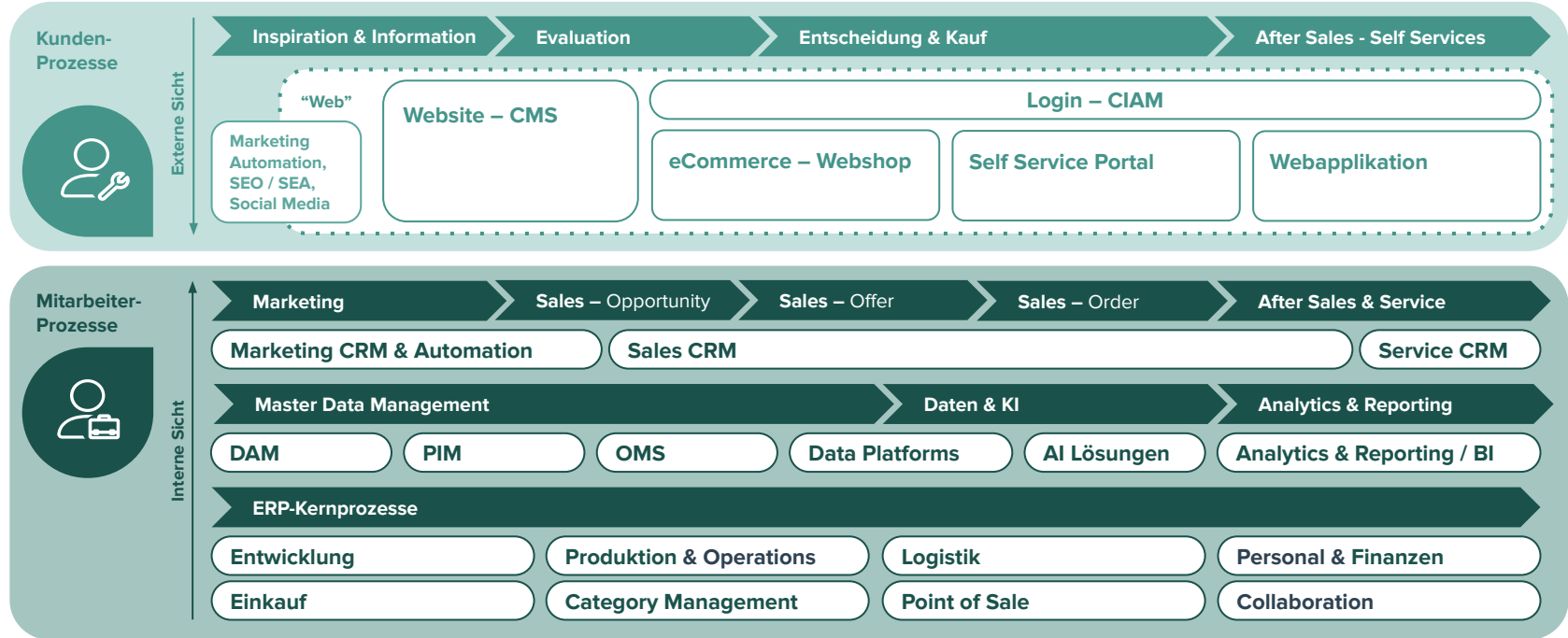
Einige Facetten der B2C-Retail-Welt haben wir beim 1ten Commerce Apéro beleuchtet



Einige Facetten der B2C-Retail-Welt haben wir beim 1ten Commerce Apéro beleuchtet

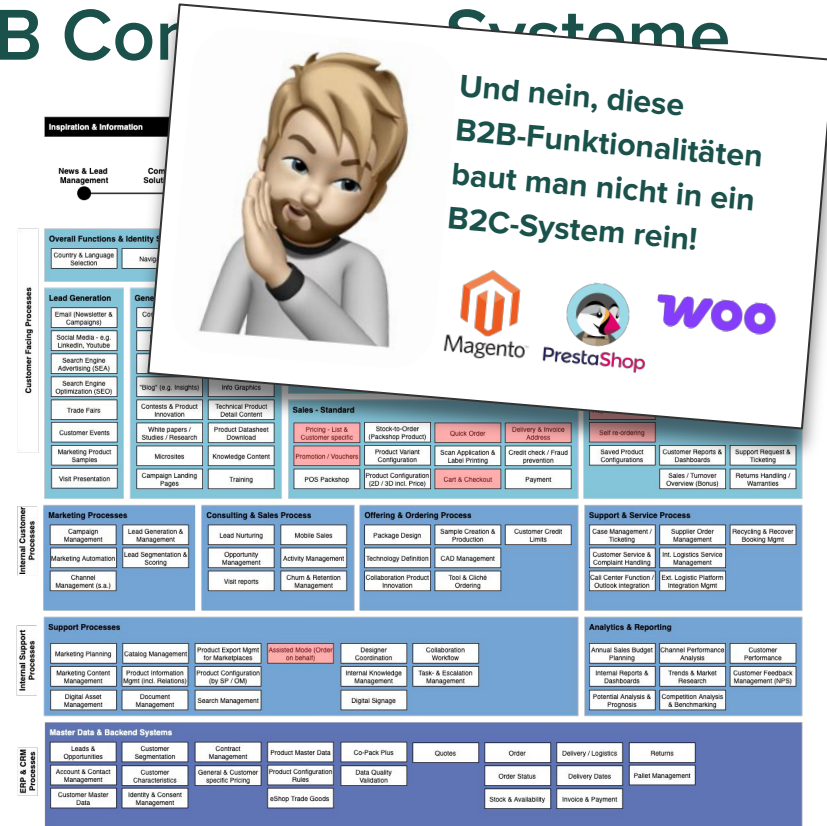


Für das Verständnis der Architektur- & Plattform-Ansätze gehen wir diesmal auf B2B Commerce ein

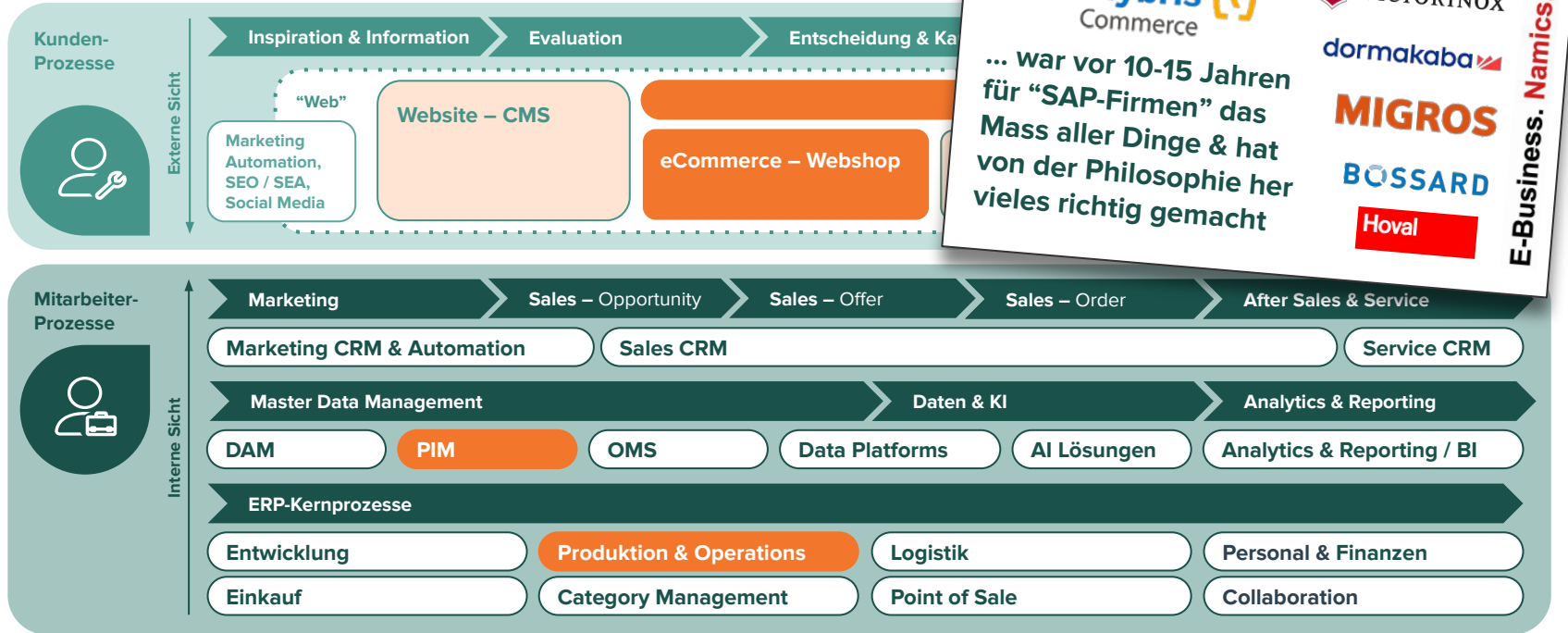


Folgende B2B-Commerce-Anforderungen müssen abgedeckt werden - durch B2B Commerce

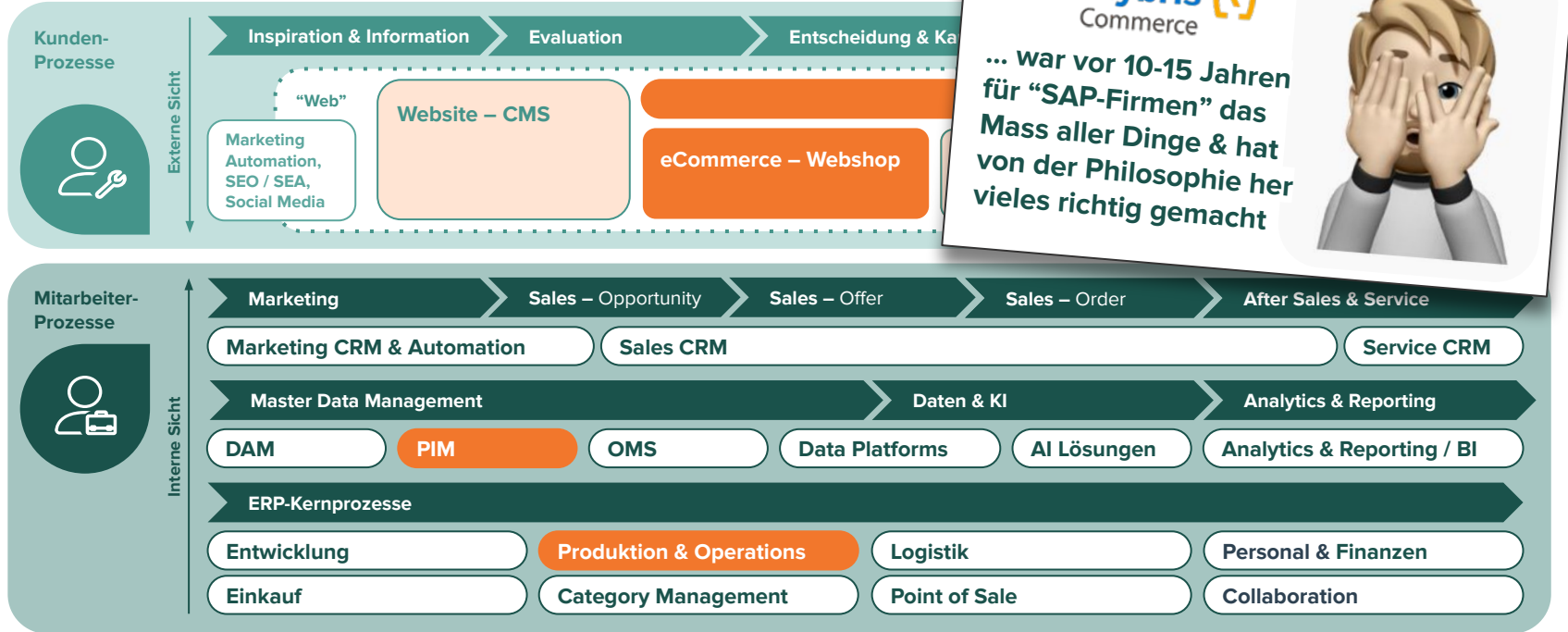
- Kundenspezifische / vertragsbasierte Preise - mit hochkomplexen Preismodellen
- Kundenspezifisches Sortiment
- Persönliche Produkt-ID und Beschreibung
- B2B-Abrechnungsmodelle (Dienstleistungen, Abonnements, Abrufe)
- Ariba/OCI-Punchouts
- Auftrags-, Angebots-, Vertrags-Management
- Umfangreiche Benutzerverwaltung für Firma & Mitarbeiter
- Kundenauftrags-Workflow
- Vertriebs- und Kundensupport-Modus



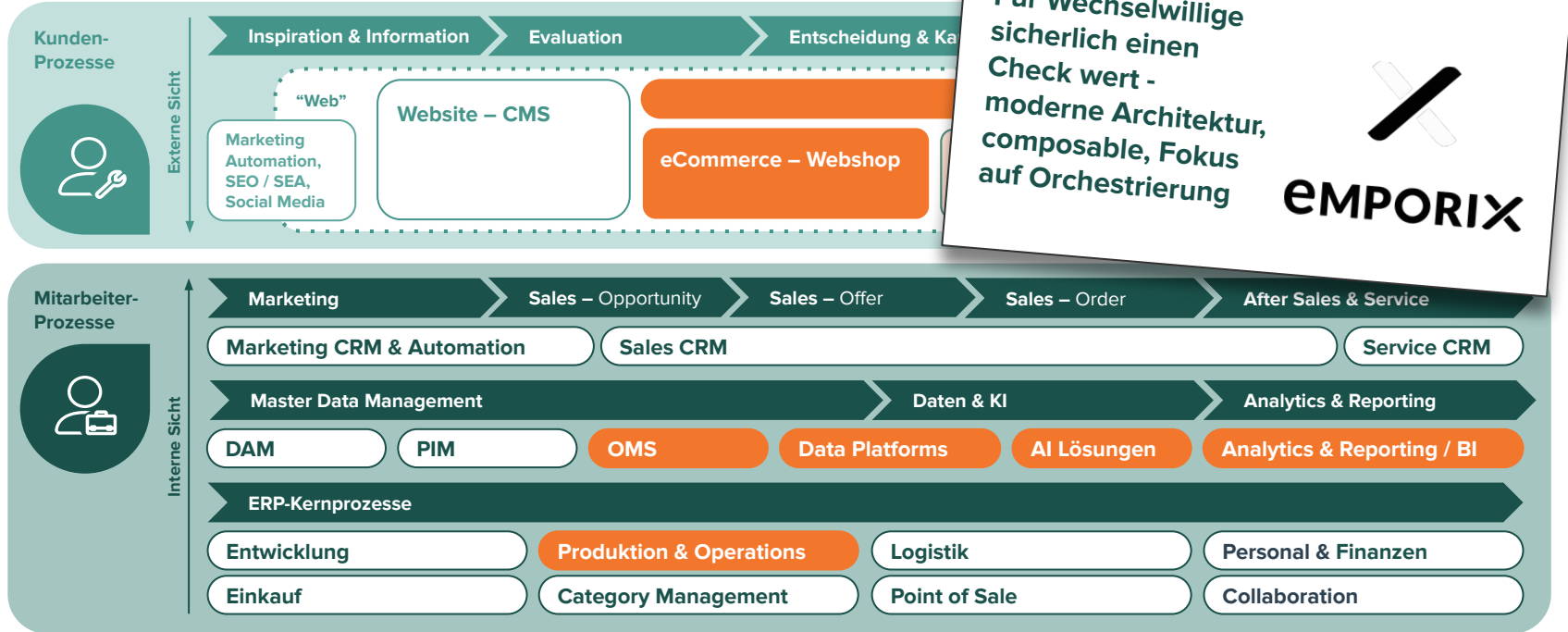
Früher war B2B Commerce komplett Produkt- / Produktions-zentriert = ERP war das zentrale System



Früher war B2B Commerce komplett Produkt- / Produktions-zentriert = ERP war das zentrale System

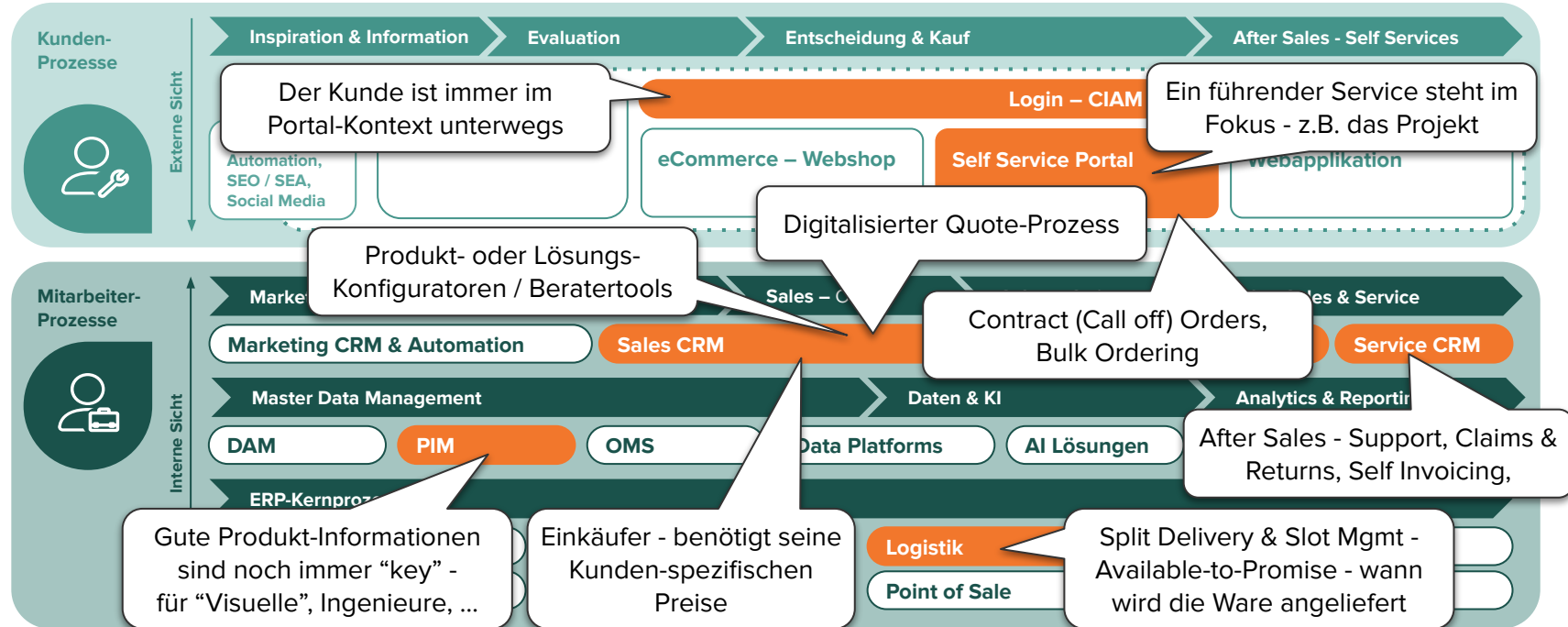


Früher war B2B Commerce komplett Produkt- / Produktions-zentriert = ERP war das zentrale System

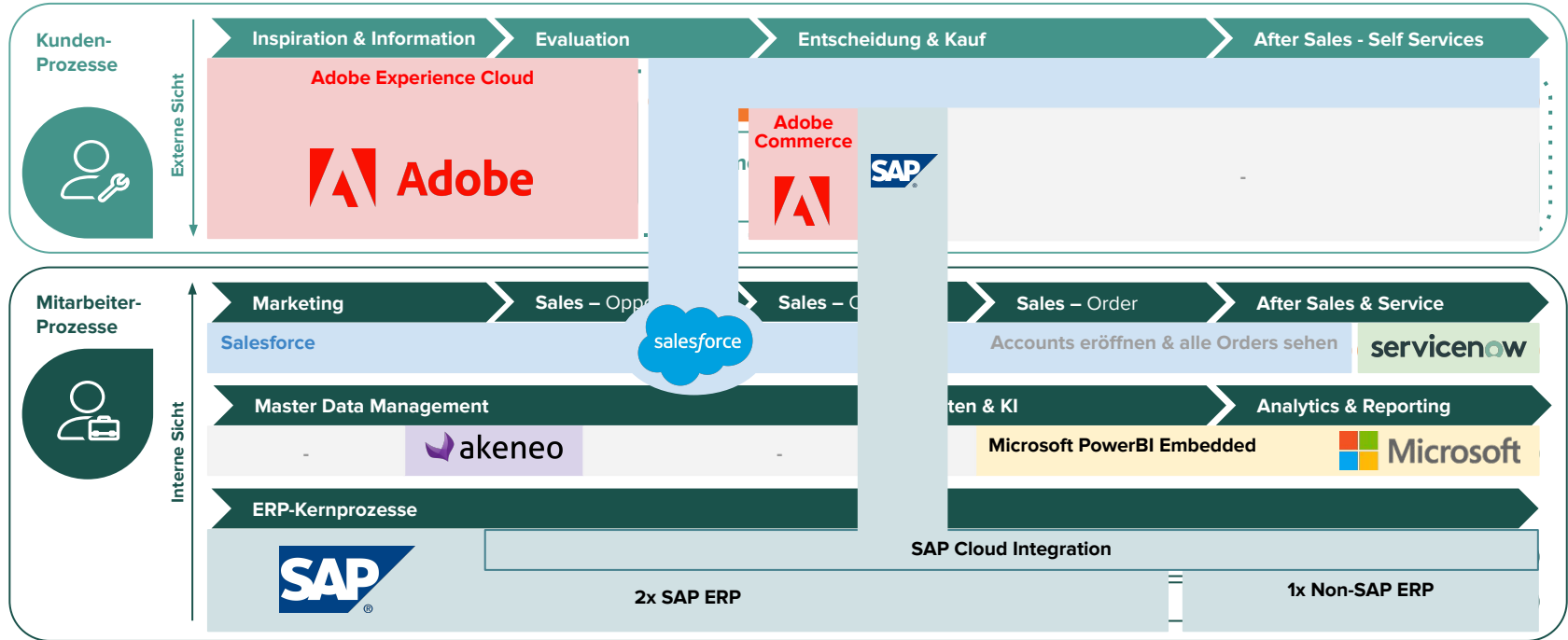


Nun kommt aber der grosse
Switch in den Architekturen -
der komplette Lifecycle des
Kunden steht im
Vordergrund - das “CRM”
wird zum führenden System

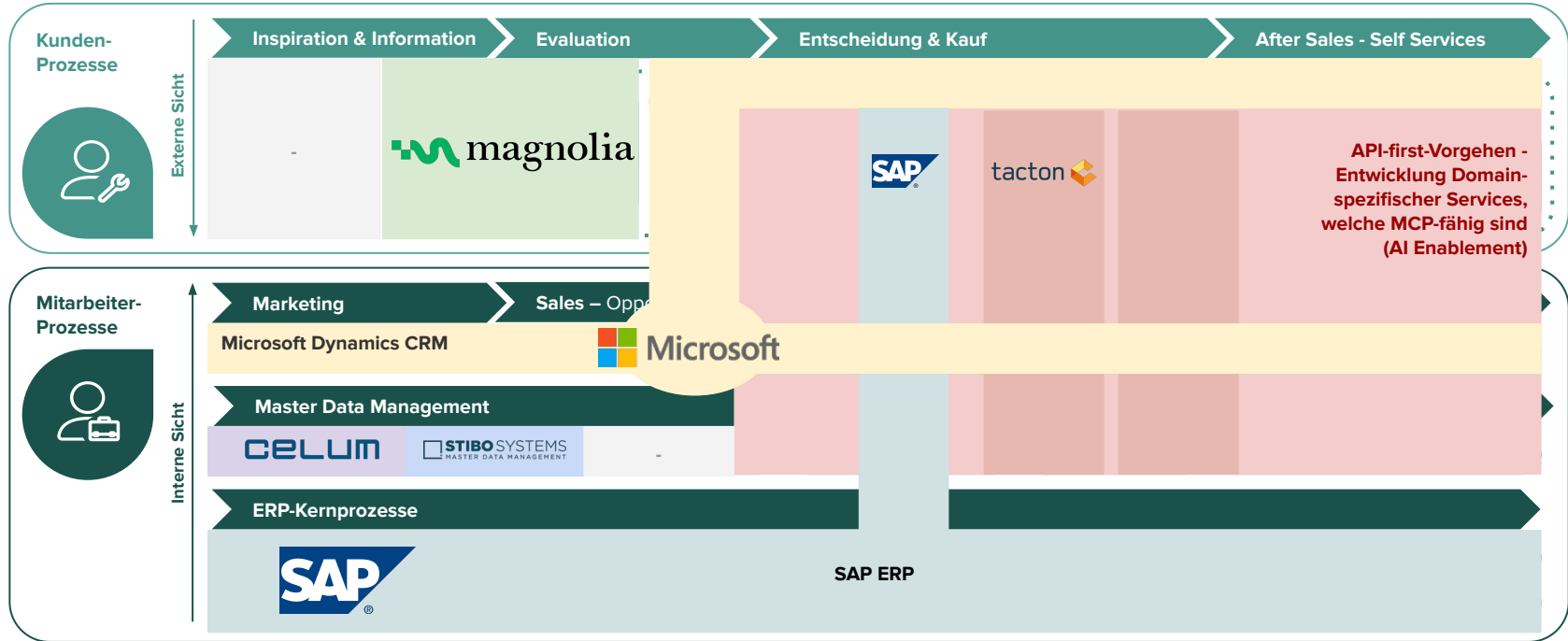
Heute steht im B2B Commerce der Kunden-Lifecycle im Vordergrund = CRM wird das führende System



B2B Commerce Beispiel - internationaler, industrieller Filter-Hersteller aus Deutschland



B2B Commerce Beispiel - internationaler Schalungs- und Gerüst-Spezialist aus Deutschland



Also nur so nebenbei - so einfach ist es dann nicht - wäre anders fürs “Tech-Publikum” ;-)

Die **richtigen Softwaren** mit dem besten

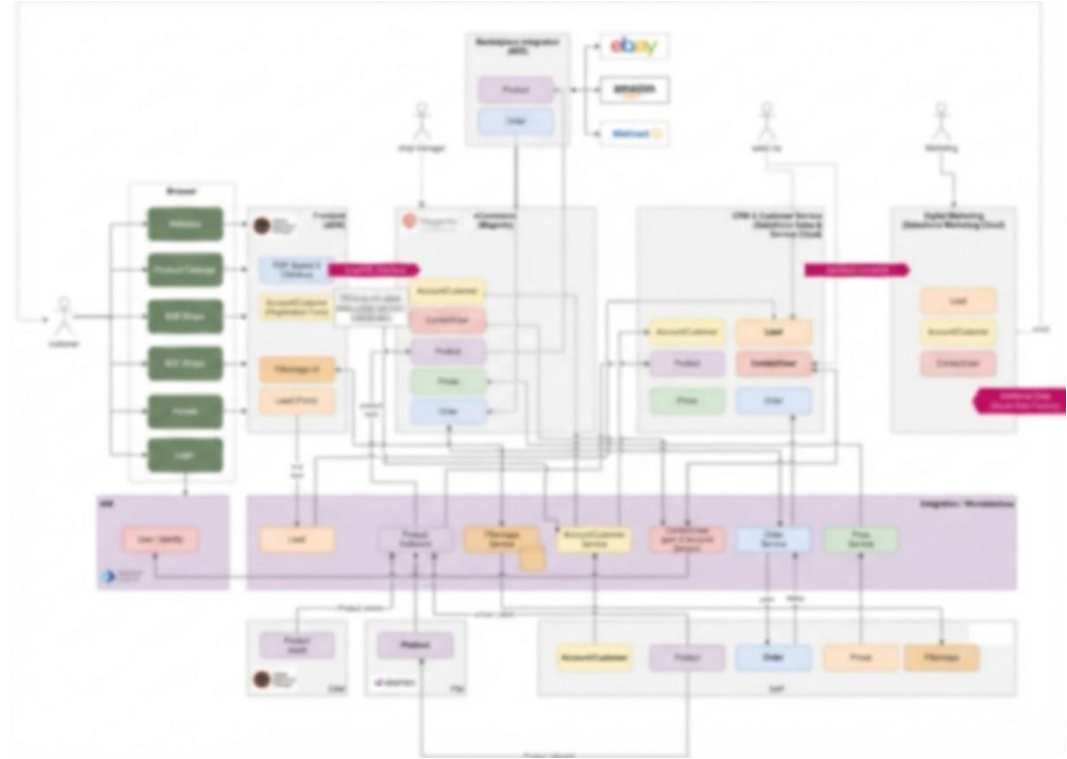
- Produkt-FIT,
- Technologie-FIT,
- Anbieter-FIT
- Kosten-FIT

... welche bestmöglich

- die **Anforderungen aller Stakeholder** abdecken
- **miteinander aus Prozess- und Datensicht integrieren**

... das ergibt

- die für das **strategische Szenario des Kunden** die passende **Commerce-Landschaft**



... mit wenig Erfahrung, wie sie zur richtigen Lösung kommen

Ausschnitt von Lösungen, mit welchen wir bei Kunden in Kontakt kommen

E-Commerce

PIM

CMS

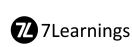
Marktplatz/
Feed

CRM/
Service/
Marketing

ERP

Data &
Analytics

Misc.



Strategische
Commerce Ziele

Strategisches
E-Commerce Szenario
& die richtige
Technologie dafür



Die “Kleineren” haben genau
dieselben Herausforderungen
wie die “Grossen” -
Customer Centricity um ihr
Geschäft besser zu machen -
die Lösungen sind schlanker!



Merci vielmol!

Michael Pertek &
Jörg Brunschwiler

