

Pressemitteilung

Köln, Düsseldorf, 10. Dezember 2019

Alles digital – Melitta Single Portions setzt für neues Tee-System auf ganzheitliches E-Commerce-Ökosystem

Das Unternehmen Melitta Single Portions hat eine neue Marke: Avoury. Die innovative Teemaschine produziert auf Knopfdruck hochwertigen Tee und lässt sich auch über eine App steuern. Das Besondere an dem neuen Produkt: Die Vermarktung des Produktportfolios basiert fast ausschließlich auf einem digitalen Geschäftsmodell. Bei der Entwicklung des E-Commerce-Ökosystems vertraute Melitta Single Portions auf ein starkes Team aus den Consulting-Unternehmen elaboratum und admoVa für die strategisch-konzeptionelle Gestaltung und operative Unterstützung sowie die digitale Fullservice-Agentur nexum und 4brands Reply GmbH für die Einführung und Implementierung der technischen Systeme.

Melitta Single Portions nutzt das große Potential auf dem Teemarkt für portionierbare Einheiten und geht bei der Vermarktung neue Wege: Während die Teemaschinen auch im stationären Handel erhältlich sind, vertreibt Avoury die Kapseln der 40 Bio-Teesorten vorrangig digital. „Mit der digitalen Vermarktung haben wir den Vorteil, unsere Kunden selbst kennenzulernen. Wir können Kundendaten erheben und unsere Kunden personalisiert ansprechen“, sagt Holger Feldmann, CEO von Melitta Single Portions.

360°-Online-Welt rund um den Kunden

Für die erfolgreiche Online-Vermarktung des Produktportfolios wurde ein ausgefeiltes E-Commerce-Ökosystem errichtet. Das Ergebnis ist eine vernetzte Vermarktungsplattform über diverse Touchpoints – beispielsweise dem responsiven Webshop basierend auf einem ‚headless‘ Frontend, der App oder dem Customer Care Interface für Agenten und Fachberater an Hotline und Verkostungsständen überall in der Republik. Insbesondere dem Service-Center stehen überdurchschnittlich viele Möglichkeiten zur Verfügung, den Kunden zu unterstützen. Seit der Markteinführung können die Kunden von Avoury weit mehr als ein ‚Minimal Product‘ nutzen. Von der Möglichkeit, Abos abzuschließen bis hin zum persönlichen Tee-Verbrauch kann der Kunde auf der Online-Plattform seine gesamten Daten verwalten und findet viele Serviceleistungen rund um seinen Tee-Konsum auf einer Plattform.

Ein Team an Partnern zum gemeinsamen Erfolg

Die erfolgreiche Umsetzung des Projektes basiert auch auf der engen Zusammenarbeit der involvierten Parteien. Die E-Commerce-Experten von elaboratum haben Melitta Single Portions beim Aufbau der gesamten B2C-Plattform beraten und Markenbild sowie Zielgruppenanalyse in digitale Touchpoints übersetzt.

Bei der Suche nach der System-Grundlage fiel die Wahl auf Salesforce. Service Cloud und Marketing Cloud bilden zusammen mit der Commerce Cloud eine integrierte und vor allem skalierbare Plattform rund um alle Kunden- & Geschäftsprozesse. Die nexum AG verantwortete als digitale Lead-Agentur den gesamten architektonischen Aufbau, die Integration und Entwicklung der Business-Plattform im Multi-Cloud-Kontext sowie das Konzept und das Design für das Front-End des Online-Shops, welches mittels React in einem Headless-Approach umgesetzt wurde.

Als ERP-System für das digitale Enterprise Management kommt SAP S/4HANA zum Einsatz, das die Geschäftsprozesse des Unternehmens über die Kernmodule Vertrieb, Logistik, Einkauf, Produktion und



Finanz & Controlling intelligent vernetzt. Beauftragt mit Prozess-Design sowie der Implementierung und der nahtlosen Integration in die beteiligten Subsysteme war 4brands Reply.

admoVa unterstützte Melitta Single Portions bei der Gestaltung der Supply Chain mit Produktion und Distribution und Planung hierfür, den dafür notwendigen Prozessen und ihrer Abbildung in den verschiedenen IT-Systemen sowie in der Co-Projektleitung für das Gesamtprojekt und für die IT-Systemeinführung.

Mit dem Launch des neuen Produktes nimmt Melitta Single Portions eine Vorreiterrolle beim Aufbau einer neuen digitalen Marke ein. „Damit unser Vermarktungskonzept aufgeht, brauchen wir eine gute Digitalstrategie. Dafür haben wir die letzten zwei Jahre erfolgreich gearbeitet und sind nun sehr gespannt auf die weitere Entwicklung“, sagt Holger Feldmann.

Kontakte der Durchführungspartner

 <p>4brands Reply GmbH & Co. KG Experten der Reply Gruppe für Konsumgüter und Enterprise Management</p> <p>4brands@reply.de www.reply.com/4brands-reply/de/</p>	 <p>admoVa Consulting GmbH Value Chain Prozessberatung</p> <p>info@admoVa.com www.admoVa.com/</p>
 <p>elaboratum GmbH NEW COMMERCE CONSULTING ganzheitliche Digitalisierungs-, E-Commerce- und Cross-Channel-Beratung aus einer Hand</p> <p>julia.meissner@elaboratum.de www.elaboratum.de</p>	 <p>nexum AG Beratung und Agentur für digitalen Fullservice</p> <p>presse@nexum.de www.nexum.de</p>

Software

 <p>heidelpay www.heidelpay.com</p>	 <p>salesforce www.salesforce.com</p>	 <p>SAP www.sap.com</p>
---	--	---