

IBM 3C行业电子商务解决方案



项目背景

1. 3C行业电子商务拥有巨大的市场潜力，其产品已经成为网上最畅销的商品，调查结果显示：2008年3C产品网上购物交易额达到了380亿元，占到了所有网上购物金额总数的27%；
2. B2C将成为3C行业电子商务的主要线上销售模式，“以客户为中心”将成为其主要销售理念，主要体现在改变用户体验、增强客户互动、优化业务流程、创建动态界面、实现精准营销等几个方面；
3. 传统3C制造业企业纷纷进军电子商务，对于多渠道的整合和优化是成功的关键；
4. 对于基础架构的要求越来越高，要求构建在代表最先进技术最为稳定和可靠的系统平台上，并能提供可扩展性和灵活性，以满足现在和未来的严格要求；

业务难题

- 如何拓展并建立在线销售渠道，从而构建全新的线上品牌形象；
- 如何推广线上、线下的跨渠道市场营销和促销，从而增加销售收入；
- 如何整合企业后台系统，构建快速、高效、统一的全流程端到端的企业销售平台；
- 如何借助电子商务新平台，对现有线上、线下销售渠道进行整合和升级，对现有销售网络进行流程改造和技术升级，提高销售效率，降低销售成本；

解决方案

方案简介

方案基于SOA面向服务架构的设计理念进行构建，借助IBM WebSphere Commerce产品打造出更加全面和专业化的端到端电子商务解决方案。架构平台分为前端交易和后端支持系统，同时实现了基于流程的业务管理以及系统、流程和信息的共享，为交易的顺利进行提供了可靠的技术保障、资源整合。

方案优势

更加全面和专业化的端到端电子商务解决方案，提供全面的产品、用户、订单、销售、市场营销、促销、支付等子系统的解决方案；

提供专为中国电子商务量身定做的本地化解决方案，提供更多满足中国电子商务需求的功能，更加切合中国电子商务发展特点；

提供功能更加丰富和强大的后台业务管理工具，便于企业运营团队更加灵活高效的开展线上业务；

更加灵活的引用专业化的商业智能分析引擎、搜索引擎、规则引擎、工作流引擎等进行集成，提供更加智能的电子商务；

通过SOA企业服务总线，和企业后端业务系统(ERP, CRM, Distributed Order Management System等)进行实时无缝对接；



方案功能



通过使零售商客户应用这一通用的基于流程的集销售、订单捕获和履行、市场营销和促销功能为一体的电子商务平台,使其可以致力于客户购物体验的提升,向客户提供差异化的品牌服务,从而形成竞争优势扩大市场占有率;

领先的基础平台架构,构建在业界最为强大和稳定的中间件平台之上;

IBM软件

- IBM WebSphere Commerce

架构图示



成功客户

国外某大型消费类电子制造商,主要销售自有品牌的电子产品,2008年的销售收入达十几亿美元。

在此案例中:

- 选用WebSphere Commerce来支撑所有销售业务,包括B2B, B2C, B2E等;
- 增加了对B2C匿名客户的支持;
- 通过“MyStyle”等功能增加个性化体验: ProductStyle, Customized Style, Shopping Style;
- 呼叫中心和官方商城由同一套系统提供,数据、信息共享;
- 整合了合作伙伴和其他渠道;

业务价值

真正的多渠道整合解决方案,提供:

- A、跨渠道的精准营销和销售;
- B、移动电子商务,支持电话客服中心;
- C、统一的跨渠道购物体验,支持线上及线下两种不同的付款方式;
- D、确保对商店定位器以及商品在各商店的库存分布情况更加清晰;
- E、与后端系统有效集成和优化,为交易的顺利进行提供技术保障;

通过此项目:

- 客户满意度得到显著提升;
- 销售收入和注册用户大幅度增加;
- 业务部门可以自主快速推出市场活动,IT部门不再成为瓶颈;
- 通过提供“lifestyle-driven”的体验,增强了“Like No Other”的品牌形象;