



Najważniejsze cechy

- Umożliwia bezproblemowe dokonywanie zakupów za pośrednictwem wszystkich kanałów sprzedaży w tym przy użyciu urządzeń mobilnych.
- Umożliwia zwiększenie współczynnika konwersji oraz wartości koszyka, udostępniając różnorodną, spersonalizowaną i adekwatną do kontekstu informację na każdym etapie dokonywania zakupów.
- Obsługuje wszystkie modele sprzedaży, w tym firma-klient (B2C) i firma-firma (B2B), na jednej platformie.
- Zawiera bogate w możliwości narzędzia dla użytkowników biznesowych do prowadzenia wielokanałowych precyzyjnych kampanii marketingowych, zarządzania promocjami, katalogami, zasobami elektronicznymi.
- Sprzyja zwiększaniu lojalności klientów poprzez integrację z oprogramowaniem portali społecznościowych umożliwiając Klientom dzielenie się z innymi opiniami, recenzjami o oferowanych produktach czy usługach.
- Charakteryzuje się w wysoką wydajnością, skalowalnością, niezawodnością oraz dostępnością dzięki wykorzystaniu do jej budowy, wiodącej technologii firmy IBM.

IBM WebSphere Commerce, wersja 7

Najlepsze na rynku rozwiązanie do handlu elektronicznego, platforma IBM WebSphere Commerce, wspomaga osiągnięcie zaplanowanych celów sprzedażowych przy jednoczesnym obniżeniu kosztów obsługi przez dział IT.

E-biznes nowej generacji?

Wraz z corocznym wzrostem znaczenia sprzedaży on-line Internet wywiera olbrzymi wpływ także na inne kanały sprzedaży. Według badań, informacje znalezione w sieci oddziałują na 20% decyzji zakupowych podejmowanych przez konsumentów. Stale rosnąca liczba zarówno dużych jak i małych firm uważa e-commerce za swój cel strategiczny. Nie jest on jednak ograniczony tylko do chęci budowy sklepu internetowego, ale stanowi integralną część całej strategii biznesowej dotyczącej wszystkich kanałów sprzedaży i komunikacji z kontrahentami.

E-biznes nowej generacji oznacza prowadzenie działalności w sposób pozwalający wykorzystać synergię wynikającą z możliwości, jakie daje zintegrowanie wielu kanałów sprzedaży. Wówczas klienci mogą sami zdecydować jak, gdzie i kiedy jest im wygodnie komunikować się z firmą, i niezależnie od tego czy wybiorą Internet w urządzeniu stacjonarnym lub przenośnym, telefon komórkowy, telecentrum czy też sklep tradycyjny, uzyskają oni zawsze te same, sprofilowane dla nich informacje oraz warunki handlowe.

Rozwiązanie

Oprogramowanie IBM WebSphere Commerce w wersji 7 umożliwia szybkie stworzenie lub rozwój istniejącego rozwiązania integrującego wszystkie kanały sprzedaży za pomocą przystępnych narzędzi i sprawdzonych technologii. Niezależnie od tego do kogo kierowana jest oferta – do firm (B2B) czy też do klientów indywidualnych (B2C) oprogramowanie WebSphere Commerce umożliwia wprowadzenie w życie rozbudowanych strategii marketingowych, natychmiastowe zwiększenie sprzedaży, obniżenie kosztów, poszerzenie zasięgu rynkowego oraz ugruntowanie relacji z klientami

Platforma WebSphere Commerce

Wiele lat doświadczeń IBM na rynku e-commerce zaowocowało stworzeniem wiodącego produktu – dostępnego w sprzedaży od roku 1996. Zaimplementowana jest w nim cała wiedza i doświadczenie, jakie firma zdobyła w projektach B2B i B2C zrealizowanych u setek klientów, reprezentujących odmienne branże i wymagania.



IBM WebSphere® Commerce w wersji 7 to bogata w możliwości zintegrowana platforma do obsługi handlu przez Internet i inne kanały, działająca w wielu różnych środowiskach. Uznawana za najlepsze na rynku rozwiązanie do handlu elektronicznego może obsłużyć dowolny model biznesowy, oferując klientom rozbudowany i zróżnicowany sposób dokonywania zakupów przy użyciu tej samej platformy.

Dzięki wielu użytecznym funkcjom dostępnym praktycznie z „pudełka” oraz łatwym w obsłudze narzędziami dla użytkowników biznesowych platforma IBM WebSphere Commerce stanowi sprawdzone, elastyczne rozwiązanie, które można skalować stosownie do wymagań biznesowych niezależnie od branży, wielkości firmy i jej modelu sprzedaży. Najnowocześniejsze narzędzia tam zawarte ułatwiają tworzenie promocji i kampanii marketingu precyzyjnego oraz zarządzanie nimi, a także efektywne zarządzanie katalogami, asortymentem produktów czy zasobami elektronicznymi.

WebSphere Commerce w wersji 7 to bardziej zaawansowane rozwiązanie do obsługi handlu elektronicznego niż jakiegokolwiek inne dostępne obecnie na rynku. Przy projektowaniu tej platformy kierowano się trzema następującymi priorytetami:

- Klient w centrum uwagi
- Wielokanałowe działanie
- Wiodąca technologia

Klient w centrum uwagi: atrakcyjny sposób dokonywania zakupów

Zarówno konsumenci, jak i klienci biznesowi są coraz bardziej świadomi zalet, jakie wiążą się z wykorzystaniem nowoczesnych metod komunikacji oraz pozyskiwania informacji rynkowych.

Klienci posiadający dostęp do coraz większej liczby źródeł informacji, mogą stać się mniej lojalni wobec marki sklepu, którym ufali w przeszłości. W każdej chwili mogą oni sięgnąć po produkty konkurencyjne, czasami tańsze lub łatwiejsze do kupienia – wystarczy przecież jedno kliknięcie myszką. Stanowi to nowe wyzwanie w zarządzaniu markami, zarówno w sieci, jak i poza nią.

Obecnie, klienci stali się aktywnymi uczestnikami tworzenia tożsamości czy wizerunku marki, korzystając z informacji wymienianej przez innych użytkowników na forach, blogach serwisach branżowych czy sieciach społecznościowych. Jakość informacji tam zawartej może mieć duży wpływ na sposób postrzegania danej marki.

Ponadto wygoda klienta jest dzisiaj najwyższym priorytetem. Nic nie może zakłócać przyjemności robienia zakupów w sposób spójny, dynamiczny, spersonalizowany i niezależnie od tego, gdzie i kiedy klient ma kontakt z daną marką.

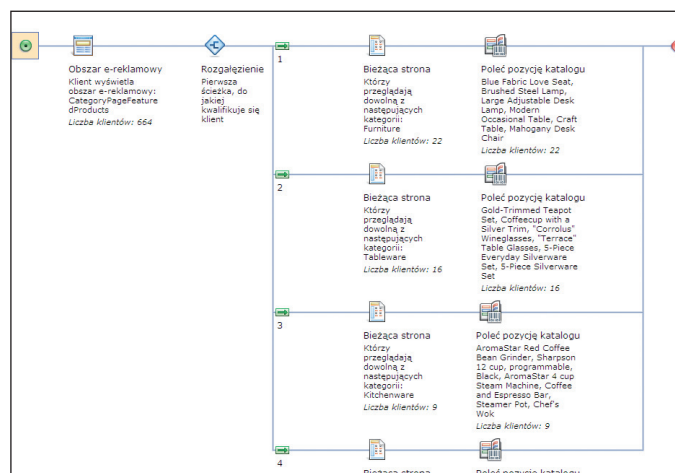


IBM WebSphere Commerce – zintegrowana platforma e-biznesowa

Platforma WebSphere Commerce pozwala na definiowanie rozbudowanego i skierowanego do określonych grup użytkowników sposobu dokonywania zakupów, sprzyjając lansowaniu i wyróżnianiu danej marki oraz serii produktów przy użyciu bogatych możliwości marketingu precyzyjnego, widgetów Web 2.0 zawartych w sklepie startowym oraz szerokiego zakresu funkcji Social Commerce.

Marketing precyzyjny

Przedstawiając oferty i promocje skierowane do określonych grup użytkowników, a nawet do konkretnego użytkownika, platforma WebSphere Commerce umożliwia firmom projektowanie i ulepszanie ścieżki zakupowej, zawartości i informacji



e-reklamowych, które znajdują oddźwięk u docelowych odbiorców i przyczyniają się do wyróżnienia marki spośród konkurencji. Funkcje marketingu precyzyjnego pozwalają na elastyczną, zautomatyzowaną interakcję („dialog”) z konkretnymi klientami na podstawie takich atrybutów, jak preferencje, historia zakupów i sposób ich dokonywania. Za pomocą mechanizmu marketingu precyzyjnego, firmy mogą wykrywać działania użytkowników, takie jak porzucenie koszyka, złożenie zamówienia, aktywność w serwisach społecznościowych, wyszukiwane terminy i odsyłający adres URL, a następnie reagować na nie tworzeniem dostosowanych stron docelowych, spersonalizowanych e-reklam, wysyłaniem wiadomości SMS lub udostępnianiem skierowanych do konkretnego użytkownika ofert typu cross-sell i up-sell.

Funkcje Social Commerce

Dzięki zintegrowanym funkcjom Social Commerce platforma WebSphere Commerce obsługuje nową generację klientów, którzy są aktywnymi uczestnikami sieci społecznościowych. Funkcje Social Commerce ułatwiają sklepom internetowym obsługę opinii i ocen produktów poprzez integrację z takimi dostawcami, jak BazaarVoice™, a także blogów, galerii fotografii i profili społecznościowych poprzez integrację z produktem IBM Lotus® Connections lub Pluck Sitalife®. Te zintegrowane rozwiązania są udostępniane w sposób elastyczny, bez związku z konkretnym dostawcą, umożliwiając szybkie opracowywanie i wdrażanie aplikacji społecznościowych przy użyciu narzędzia IBM WebSphere sMash. Funkcje te ułatwiają prowadzenie interaktywnego dialogu z konsumentami, zwiększając, jakość ich obsługi oraz przywiązanie do marki sklepu.

Sklep startowy Web 2.0

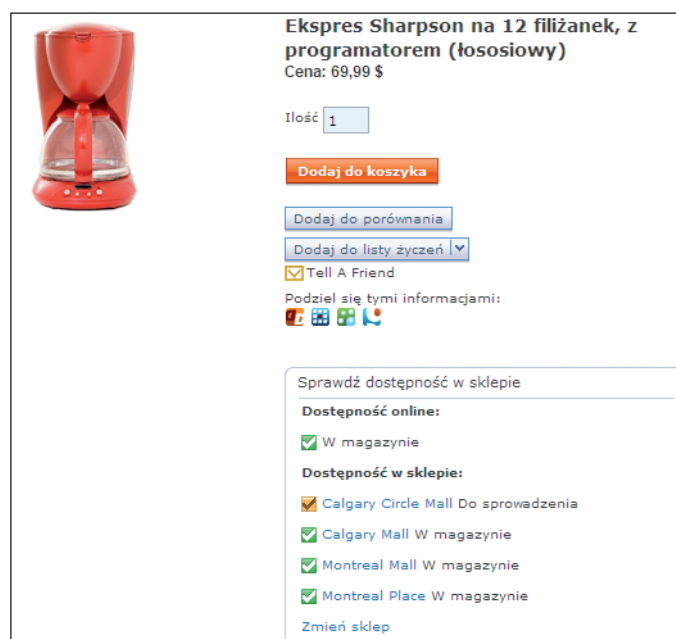
Platforma WebSphere Commerce zawiera sklep startowy w technologii Web 2.0, czyli gotowy do użycia interfejs sklepowy, który można przystosować do własnych wymagań wyglądu czy funkcji. Sklep startowy Web 2.0 zwiększa wydajność działania e-sklepu oraz usprawnia proces obsługi od koszyka do finalizacji zamówienia a dostępne funkcje obniżają koszt dostosowywania

interfejsu sklepowego za pomocą arkuszy stylów CSS oraz budowy zaawansowanych widgetów Web 2.0, jak np. szybkie znajdowanie produktów, informacje o produkcie, minikoszyk, przeciąganie i upuszczanie obiektów strony.

Wielokanałowe działanie: spójny sposób dokonywania zakupów niezależnie od punktu kontaktu z klientem

Konsumenci korzystają obecnie z różnych kanałów, jeśli chcą przeprowadzić rezerwację, obejrzeć, porównać i kupić produkty, oczekując od danej marki zawsze tego samego sposobu i poziomu obsługi niezależnie od kanału, punktu styku i kolejności interakcji.

Platforma WebSphere Commerce zawiera zestaw opartych o Web 2.0 gotowych scenariuszy dokonywania zakupów. Komponenty Web 2.0 umożliwiają na przykład wyświetlanie dostępności towarów w sklepie tradycyjnym, które następnie można zamówić przez Internet i odebrać na miejscu. Platforma została rozbudowana o bogaty zestaw otwartych, zgodnych ze standardami interfejsów, które pozwalają na jej integrację z takimi systemami łańcucha dostaw, jak zarządzanie zasobami przedsiębiorstwa (ERP) i rozproszone zarządzanie zamówieniami (DOM).



Ekspres Sharpson na 12 filiżanek, z programatorem (łososiowy)
Cena: 69,99 \$

Ilość

[Dodaj do koszyka](#)

[Dodaj do porównania](#)

[Dodaj do listy życzeń](#)

Tell A Friend

Podziel się tymi informacjami:

Sprawdź dostępność w sklepie

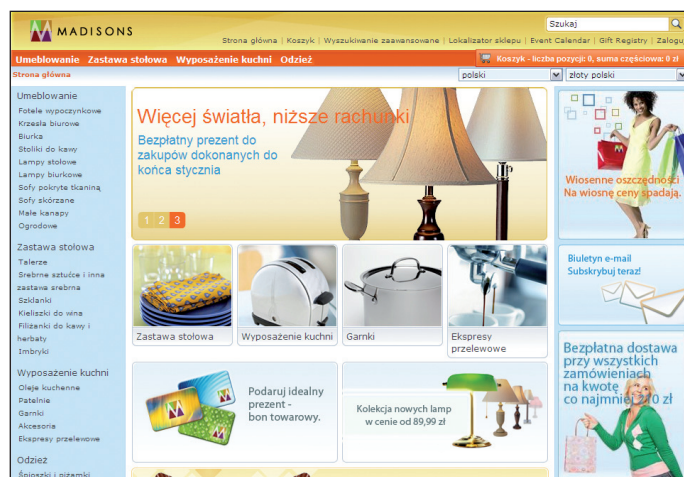
Dostępność online:

- W magazynie

Dostępność w sklepie:

- Calgary Circle Mall Do sprowadzenia
- Calgary Mall W magazynie
- Montreal Mall W magazynie
- Montreal Place W magazynie

[Zmień sklep](#)



MADISON'S

Strona główna | Koszyk | Wyszukiwanie zaawansowane | Lokalizator sklepu | Event Calendar | QR Registry | Zaloguj

Umeblowanie Zastawa stołowa Wyposażenie kuchni Odzież

Strona główna polski złoty polski

Umeblowanie

- Fotele wypoczynkowe
- Kresla biurowe
- Biurka
- Stoliki do kawy
- Lampy stołowe
- Lampy biurkowe
- Sofy polokele tkanina
- Sofy skórzane
- Małe kanapy
- Ogrodowe

Zastawa stołowa

- Talercze
- Srebrne sztućce i inne zastawy srebrna
- Szklanki
- Kieliszki do wina
- Filiżanki do kawy i herbaty
- Imbiolki

Wyposażenie kuchni

- Patełnie
- Garnki
- Akcesoria
- Ekspresy przelewowo

Odzież

- Śpioszki i piżamki

Więcej światła, niższe rachunki

Bezpłatny prezent do zakupów dokonanych do końca stycznia

1 2 3

Zastawa stołowa Wyposażenie kuchni Garnki Ekspresy przelewowo

Podaruj idealny prezent - bon towarowy.

Kolekcja nowych lamp w cenie od 89,99 zł

Wiosenne oszczędności Na wiosnę ceny spadają.

Buletyn e-mail Subskrybuj teraz!

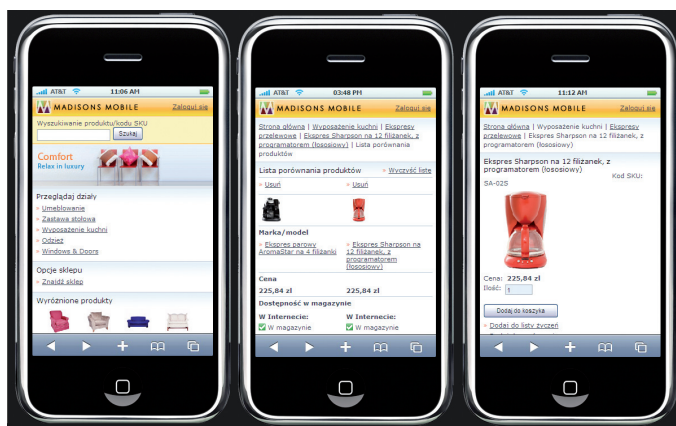
Bezpłatna dostawa przy wszystkich zamówieniach na kwotę co najmniej 200 zł

Wielokanałowy marketing precyzyjny

Wielokanałowy marketing precyzyjny pozwala sklepom rozpoznawać zdarzenia występujące w różnych kanałach i reagować na nie w sposób kontrolowany we wstępnie zdefiniowanym czasie. W ten sposób firmy mogą nawiązywać i prowadzić dialog interaktywny z indywidualnymi klientami, dostarczając im kontekstowe, skierowane do nich informacje marketingowe, w taki sposób, aby zachować jednolity wizerunek marki, przechodząc z kanału do kanału.

Funkcje Mobile Commerce

Coraz większa popularność urządzeń i rozwiązań przenośnych sprawiła, że platforma WebSphere Commerce w wersji 7.0 obsługuje smartfony, jako nowe punkty kontaktu z klientami. Można za ich pomocą przeglądać ofertę sklepu internetowego, porównywać produkty, otrzymywać informacje marketingowe, kody promocyjne oraz informacje o lokalizacji sklepów i dostępności produktów, a także realizować transakcje. Model sklepu startowego obsługującego urządzenia przenośne stanowi gotowe rozwiązanie pozwalające firmom na szybkie rozszerzenie działalności o nowy kanał, a także bezproblemowe korzystanie z mechanizmu wielokanałowego marketingu precyzyjnego poprzez ten nowy punkt kontaktu.



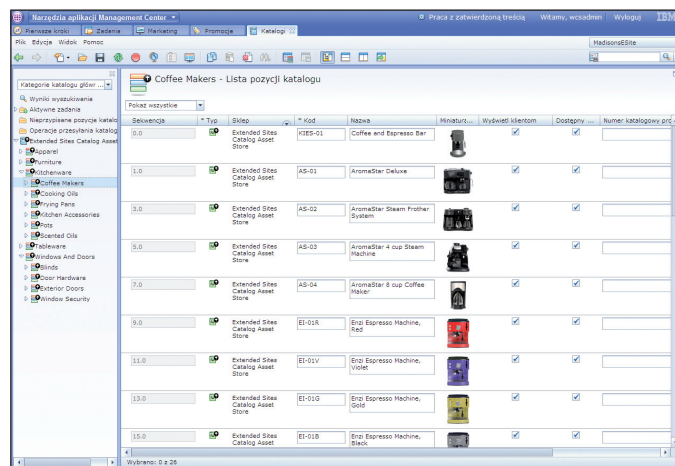
Wiodąca technologia: Elastyczność rozwiązania i łatwość rozbudowy

Im więcej klientów zawiera transakcje przez Internet i korzysta z różnych kanałów sprzedaży, tym większego znaczenia nabiera wydajność i dostępność serwisu. Serwisy powolne i mało elastyczne będą powodowały narastające niezadowolenie klientów i ich odejście do innych sklepów internetowych.

Podstawą platformy WebSphere Commerce jest m.in., wiodący w branży serwer aplikacyjny IBM WebSphere Application Server oraz motor relacyjnej bazy danych IBM DB2, na którym oparte są najbardziej wymagające światowe aplikacje e-biznesowe. Platforma może obsłużyć dużą ilość transakcji, zapewniając niezawodność i wysoką dostępność, a także integrację z aplikacjami i systemami przy użyciu standardowych interfejsów zgodnych z koncepcją Service Oriented Architecture (SOA).

Ponadto platforma WebSphere Commerce oferuje m.in. następujące funkcje:

- **IBM Management Center for WebSphere Commerce** – konsola dla użytkownika biznesowego poszerzona o funkcjonalność tworzenia i prowadzenia interaktywnego dialogu marketingowego z klientami. Ponadto narzędzie to umożliwia dynamiczne zarządzanie segmentami klientów, a także zarządzanie zawartością informacji w e-reklamach sklepu czy katalogiem wyprzedażowym. Ulepszony został także interfejs użytkownika modułu promocji. Dodano do niego promocje oparte m.in. na atrybutach katalogu, formie płatności czy wyborze bezpłatnego upominku.



- **Sklep startowy Web 2.0 firma-firma (B2B)** – Sklep startowy Web 2.0 firma-firma (B2B) to, gotowy do użycia interfejs sklepowy, który w zależności od specyfiki prowadzonego biznesu można przystosować do własnych wymagań wyglądu czy funkcji, oraz dzięki któremu firmy prowadzące sprzedaż tego typu mogą oferować podobny sposób dokonywania zakupów, jak w sklepach dla klientów indywidualnych.
- **Narzędzia do ładowania danych** – nowe narzędzia do ładowania danych umożliwiają efektywne ładowanie katalogów, cenników i informacji o zasobach do bazy danych platformy WebSphere Commerce.

- **Integracja z serwisami analitycznymi** – gotowe komponenty do integracji z zewnętrznymi internetowymi serwisami analitycznymi, jak np. Coremetrics.
- **Oprogramowanie platformy** – zawiera zaktualizowane oprogramowanie IBM WebSphere Application Server i IBM DB2®.

W zależności od celów, które firma chce osiągnąć, istnieje możliwość wyboru spośród trzech dostępnych edycji WebSphere Commerce

- **IBM WebSphere Commerce Enterprise**, dostarcza elastyczną i wydajną platformę do budowy dużych rozwiązań B2B i zaawansowanych sklepów B2C. Pozwala na utworzenie wielu sklepów i witryn w trybie Extended Sites, obsługę skomplikowanych modeli współpracy biznesowej oraz rozbudowanych kontraktów handlowych czy negocjacji. Stanowi interaktywną kompleksową platformę sprzedaży usprawniającą procesy realizowane za pośrednictwem wielu kanałów sprzedaży i punktów kontaktu z klientem. W pełni wykorzystuje wielokanałowe komponenty marketingu precyzyjnego i personalizacji zarówno w modelu B2C jak i w B2B.
- **IBM WebSphere Commerce Professional**
Rozbudowane i wydajne środowisko sprzedaży on-line, które pozwala zaoferować spersonalizowaną obsługę dla modelu B2C pomiędzy różnymi kanałami sprzedaży. Infrastruktura rozwiązania pozwala na obsłużenie i zintegrowanie wielu kanałów sprzedaży i komunikacji z klientami tj. sklepu internetowego, web-kiosków, punktów sprzedaży (POS), telecentrum, urządzeń przenośnych. Dzięki użyciu wielokanałowego marketingu precyzyjnego, konfigurowalnych procesów biznesowych, testowania A/B i wielowariantowego, optymalizacji mechanizmu wyszukiwania i personalizacji firmy mają możliwość mogły lepiej przyciągać swoich klientów, motywować ich, zawierać z nimi transakcje i rozumieć ich potrzeby zakupowe.
- **IBM WebSphere Commerce – Express**
Zapewnia podstawowe funkcje z zakresu „e-commerce” rozwijającym się firmom, które chcą stworzyć lub rozbudować posiadane rozwiązanie do handlu elektronicznego, minimalizując wielkość inwestycji oraz zapewniając sobie wykorzystanie solidnej platformy, która w przyszłości pozwoli zrealizować bardziej zaawansowane funkcje.

Dodatkowe informacje

Więcej informacji o tym, jak platforma IBM WebSphere Commerce może ułatwić opracowanie i realizację strategii handlu elektronicznego, udzielają przedstawiciele IBM i Partnerzy Handlowi IBM. ibm.com/software/commerce



© Copyright IBM Corporation 2010

IBM Polska Sp. z o.o.
ul. 1 Sierpnia 8
02-134 Warszawa
tel. (+ 48 22) 878 67 77
faks (+ 48 22) 878 68 88

Wszelkie prawa zastrzeżone.
Wyprodukowano w Polsce.

IBM, logo IBM, ibm.com, AIX, DB2, POWER, System z, Tivoli oraz WebSphere są znakami towarowymi lub zastrzeżonymi znakami towarowymi International Business Machines Corporation w Stanach Zjednoczonych i/lub w innych krajach. Jeśli powyższe nazwy oraz inne nazwy znaków towarowych IBM oznaczone zostały przy ich pierwszym wystąpieniu w tym tekście symbolem znaku towarowego (® lub TM), oznacza to, że w chwili opublikowania tej informacji znaki te były zarejestrowane w Stanach Zjednoczonych przez IBM lub były własnością IBM na mocy powszechnie obowiązującego prawa. Takie znaki towarowe mogą być również zarejestrowane w innych krajach lub podlegać warunkom powszechnie obowiązującego tam prawa. Aktualna lista znaków towarowych IBM dostępna jest w serwisie WWW IBM, w sekcji „Copyright and trademark information” (Informacje o prawach autorskich i znakach towarowych), pod adresem ibm.com/legal/copytrade.shtml

Intel, logo Intel, Intel Inside, logo Intel Inside, Intel Centrino, logo Intel Centrino, Celeron, Intel Xeon, Intel SpeedStep, Itanium, oraz Pentium są znakami towarowymi lub zastrzeżonymi znakami towarowymi Intel Corporation przedsiębiorstw podporządkowanych Intel Corporation w Stanach Zjednoczonych i/lub w innych krajach.

Linux jest zastrzeżonym znakiem towarowym Linusa Torvaldsa w Stanach Zjednoczonych i/lub w innych krajach.

Microsoft, Windows, Windows NT oraz logo Windows są znakami towarowymi Microsoft Corporation w Stanach Zjednoczonych i/lub w innych krajach.

Java oraz wszystkie znaki towarowe i logo dotyczące języka Java są znakami towarowymi Sun Microsystems, Inc. w Stanach Zjednoczonych i/lub w innych krajach.

Nazwy innych przedsiębiorstw, produktów lub usług mogą być znakami towarowymi lub znakami usług innych podmiotów.