

Die RAJA-Gruppe wählt Intershop als E-Commerce-Lösung für RajaSm@rt

- **Neue Multi-Channel-Vertriebsplattform, die den Verkauf über Katalog, Internet, Telefon und örtliche Außendienstmitarbeiter unterstützt**

Paris, Frankreich, 27. März 2012 – Die RAJA-Gruppe hat [Intershop Communications](#), einen führenden Anbieter von E-Commerce-Software und -Dienstleistungen, mit der Bereitstellung einer umfassenden E-Commerce-Lösung für seine RajaSm@rt-Website beauftragt.

Die RAJA-Gruppe, ein französisches Unternehmen mit großer internationaler Präsenz, verfügt über 17 Niederlassungen in 14 Ländern. Als Europas führender Distributor von Verpackungslösungen beliefert die RAJA-Gruppe über 500.000 Kunden in allen Wirtschaftssektoren, die von großen internationalen Konzernen über kleine und mittelständische Firmen bis hin zu Kleinbetrieben und Start-Ups reichen.

Um ihren Kunden einen sofortigen Online-Zugriff auf ihr umfangreiches Sortiment von 10.000 Produkten zu ermöglichen, hat die RAJA-Gruppe eine Website eingerichtet, *RajaSm@rt*. Im Rahmen der Ausschreibung entschied man sich für Intershop, da man Raja eine ideale Plattform zur Erfüllung der Anforderungen des Unternehmens bot. Der französische Partner von Intershop, DataSolution, kümmerte sich um die gesamte Vorverkaufsphase und implementierte die Plattform innerhalb eines äußerst kurzen Zeitraums von fünf Monaten. DataSolution hatte bereits im Jahr 2010 eine SaaS-Lösung auf der Basis der Infinity Suite von Intershop für ein E-Procurement-Projekt bereitgestellt.

RajaSm@rt ist ein interaktiver, sicherer Web-Shop, der es Kunden ermöglicht, an sieben Tagen in der Woche rund um die Uhr Produkte in einem Online-Katalog zu kaufen. Die RAJA-Gruppe agiert mittlerweile über vier weitere Vertriebskanäle, u. a. Katalog, Internet, Telefon und örtliche Außendienstmitarbeiter. Dies stellt einen stetigen Kontakt zum Kunden und eine schnelle Reaktionsfähigkeit sicher.

Nathalie Chapusot, Marketing und E-Business Group Director von RAJA, erklärte dazu: „Bei der Entwicklung der *RajaSm@rt*-Website war eine Multi-Channel-Lösung äußerst wichtig. Sie musste eine Website umfassen, die einen schnellen Zugriff, deutliche und umfangreiche Produktinformationen sowie erweiterte Funktionen zur Unterstützung der Kunden bei der

Produktauswahl bietet. Dank der Lösung von Intershop können unsere Kunden einfach durch den gesamten Katalog von 10.000 Produkten blättern oder die erweiterten Suchfunktionen zur Auswahl von Produkten nutzen. Dies ermöglicht es uns, das Kundenerlebnis ständig zu verbessern.“

Birame Gueye, Sales Director Frankreich bei Intershop, kommentierte: „Unsere Stärke liegt darin, dass wir unseren Kunden nicht nur eine E-Commerce-Plattform bereitstellen, sondern dass diese auf mehreren Vertriebskanälen implementiert werden kann und so das Geschäftsmodell und die Ziele des Unternehmens unterstützt. Mit RajaSm@rt haben wir eine robuste Lösung geliefert, die in der Lage ist, die große Anzahl von Produkten zu handhaben. Gleichzeitig können die Kunden die Website einfach navigieren und nutzen, was zur Erhöhung der Akzeptanz beiträgt.“

Jean Claude Nogues, CEO von DataSolution, erläuterte: „Intershop bietet umfangreiche, erweiterte Suchfunktionen und eine nahtlose Integration in Backend-Systeme. Außerdem ist es eine wirklich globale, mehrsprachige Multi-Channel-Lösung mit mehreren Währungen, so dass es die perfekte Lösung für RAJA ist. Darüber hinaus haben wir die erweiterte Suchengine FACT-Finder mit einem speziellen Add-On namens BoxSelector implementiert. Dies ermöglicht eine multidimensionale Suche nach den meistverkauften Produkten von RAJA, eine auf dem Markt einmalige Funktion.“

Mit 17 Niederlassungen in 14 Ländern, u. a. in Deutschland, Frankreich, Österreich, den Benelux-Ländern, der Tschechischen Republik, Dänemark, Italien, Norwegen, Polen, der Schweiz, Spanien und Großbritannien, bringt die RAJA-Gruppe jedes Jahr 15 Millionen Kataloge in Umlauf. 25 % aller Aufträge gehen über die Website ein.

DataSolution wird die RAJA-Gruppe 2012 bei der Einführung der E-Commerce-Lösung von Intershop in 14 Ländern, u. a. in Deutschland, Italien, Großbritannien und der Schweiz, unterstützen.

Über DataSolution

Das 2003 gegründete Unternehmen DataSolution begann 2004, mit Intershop zusammenzuarbeiten. Inzwischen verfügt es über sieben Jahre Erfahrung mit der Implementierung und Anpassung von Anwendungen für Enfinity Suite, einschließlich Best-Practices. Im Jahr 2008 hat DataSolution die leistungsstärkste E-Commerce-as-a-Service-(EaaS)-Lösung auf dem französischen Markt eingeführt, die auf der Enfinity basiert: SHOPWEB. Diese Lösung, die sich an kleine, mittlere und große Unternehmen richtet, ermöglicht es diesen Unternehmen, gegen eine Gebühr auf Einstiegsebene von den leistungsstarken umfassenden E-Commerce-Funktionen von Enfinity zu profitieren. DataSolution ist auf sechs Geschäftsfeldern tätig: E-Business, BI/ETL/DW, PIM, CRM, Anwendungsüberwachung und Webportal.

Über Intershop

Intershop Communications AG (gegründet 1992; Prime Standard: ISH2) ist ein führender Anbieter innovativer und umfassender E-Commerce-Lösungen. Das Unternehmen bietet leistungsstarke Standardsoftware für den Vertrieb über das Internet sowie alle zugehörigen Dienstleistungen an.

Umfassende Online-Marketing-Services liefert die Intershop-Tochter SoQuero. Darüber hinaus übernimmt Intershop im Auftrag seiner Kunden die gesamte Prozesskette des Online-Handels einschließlich Fulfillment. Mit der Transaktionsplattform der 100-prozentigen Tochter TheBakery profitieren Geschäftspartner darüber hinaus von einem übergreifenden Bestell-, Lieferanten-, Produkt- und Vertriebskanal-Management.

Weltweit setzen über 500 große und mittelständische Unternehmen und Organisationen auf Intershop. Zu ihnen zählen u. a. HP, BMW, Bosch, Otto, Deutsche Telekom und Mexx. Intershop hat seinen Sitz in Deutschland (Jena) und unterhält Niederlassungen in den USA, Europa und Australien. Weitere Informationen über Intershop erhalten Sie im Internet unter www.intershop.de.

Diese Mitteilung enthält Aussagen über zukünftige Ereignisse bzw. die zukünftige finanzielle und operative Entwicklung von Intershop. Die tatsächlichen Ereignisse und Ergebnisse können von den in diesen zukunftsbezogenen Aussagen dargestellten bzw. von den nach diesen Aussagen zu erwartenden Ergebnissen signifikant abweichen. Risiken und Unsicherheiten, die zu diesen Abweichungen führen können, umfassen unter anderem die begrenzte Dauer der bisherigen Geschäftstätigkeit von Intershop, die geringe Vorhersehbarkeit von Umsätzen und Kosten sowie die möglichen Schwankungen von Umsätzen und Betriebsergebnissen, die erhebliche Abhängigkeit von einzelnen großen Kundenaufträgen, Kundentrends, den Grad des Wettbewerbs, saisonale Schwankungen, Risiken aus elektronischer Sicherheit, mögliche staatliche Regulierung, die allgemeine Wirtschaftslage und die Unsicherheit bezüglich der Freistellung gegenwärtig verfügbungsbeschränkter liquider Mittel.

Intershop Pressekontakt:

Heide Rausch

Tel: +49.3641.50-1000, pr@intershop.de, www.intershop.de/news