

BMW Group Sites – modernste Technik für Top Usability

100 Prozent Kundenzentrierung für ein 1a-Marken- und Einkaufserlebnis auf allen BMW Group Sites: Das erfordert modernste Technik. NTT DATA punktet hier mit hoher Technologie- und Methodenkompetenz (DevOps) sowie mit jahrzehntelangem Branchen-Know-how.

DIGITAL SUCCESS STORY / BMW GROUP SITES

Das Ziel: Alles für ein erstklassiges Kundenerlebnis

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad ein international tätiger Konzern – entsprechend riesig ist der Online-Auftritt des Premium-OEMs: Die zahlreichen BMW Group Sites gilt es ständig in Richtung Usability anzupassen – für noch mehr Kundenfreundlichkeit und ein einzigartiges Einkaufserlebnis, das Kunden möglichst ein Leben lang an „ihre“ Marke bindet. Dafür erforderlich: schnell auffindbare Informationen und einfach bestellbare Produkte. Gefragt war somit ein Dienstleister, der in der Automotive-Welt zuhause ist, über die nötigen Adobe CMS Skills verfügt und über die entsprechende Methodenkompetenz: fundiertes DevOps Know-how. Die Wahl fiel auf NTT DATA, den langjährigen Partner der BMW Motorrad Sites.

Florian Kraemer

Client Partner Automotive
Senior Managing Consultant
bei NTT DATA

» Online-Portale ständig auf sich ändernde Kundenanforderungen anpassen – diesen Marathon laufen wir schon lange erfolgreich gemeinsam mit der BMW Group. Wir freuen uns auf die nächste DevOps-Etappe.«

Die Lösung: Mit DevOps gemeinsam zum Erfolg

Auf Basis des Enterprise Content Management Systems „Adobe Experience Manager“ (AEM) setzt NTT DATA als Global Adobe Gold Partner die Optimierung zahlreicher BMW Group Sites fort – im Frontend und Backend (Full Stack). Dabei beflügelt der Einsatz von DevOps die Zusammenarbeit aller Projektbeteiligten. Darüber hinaus bringen die DevOps-Methoden Continuous Integration/Continuous Delivery (CI/CD) ein spürbares Plus an Effizienz in der Anwendungsentwicklung sowie beim Testing. Dank Automatisierung wird die Komplexität deutlich reduziert. Die Harmonisierung der Komponentenarchitektur, die Verbesserung von Performance und Code-Qualität sowie der sukzessive Ausbau verschiedener BMW Group Sites zu Sales-Portalen erfolgen somit wesentlich effizienter und schneller.

Patrick Holzmann
Senior Managing Consultant
bei NTT DATA

»Über BMW Motorrad hinaus erstellen wir jetzt auch BMW Group Websites auf Basis des CMS von Adobe. Mit Cloud und DevOps schaffen wir das technische Fundament für das weitere Wachstum der Sales-Plattformen.«

State of the Art Sites für einzigartiges Markenerlebnis

Ein großer Vorteil von DevOps ist die Möglichkeit einer kosteneffizienten Automatisierung. Der Einsatz modernster Website-Technik führt jedoch vor allem zu einer deutlich verbesserten Usability: Die Internetauftritte sind so anwenderfreundlich und individuell (personalisierte Customer-Portale), dass die jeweilige Website maximalen Informations- und Nutzwert bietet. Intuitive Anwenderführung und hohe Performance schaffen ein durchweg positives Besuchs- und bald auch Käuferlebnis, was wiederum die Bindung an die Marke stärkt. Fazit: Mit seiner gebündelten Adobe- und DevOps-Kompetenz schafft NTT DATA die Basis für die erfolgreiche Optimierung der verschiedenen Internetauftritte. Das Ergebnis ist eine Top Usability für die jeweiligen Website-Besucher.

Kontakt:

Florian Kraemer
Client Partner Automotive
Senior Managing Consultant
florian.kraemer@nttdata.com
+49 (89) 9936-3960

Über NTT DATA

NTT DATA – ein Teil der NTT Group – ist Trusted Global Innovator von Business- und IT-Lösungen mit Hauptsitz in Tokio. Wir unterstützen unsere Kunden bei ihrer Transformation durch Consulting, Branchenlösungen, Business Process Services, IT-Modernisierung und Managed Services. Mit NTT DATA können Kunden und die Gesellschaft im Allgemeinen selbstbewusst in die digitale Zukunft gehen. Wir setzen uns für den langfristigen Erfolg unserer Kunden ein und kombinieren globale Präsenz mit lokaler Kundenbetreuung in über 50 Ländern.

Weitere Informationen finden Sie auf de.nttdata.com