Antiloop

WHITEPAPER

DIGITALER UMSTIEG BEI BLUM NEUSEELAND: WIE EIN ONLINE-SHOP DAS PRINTED PRICEBOOK ABGELÖST HAT

www.antiloop.com

Einblicke in die erfolgreiche Migration von über 1.400 Bestandskunden auf die neue digitale Bestellplattform – maßgeschneidert für die Marktanforderungen in Neuseeland

Case Study: Blum Neuseeland – Digitale Plattform für Direktvertriebsmärkte

Die Julius Blum GmbH – internationaler Spezialist für Möbelbeschläge – setzt neue Maßstäbe: In Neuseeland wurde das jahrzehntelang genutzte Printed Pricebook vollständig durch eine digitale Bestellplattform ersetzt. Damit schlägt Blum Neuseeland ein neues Kapitel auf – und übernimmt eine Vorreiterrolle in den Märkten, in denen Blum Direktvertrieb betreibt (Neuseeland, Singapur und Südafrika).

Wichtig dabei: Das Projekt wurde in enger Zusammenarbeit zwischen Blum Österreich (Headquarter) und Blum Neuseeland realisiert – mit Unterstützung von Antiloop. Die Umsetzung vereinte globale Strategie mit lokalem Marktverständnis und starker technischer Begleitung.

Ziel war es, nicht nur Inhalte zu digitalisieren, sondern eine Plattform zu schaffen, die

- den Bestellprozess vereinfacht,
- Komfort und Produktauswahl deutlich verbessert,
- operative Effizienz steigert
- und den Vertrieb aktiv unterstützt.

Die Plattform bringt moderne B2C-Erwartungen in den B2B-Kontext – und überzeugt durch Nutzerfreundlichkeit und intuitive Produktauswahl.

Der Rollout: Strukturiert, begleitet, erfolgreich

Von **Jänner bis Februar 2025** erfolgte die Umstellung in drei Tranchen. Bestandskunden aus unterschiedlichen Regionen Neuseelands erhielten bereits vorab Zugang zur neuen Plattform. Der Vertrieb spielte eine zentrale Rolle als Impulsgeber und Wegbereiter der Transformation.

- **Frühzeitiger Zugang für Kunden ab Jänner 2025**
- **Begleitung durch lokale Vertriebs-Teams**
- **Direktes User-Feedback führte zu sofortiger Weiterentwicklung**

ERSTE ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

- **517 Unternehmen** kaufen bereits regelmäßig über den neuen Online-Shop
- **332 User** registrierten sich freiwillig und ohne Incentives seit Februar
- Rund **50 %** der regelmäßig bestellenden Kunden wechselten innerhalb von zwei Monaten
- Im März 2025 wurden bereits **58 % des Umsatzes** über die neue Plattform abgewickelt

Erfolgsfaktoren für hohe Akzeptanz

✓ VERTRIEB ALS ENABLER

Die lokale Vertriebsorganisation in Neuseeland war maßgeblich beteiligt – durch persönliche Beratung, gezielte Schulung und technische Begleitung.

✓ SCHNELLIGKEIT & FLEXIBILITÄT

Das Antiloop-Team reagierte in kürzester Zeit auf neue Marktanforderungen – mit hoher Agilität und Anpassungsfähigkeit. Neue Features wurden gemeinsam mit Blum Neuseeland abgestimmt, vor Ort getestet und gezielt ausgerollt.

✓ KUNDENZENTRIERTE WEITERENTWICKLUNG

Frühe User-Testings und kontinuierliches Feedback führten zu maßgeschneiderten Lösungen für die lokalen Marktanforderungen – von Sprache bis Workflow.

Ausblick: Märkte mit eigener Vertriebsstruktur

Was in Neuseeland erfolgreich gestartet ist, zeigt Potenzial für weitere Märkte, in denen Blum direkt mit Kunden zusammenarbeitet (z. B. Singapur und Südafrika). Die digitale Bestellplattform ist Teil einer globalen Strategie und wird dort schrittweise adaptiert, wo die Rahmenbedingungen passen. In Handelsmärkten werden weiterhin Konfiguratoren zur Verfügung gestellt, um Kunden bei der Produktauswahl zu unterstützen – der Kaufabschluss findet anschließend nach digitaler Übertragung beim lokalen Beschlagfachhandel statt.

LESSONS LEARNED

✓ **Internationale Projekte brauchen smarte Supportkonzepte**
Flexible Deployment-Strategien halfen, unterschiedliche Anforderungen und Zeitverschiebungen zu meistern.

✓ **Kunden digital mitzunehmen braucht Empathie & Dialog**
Persönliche Begleitung und kontinuierliche Kommunikation waren zentrale Erfolgsfaktoren.

✓ **Technologie braucht Organisation**
Prozesse, Menschen und Systeme müssen harmonieren, damit die Plattform ihren Mehrwert entfalten kann.

Nächste Schritte:

- Gezielte Erweiterung auf bestehender Märkte mit direkter Kundenanbindung
- Nutzung von Synergien und Wiederverwendung von Komponenten
- Kurze Rollout-Zeiten dank erprobter Prozesse
- Berücksichtigung regionaler Besonderheiten – koordiniert mit der Blum Group

Fazit: Komfort, Kontrolle und Kundenfokus – in einem System

Blum Neuseeland zeigt eindrucksvoll, wie durch gezielte Digitalisierung echte Kundenerlebnisse geschaffen werden können – im Schulterschluss mit Blum Österreich. Die neue Plattform überzeugt durch hohe Usability, effiziente Workflows und einen smarten Vertriebsansatz.

Der Schritt von Print zu Digital bedeutet nicht nur eine technische Umstellung – sondern eine echte Transformation in der Kundenbeziehung.

JETZT MEHR ERFAHREN?

Vereinbaren Sie ein unverbindliches Gespräch oder besuchen Sie unsere Website, um individuelle Plattformlösungen für Ihr Unternehmen zu entdecken.