

*e-commerce. now plug & play.*



**ePages 5**  
White Paper



**ePages 5**  
White Paper



Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen entsprechen dem derzeitigen Standpunkt der ePages Software GmbH in bezug auf die behandelten Themen zum Datum der Veröffentlichung.

Da die ePages Software GmbH auf sich ändernde Marktbedingungen reagieren muss, darf dieses Dokument nicht als verbindlich angesehen werden.

ePages übernimmt keine Garantie für die Richtigkeit der dargestellten Informationen nach dem Datum der Veröffentlichung.

Dieses White Paper dient ausschließlich Informationszwecken. ePages SICHERT MIT DIESEM DOKUMENT WEDER EXPLIZIT NOCH IMPLIZIT PRODUKTEIGENSCHAFTEN ZU.

Alle hier genannten Warenzeichen sind Eigentum der jeweiligen Unternehmen.

Copyright ©2005 ePages Software GmbH

Alle Rechte vorbehalten.

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Hosting-Shops für den Mittelstand .....</b>	<b>7</b>
<b>2. Zielgruppen und Geschäftsmodelle .....</b>	<b>8</b>
2.1 Telekommunikationsunternehmen, Internet Service Provider, Solution Hosting Provider.....	8
2.2 Händler.....	9
2.3 EDV-Systemhäuser und Webagenturen .....	10
<b>3. Herausragende Produktmerkmale .....</b>	<b>11</b>
3.1 Plattform effizient und sicher verwalten .....	11
3.2 Provider legen Shoptypen flexibel fest .....	11
3.3 Mehrere Sprachen und Währungen für den internationalen Markt.....	11
3.4 Shop online erstellen und pflegen .....	11
3.5 Benutzerfreundliche Konfiguration und effiziente Datenpflege .....	12
3.6 Transparenter Bestellprozess für positives Käuferlebnis .....	12
3.7 Design ohne HTML-Kenntnisse.....	13
3.8 Über Standardschnittstellen integrieren und erweitern .....	13
3.9 ePages 5 unterstützt Marketing und Vertrieb .....	13
3.10 Kunden und Kundengruppen verwalten.....	14
<b>4. ePages 5 im Einsatz .....</b>	<b>15</b>
4.1 So nutzen Internet Service Provider ePages 5.....	15
4.2 So administriert ein Händler seinen Shop – Das Back Office .....	15
4.3 So kaufen Kunden ein – Die Storefront .....	19
<b>5. Technologie und Funktionsweise .....</b>	<b>20</b>
5.1 Architektur.....	20
5.2 Sicherheit .....	20
5.3 Leistung steigern durch Skalierung und Seiten-Cache .....	21
5.4 Erweitern und integrieren über Cartridges und Web Services .....	21
<b>6. Bestandteile und Systemanforderungen .....</b>	<b>22</b>

## 1. Hosting-Shops für den Mittelstand

Viele mittelständische Unternehmen haben in der Anfangszeit des Online-Handels schmerzhaft Erfahrungen gemacht. Es gab kaum etablierte Standards, und so entwickelten viele Firmen eigene Lösungen. Mit steigenden Ansprüchen an E-Commerce-Anwendungen stellten sich in den letzten Jahren vor allem zwei Dinge heraus: Eigenentwicklungen sind häufig fehlerbehaftet und verlangen zudem einen hohen Wartungsaufwand. Standardprodukte setzen sich deshalb mehr und mehr durch. Die Vorteile liegen klar auf der Hand: Neben einer schnellen Implementierung und überschaubaren Gesamtkosten, profitiert der Shopbesitzer ständig von der neuesten Technologie und kann standardisierte Funktionserweiterungen für seinen Shop nutzen.

Ein weiterer Trend der letzten Jahre: Unternehmen scheuen die Anfangsinvestition in Hardware und Lizenzen. Gesamtpakete auf Mietbasis sind gefragt. Service Provider, die gebündelt Shop-Systeme in verschiedenen Leistungsklassen, Hardware und die technische Infrastruktur vermieten, haben einen klaren Wettbewerbsvorteil.

### ePages 5 teilt sich in zwei Produktlinien:

- ▶ ePages 5 Hosting für den Einsatz auf Hosting-Plattformen. Internet Service Provider können eine Plattform mit beliebig vielen Online-Shops betreiben. Dabei ist die Software so konzipiert, dass Hosting Provider den technischen Betrieb übernehmen, während Händler ihren Shop bequem über einen herkömmlichen Browser administrieren.
- ▶ ePages 5 Merchant für komplexe Shops, die in andere Unternehmensanwendungen integriert werden. EDV-Systemhäuser und Webagenturen passen einzelne ePages-Shops an spezielle Belange ihrer Kunden an und integrieren sie in deren bestehende Anwendungen. Um eine kompetente Betreuung sicherzustellen, arbeitet ePages mit erfahrenen Partnern zusammen. ePages 5 Merchant gibt es in vier Leistungsklassen: Merchant Starter, Merchant Pro, Merchant Enterprise und Merchant Corporate. Die Versionen unterscheiden sich im Funktionsumfang und sind alle hostingfähig. Ein Merchant-Shop wird entweder zusammen mit anderen Shops in einer gemeinsam genutzten Serverumgebung oder auf einem dedizierten Server betrieben.

Beide ePages-Produktlinien basieren auf der gleichen Plattform. Die Anwendung ist modular aufgebaut und kann daher problemlos an steigende Anforderungen angepasst werden, sowohl was den Funktionsumfang angeht, als auch in Bezug auf die technische Leistungsfähigkeit. Internet Service Provider begleiten so ihre Kunden im Wachstum: Vom Einsteiger-Shop bis zur hochintegrierten Unternehmenslösung.

### Dieses White Paper beschreibt:

- ▶ Zielgruppen
- ▶ Herausragende Produktmerkmale
- ▶ Funktionsweise
- ▶ Technologie und Architektur
- ▶ Bestandteile und Systemanforderungen

☛ Für detaillierte Informationen über die ePages-Technologie lesen Sie bitte auch unser *Technical White Paper*. Dort finden Sie auch Hinweise zu Hardwareanforderungen.

**Standardsoftware im Trend**

**Mietlizenzen bevorzugt**

**ePages 5 für Massenhosing**

**ePages 5 als Einzellizenz**

**Stufenloses Update**

## 2. Zielgruppen und Geschäftsmodelle

### 2.1 Telekommunikationsunternehmen, Internet Service Provider, Solution Hosting Provider

Telekommunikationsunternehmen betreiben mit ePages 5 Hosting-Plattformen für E-Business-Shops. Dabei stellt das Telekommunikationsunternehmen die technische Infrastruktur zur Verfügung und bietet sie zusammen mit dem Online-Shop zur Miete an.

#### Klare Zuständigkeiten

ePages 5 Hosting kommt auf Massenhosing-Plattformen zum Einsatz, die besonders kleine und mittelständische Unternehmen ansprechen. Händler administrieren und vermarkten ihren Shop selbst. Der Hosting Provider konzentriert sich ganz auf den technischen Betrieb.

Auch Solution Hosting Provider setzen auf ePages 5 und betreiben die Hosting-Version auf dedizierten Servern oder in einer gemeinsam genutzten Serverumgebung. Dies bietet sich vor allem bei komplexen Shops an, die an Drittsysteme gekoppelt sind. Das können zum Beispiel eine Warenwirtschaft oder eine Logistikanwendung sein.

#### Online-Shops nach Maß

ePages stellt Internet Service Providern (ISP) eine Plattform zur Verfügung, mit der sie mehrere Zielgruppen adressieren können, speziell kleine Unternehmen und den Mittelstand: ISP definieren mit ePages 5 Hosting Shoptypen unterschiedlichen Funktionsumfangs - vom einfachen Websitebaukasten über Kataloge und kleine Shops mit Warenkorbfunktion bis hin zu hochintegrierten Shops mit eBay-Anbindung und Funktionen für Online-Marketing. Die Plattform ist schnell und flexibel um neue Funktionen erweiterbar. ePages-Shops bleiben somit immer auf dem aktuellen Stand der Technik und ISP sichern ihre Wettbewerbsfähigkeit langfristig.

So können sie verschiedene Zielgruppen abdecken: Vom E-Commerce-Einsteiger mit einfachen Ansprüchen an einen Online-Shop bis zum erfahrenen E-Business-Profi mit hohen Anforderungen an Leistungs- und Integrationsfähigkeit.

ePages 5 zeichnet sich unter anderem durch geringe Hardware-Anforderungen aus. Charakteristisch sind darüber hinaus hohe Sicherheitsstandards und die einfache, übersichtliche Administration - auch im internationalen Einsatz.

...✚ Für Internet Service Provider sind die folgenden Kapitel von besonderem Interesse:

#### **Kapitel „Herausragende Produktmerkmale“, speziell:**

- 3.1 Rechtesystem bringt Sicherheit
- 3.2 Provider legen Shoptypen flexibel fest
- 3.3 Mehrere Sprachen und Währungen für den internationalen Markt
- 3.4 Shop online erstellen und pflegen
- 3.7 Design ohne HTML-Kenntnisse
- 3.8 Über Standardschnittstellen integrieren und erweitern

#### **Kapitel „ePages 5 im Einsatz“, speziell:**

- 4.1 So nutzen Internet Service Provider ePages 5
- 4.3 So kaufen Kunden ein – Die Storefront

#### **Kapitel „Technologie und Funktionsweise“**

## 2.2 Händler

Ob der Händler Geschäftskunden adressiert oder im Endkundengeschäft tätig ist, ePages 5 eignet sich für alle gängigen B2B- und B2C-Geschäftsmodelle.

**Schneller Einstieg ins Online-Geschäft**

ePages 5 bietet Händlern die Möglichkeit, schnell und mit minimalem Risiko ins Online-Geschäft einzusteigen. Dank moderner Designvorlagen und Assistenten ist der Shop in wenigen Schritten erstellt. Die Administration des Shops erfolgt einfach über einen herkömmlichen Browser. ePages 5 zeichnet sich durch eine besonders benutzerfreundliche Shopverwaltung aus, so wird der Pflegeaufwand minimiert.

E-Marketing-Features liefern dem Händler Funktionen, mit denen er online Kunden gewinnen und binden kann. ePages 5 unterstützt den Mehrkanalvertrieb durch den Produktexport in Vertriebskanäle, wie eBay oder Produktsuchmaschinen (Kelkoo, Pangora, Google, etc.).

**Professionelle Vermarktung & Mehrkanalvertrieb**

Zahlreiche Hosting Provider betreiben ePages-Software in ihren Rechenzentren. Händler, die Hosting-Dienstleistungen in Anspruch nehmen, profitieren gleich mehrfach: Sie können schnell ins Online-Geschäft einsteigen, ohne sich detailliert um technische Aspekte kümmern zu müssen und minimieren ihr finanzielles und technologisches Risiko, indem sie die Anfangsinvestitionen in Lizenzen und Hardware möglichst niedrig halten.

**Minimales Risiko**

☛ Für Händler sind die folgenden Kapitel von besonderem Interesse:

**Kapitel „Herausragende Produktmerkmale“, speziell:**

- 3.3 Mehrere Sprachen und Währungen für den internationalen Markt
- 3.5 Benutzerfreundliche Konfiguration und effiziente Datenpflege
- 3.6 Transparenter Bestellprozess für positives Käuferlebnis
- 3.7 Design ohne HTML-Kenntnisse
- 3.9 ePages 5 unterstützt Marketing und Vertrieb
- 3.10 Kunden und Kundengruppen verwalten

**Kapitel „ePages 5 im Einsatz“, speziell:**

- 4.2 So administriert ein Händler seinen Shop – Das Back Office
- 4.3 So kaufen Kunden ein – Die Storefront

## 2.3 EDV-Systemhäuser und Webagenturen

### **Flexible Standardsoftware sichert rasche Implementierung**

Ein E-Commerce-Projekt umfasst die Planung des Shops, seine technische Implementierung, Designanpassung, Integration in bestehende IT-Landschaften und vieles mehr. Für komplexe Vorhaben ist die Unterstützung von Profis gefragt: EDV-Systemhäuser und Webagenturen betreuen Händler bei der Einführung eines Online-Shops und später auch bei seinem Betrieb und der Erweiterung. Mit ePages 5 Merchant greifen diese Dienstleister auf eine Standardlösung zurück, die eine schnelle und kostengünstige Implementierung ermöglicht.

### **Drittssystemintegration**

ePages 5 Merchant wird über Standardschnittstellen in bestehende Systeme integriert, wie zum Beispiel Warenwirtschaft, Logistikanwendung oder Online-Zahlungssystem. ePages unterstützt den Datenaustausch über Web Services (SOAP/XML).

### **Systemerweiterung**

Benötigen Händler spezielle Funktionen, so können diese über Zusatzmodule („Cartridges“) hinzugefügt werden. ePages entwickelt selbst Cartridges und stellt für Partner ein Entwicklungs-Tool bereit. Designanpassungen sind dank einer übersichtlichen Template-Struktur schnell und einfach möglich.

...☛ Für Systemhäuser und Webagenturen sind die folgenden Kapitel von besonderem Interesse:

#### **Kapitel „Herausragende Produktmerkmale“, speziell:**

- 3.3 Mehrere Sprachen und Währungen für den internationalen Markt
- 3.5 Benutzerfreundliche Konfiguration und effiziente Datenpflege
- 3.6 Transparenter Bestellprozess für positives Käuferlebnis
- 3.7 Design ohne HTML-Kenntnisse
- 3.8 Über Standardschnittstellen integrieren und erweitern
- 3.9 ePages 5 unterstützt Marketing und Vertrieb
- 3.10 Kunden und Kundengruppen verwalten

#### **Kapitel „ePages 5 im Einsatz“, speziell:**

- 4.2 So administriert ein Händler seinen Shop – Das Back Office
- 4.3 So kaufen Kunden ein – Die Storefront

#### **Kapitel „Technologie und Funktionsweise“**

### 3. Herausragende Produktmerkmale

#### 3.1 Plattform effizient und sicher verwalten

Internet Service Provider organisieren ihre ePages-Hosting-Plattform über ein durchdachtes Rollensystem. Ein technischer Administrator hat Zugriff auf die gesamte Plattform. Er vergibt Aufgaben an sogenannte Business-Administratoren. Business-Administratoren, in der Regel Produktmanager, definieren zum Beispiel marktgerechte Shoptypen, vermarkten diese und erstellen Statistiken und Verkaufsberichte. Jeder Bereich ist durch Login und Passwort geschützt. So können Internet Service Provider ein sicheres Rechtesystem aufbauen. Indem Zuständigkeiten auf technische Mitarbeiter und Produktmanager verteilt werden, wird die Plattform effizient verwaltet.

**Klare Aufgabenbereiche dank Rollensystem**

ePages 5 unterstützt Secure Socket Layer 3.0. Die Verbindung zwischen Client und Server ist damit abhörsicher und während des Bestellvorgangs übermittelte Daten können nicht von unbefugten Dritten gelesen werden. Die „Trusted Shops“-Vorbereitung unterstreicht den hohen rechtlichen Sicherheitsanspruch an ePages 5.

**Hohe Sicherheitsansprüche**

#### 3.2 Provider legen Shoptypen flexibel fest

Dank des modularen Aufbaus von ePages 5 können Internet Service Provider ihr Angebot flexibel gestalten. Die Möglichkeiten reichen von der einfachen Webpräsenz ohne Shopfunktion über Katalogseiten und kleine Einsteiger-Shops bis hin zu Shops mit E-Marketing-Funktionen und eBay-Anbindung. Updates zwischen den einzelnen Stufen sind problemlos möglich, da alle Shoptypen auf dem selben ePages-Produkt basieren. Der ISP fügt Funktionen einfach per Mausklick hinzu. So können mehrere Zielgruppen abgedeckt werden. Internet Service Provider begleiten Ihre Kunden damit im Wachstum und binden sie langfristig.

**Flexibel vom Einsteiger-Shop zur Unternehmenslösung**

#### 3.3 Mehrere Sprachen und Währungen für den internationalen Markt

Mit ePages 5 können Händler mehrere Währungen in einem Shop darstellen. Für jede Währung ist das Währungssymbol und der ISO-Code hinterlegt, der für die Kommunikation mit den meisten Zahlungssystemen benötigt wird.

**ISO-Codes für Währungen und Sprachen**

Mehrere Sprachen sind sowohl für den Administrationsbereich als auch für die Storefront möglich. Für jede Sprache ist der ISO-Code hinterlegt. ePages 5 unterstützt lateinische, kyrillische, arabische, japanische und chinesische Zeichen (Unicode). In Verbindung mit Fremdwährungen kann ein Händler so mit nur einem Shop den internationalen Markt abdecken. Internet Service Provider können ihre Plattform auch im Ausland vermarkten oder Testmärkte aufbauen.

**Unicode-Unterstützung**

#### 3.4 Shop online erstellen und pflegen

ePages 5 ist ein Online-Tool, das heißt, der Händler kann seinen Shop von jedem Rechner der Welt aus erstellen und pflegen. Benötigt werden nur ein Browser und ein Internetanschluss. Von jedem Bereich des Back Office kann ein Händler eine inhaltsbezogene Online-Hilfe aufrufen.

## Unkomplizierte Updates

Für Internet Service Provider erschließt sich der Vorteil, dass sie bei einem Versionswechsel die Plattform ganz einfach aktualisieren können – aufwändige Mailings oder CD-Versand entfallen. Neue Funktionen stehen allen Händlern sofort zur Verfügung, zusätzlicher Installationsaufwand auf Seiten des Händlers ist nicht notwendig.

## Wertvolle Marktdaten

Darüber hinaus hat der Service Provider Zugriff auf das gesamte System und Zugang zu wertvollen, anonymisierten Marktdaten. Wertet der Provider diese Daten aus, sieht er, an welchen Stellen er sein Angebot noch verbessern kann.

### 3.5 Benutzerfreundliche Konfiguration und effiziente Datenpflege

Der Administrationsbereich (Back Office) ist übersichtlich gestaltet und lässt sich intuitiv bedienen. Er enthält sieben Module: „Bestellungen“, „Kunden“, „Produkte“ und „Kategorien“ für die Bearbeitung des Tagesgeschäfts; „Gestaltung“ und „Einstellungen“ für die Konfiguration des Shops; „Marketing“ für die Produktvermarktung.

## Intuitive Navigation

Um die Pflege des Shops so komfortabel wie möglich zu gestalten, enthält ePages 5 drei spezielle Navigationselemente: Eine Verlaufsanzeige, in der zuletzt besuchte Seiten verlinkt sind, eine Ablage, in der beliebige Objekte abgelegt werden können (Kunden, Produkte, Bestellungen, Kategorien und freie Inhalte) und eine Favoritenliste, in die der Händler beliebige Seiten aufnehmen kann. Beides ermöglicht einen schnellen Zugriff auf häufig genutzte Seiten. Effizienzsteigernd wirken sich auch Suchfunktion, Sortiermöglichkeiten und das gleichzeitige Verarbeiten mehrerer Datensätze aus (Stapelverarbeitung).

...⇒ Die Funktionen des Back Office werden in Kapitel 4.2 detailliert beschrieben.  
Eine Featureliste finden Sie auf unserer Webseite [www.epages.de](http://www.epages.de)

### 3.6 Transparenter Bestellprozess für positives Käuferlebnis

Der Einkauf in einem ePages-Shop ist übersichtlich und transparent: Alle Kataloge im bisherigen Navigationsverlauf werden als Link dargestellt. Bereits besuchte Seiten kann der Kunde so mit nur einem Klick nochmals aufrufen.

Warenkorb		
1	Jack Wolf...	215,95 €
	Deutsche Post	0,00 €
<b>Gesamtbetrag</b>		<b>215,95 €</b>
<a href="#">→ Zum Warenkorb</a>		

Auf jeder Seite befindet sich ein Link zum Warenkorb, so dass der Kunde jederzeit in die Bestellansicht wechseln kann. Darüber hinaus erscheint eine Zusammenfassung des Warenkorbs auf jeder Seite. Sie enthält die Anzahl der im Warenkorb befindlichen Produkte sowie den Gesamtpreis.

## Merklisten und Warenkorb

Der Kunde kann mehrere Merklisten erstellen und diese in einen Warenkorb umwandeln. Auch während der Bestellung kann der Kunde den Warenkorb bearbeiten. „Trusted Shop“-Merkmale, wie zum Beispiel Hinweise auf Allgemeine Geschäftsbedingungen und Rückgaberecht, sind von jeder Seite aus zugänglich. So empfindet der Kunde den Bestellvorgang als einfach und transparent – eine zentrale Voraussetzung für eine hohe Conversion-Rate von Seitenbesuchern zu Käufern.

### 3.7 Design ohne HTML-Kenntnisse

Mit ePages 5 kann die Shopansicht („Storefront“) ohne HTML-Kenntnisse gestaltet werden. Drei Grundlayouts werden standardmäßig mitgeliefert. Der Händler kann die Vorlagen mit verschiedenen Farbsets variieren, Schriftart und –größe ändern, eigene Schaltflächen und Hintergrundbilder laden und Navigationselemente in beliebigen Bereichen seines Shops anordnen. So entsteht mit wenigen Mausklicks ein individueller Shop.

Neben speziellen Produkt- und Katalogseiten kann der Händler auch Webseiten frei gestalten, das heißt, er ist dabei nicht an Layout-Vorlagen für Produkt- und Katalogseiten gebunden. ePages 5 enthält einen Editor, mit dem der Händler Seiten mit Inhalten füllen und sie ohne HTML-Kenntnisse formatieren kann. Der Editor wandelt die so gestalteten Seiten in HTML-Dateien um, die vom Browser ausgelesen werden können.

**„What-You-See-Is-What-You-Get“-Editor**

Internet Service Provider sprechen so ganz gezielt die Händler an, die weder Programmierkenntnisse besitzen, noch viel Zeit in die Erstellung des Shops investieren können.

Der Zugriff auf die Template-Datenbank ist in ePages 5 möglich. Die Templates basieren auf CSS (Cascading Style Sheets). So können Webdesigner die Vorlagen nach Belieben anpassen und neue Designs erstellen. Internet Service Provider können weitere Vorlagen erzeugen und ihren Kunden zur Verfügung stellen.

### 3.8 Über Standardschnittstellen integrieren und erweitern

ePages 5 ist ein ausgereiftes Standardprodukt, das einfach erweitert und integriert werden kann. Drittsysteme wie Warenwirtschaftssysteme werden über Standardschnittstellen angebunden. Der Datenaustausch erfolgt über Web Services, mit Hilfe von XML-Dateien.

**Web Services**

☛ Nähere Informationen finden Sie im Kapitel 5.4 und im Technical White Paper.

Funktionserweiterungen können über Zusatzmodule, sogenannte Cartridges, vorgenommen werden. Diese werden installiert und können dann bequem im Back Office aktiviert werden. Für ePages 5 steht ein Cartridge-Entwicklungs-Tool zur Verfügung, mit dem diese Module erstellt werden können.

**Zusatzmodule**

### 3.9 ePages 5 unterstützt Marketing und Vertrieb

Mit ePages 5 können Händler ihre Produkte nicht nur in ihrem Online-Shop verkaufen. Das Shopsystem eröffnet weitere Vertriebswege. Von besonderem Interesse sind dabei die Kanäle, in denen die Kaufbereitschaft beim Kunden bereits vorhanden ist. Möglich sind:

**Neue Vertriebswege nutzen, Kunden gewinnen**

- ▶ eBay-Integration. Der Händler nimmt alle Einstellungen für den Verkauf bei eBay in seinem gewohnten Back Office vor und überträgt die Produkte dann zu eBay. Nach Angebotsende wird die Bestellung im ePages Shop erstellt und zentral mit den anderen Aufträgen bearbeitet.
- ▶ Suchmaschinen wie Google™ können Produkt- und Katalogseiten aus ePages-Shops auslesen.
- ▶ Datenexport zu Suchmaschinen wie Kelkoo und PANGORA. Findet ein potenzieller Kunde ein Produkt über eine Suchmaschine, so wird er über einen sogenannten Deep-Link (Direct Storefront Entry Link) direkt auf die entsprechende Seite im ePages-Shop geführt.

**eBay-Integration**

**Suchmaschinen  
Kelkoo, Pangora**

Nutzt der Händler diese Vertriebskanäle, werden die Produktdaten aus der ePages Shop-Datenbank verwendet. Der Händler verbessert also seine Vertriebschancen, ohne Produktdaten mühsam in zusätzliche Systeme einzutragen.

Weiterhin erleichtern Marketingfunktionen die Kundengewinnung und -bindung. Über Tell-a-Friend-Schaltflächen auf jeder Produktseite des Shops empfehlen Kunden ein Produkt an Freunde und Bekannte.

#### **Kunden binden**

Newsletter können automatisiert versendet werden. Über Kundengruppen werden sie zielgruppenspezifisch angepasst. In Newslettern können Gutscheine enthalten sein. Gültigkeitszeitraum und Wert des Gutscheins werden vom Händler definiert.

Der Händler legt für ein Produkt einen Preis fest und kann dann über Rabatte und Staffelpreise bestimmten Kunden oder Kundengruppen Preisnachlässe gewähren.

#### **Kaufanreize schaffen durch Cross-Selling**

ePages 5 ermöglicht Händlern, Produktempfehlungen aktiv zu steuern. Im Back Office bestimmt er Zubehör zu einem bestimmten Produkt. Das Zubehör wird dem Kunden angezeigt, sobald er das damit verbundene Produkt ansieht. In gleicher Weise kann der Händler Cross-Selling-Produkte anbieten. Auch automatisierte Empfehlungen nach dem Schema „Kunden, die Produkt x gekauft haben, kauften auch folgende Produkte“ sind möglich.

### **3.10 Kunden und Kundengruppen verwalten**

ePages 5 enthält eine Reihe von Kundenattributen, wie Adressdetails und Geburtsdatum. Der Händler kann beliebig viele weitere Kundenattribute anlegen und zu Kundengruppen zusammenfassen. Kundengruppen dienen beispielsweise dazu, Verteiler für den Newsletterversand zu erstellen, Rabatte zu gewähren und kundenspezifische Preise zu hinterlegen.

## 4. ePages 5 im Einsatz

### 4.1 So nutzen Internet Service Provider ePages 5

Internet Service Provider arbeiten auf zwei Ebenen mit ePages 5: Im technischen und im Geschäftsbereich. Für beide Bereiche werden klare Aufgaben vergeben, und sie werden durch Login und Passwort geschützt.

Während technische Administratoren die rein technischen Aspekte der Plattform im Blick haben (Vergabe von Zugriffsrechten, Datenbanksicherungen, Cartridge-Installation, Einspielen von Updates, etc.), konzentrieren sich Business Administratoren darauf, marktgerechte Shoptypen zu definieren, Händlerdaten zu bearbeiten oder auf Grundlage eines Datenexports Statistiken und Berichte zu erstellen (beispielsweise über die Entwicklung der Shop-Anzahl, den durchschnittlichen Umsatz pro Shop, etc.).

Internet Service Provider können beliebig viele Shoptypen definieren, je nach regionalem Markt und Zielgruppen. So schneiden Service Provider ihr Angebot auf verschiedene Branchen und Zielgruppen zu und bleiben flexibel in der Preisbildung. Benötigt ein Händler einen Shop mit höherem Funktionsumfang, so kann er ohne Datenverlust oder Migrationsaufwand auf einen anderen Shoptyp wechseln.

#### Der Shop wird in wenigen Schritten erstellt:

1. Der Händler registriert sich beim ISP.
2. Im System des ISP wählt der Händler einen Shoptyp (zum Beispiel Shoptyp 1, einen Einsteigershop mit Designvorlagen, einer Sprache, einer Währung, 100 Produkten, Newsletterversand und Tell-a-Friend-Funktion). Der ISP kann den Shop als Teil eines Gesamtpaketes anbieten, das zum Beispiel Web-Space, Domains und E-Mail-Adressen enthält.
3. Die Händlerdaten werden vom System des ISP zur ePages-Plattform übertragen. Dafür werden Web Services genutzt.
4. Im ePages 5 System wird der Händler angelegt und der Shop erstellt.
5. Der Händler erhält seine Zugangsdaten.
6. Der Händler wählt eine Layout-Vorlage aus und gestaltet seinen Shop. Dafür nutzt er einen dreistufigen Design-Assistenten. Nun kann der Händler Kataloge und Produkte anlegen (oder importieren), Bilder laden, Versandarten definieren, AGB und Impressum eintragen, usw.

Der Shop ist zunächst noch im Testbetrieb, ist dabei aber voll funktionstüchtig. Der Internet Service Provider legt fest, wie lange der Shop im Testbetrieb läuft. Mietet der Kunde den Shop während dieser Phase fest an, kann er ihn nach Ablauf des Tests weiterhin uneingeschränkt nutzen.

### 4.2 So administriert ein Händler seinen Shop – Das Back Office

Bei der Gestaltung des Back Office wurde besonderer Wert Benutzerfreundlichkeit gelegt. Der Administrationsbereich enthält sieben Module: „Bestellungen“, „Kunden“, „Produkte“, „Kategorien“, „Gestaltung“, „Einstellungen“ und „Marketing“. Grundlegende Warenwirtschafts- und umfangreiche Vermarktungsfunktionen stehen dem Händler somit zur Verfügung.

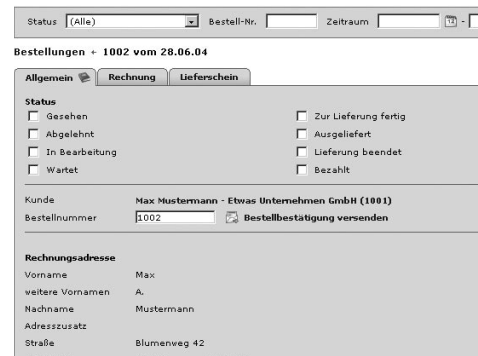
#### Erstellung des Shops

#### Sieben Module für benutzerfreundliche Administration

## Modul „Bestellungen“

Im Modul „Bestellungen“ sieht der Händler eingegangene Bestellungen. Ihm werden Bestelldetails angezeigt, wie Einzelpositionen des Warenkorbs, Rechnungs- und Lieferadresse und Kundendetails. Der Händler kann Bestellungen nachträglich ändern, zum Beispiel Produkte hinzufügen oder eine andere Lieferadresse angeben.

Der Händler gibt den Bestellstatus an. Standardmäßig sind dafür zehn Möglichkeiten hinterlegt, zum Beispiel „in Bearbeitung“, „ausgeliefert“ und „bezahlt“. Rechnungen und Lieferscheine werden per Mausklick erstellt und können gedruckt werden. Bestellungen können nachträglich vom Händler bearbeitet werden. Beispielsweise kann er Rechnungs- oder Lieferadresse ändern und Produkte hinzufügen oder löschen.



## Modul „Kunden“

Über das Modul „Kunden“ verwaltet der Händler die Kundendaten. Hinterlegt ist eine Datenbank, die alle Bestellungen, Adressen und Zugangsdaten der Kunden enthält. Zu den Standardfeldern, wie Adressdaten und Passwort kann der Händler beliebig viele Attribute hinzufügen. Der Händler kann Kundengruppen anlegen und ihnen Kunden zuweisen, die ein bestimmtes oder mehrere Merkmale besitzen. Kundengruppen dienen unter anderem dazu, Rabatte einzuräumen oder Verteilerlisten für Newsletter zu erstellen.



Es gibt zwei Möglichkeiten, Kunden anzulegen: Der Kunde registriert sich in der Storefront des Shops selbst oder der Händler legt den Kunden im Kunden-Modul des Back Office an. Für registrierte Kunden wird ein Passwort hinterlegt. Falls ein Kunde sein Passwort vergisst, kann der Händler direkt aus dem Back Office ein neues Passwort verschicken oder der Kunde fordert es aus der Storefront heraus selbst an.

## Modul „Kategorien“ (Kataloge)

Im Modul „Kategorien“ erstellt der Händler **Produktkataloge** und Unterkataloge. Diesen Kategorien weist er dann beliebig viele Produkte zu und erzeugt so eine übersichtliche Struktur im Shop. **Spezielle Kategorien** sind standardmäßig enthalten, wie zum Beispiel Seiten für Impressum und Allgemeine Geschäftsbedingungen. Darüber hinaus können Kategorien mit **freien Seiten** angelegt werden, die der Händler zum Beispiel zur Darstellung von News und Veranstaltungen auf der Webseite nutzen kann.



Bestehende Kataloge können über Schnittstellen importiert werden.

## Modul „Produkte“

Das Modul „Produkte“ enthält alle Funktionen, mit denen tausende von Produkten einfach und effizient verwaltet werden können. Wählt der Händler den Bereich „Produkte“, sieht er zunächst eine Liste aller Artikel. Klickt er auf eines der Produkte, gelangt er in die Detailansicht. Diese enthält:



**Preise:** Hier nimmt der Händler Einstellung für Preislisten, Staffelpreise und Rabatte vor. Preise und Preisnachlässe können an bestimmte Kunden oder Kundengruppen gekoppelt sein. ePages 5 berücksichtigt die Preisangabenverordnung.

**Lager / Bestellabwicklung:** Hier werden Abmaße eines Produktes, Gewicht, eine eventuelle Mindestbestellmenge und Staffeln für Bestelleinheiten eingetragen.

**Produktbeschreibung:** Zur Produktbeschreibung gehören der Name des Produktes, die Produktbeschreibung in Kurz- und in Langform, mit bis zu 30.000 Zeichen je Feld. Der Händler kann für jede Sprache eine eigene Beschreibung angeben. HTML-Auszeichnungen sind möglich, oder der Händler formatiert den Text mit Hilfe eines Editors, der die Formatierungen in HTML umwandelt („What-You-See-Is-What-You-Get“ / WYSIWYG-Editor).

**Bilder:** Für ein Produkt können mehrere Bilder hinterlegt werden. Aus den verschiedenen Bildern kann für die Storefront eine aufmerksamkeitswirksame Diashow erzeugt werden. ePages 5 ermöglicht eine automatische Größenreduktion von Bildern, so dass ein Bild nur einmal hochgeladen werden muss und dann für verschiedene Ansichten zur Verfügung steht. Bilder können auf einem externen Server liegen. Dies verringert die Last auf dem Fileserver.



**Produktvariationen:** Variationen eines Produktes können in beliebiger Anzahl erzeugt werden (Variationen sind zum Beispiel verschiedene Größen bei Kleidungsstücken). Erstellt der Händler ein Variationsprodukt, werden die Attribute vom Hauptprodukt übernommen. Sie können jedoch manuell geändert werden.

**Produkttypen:** Der Händler kann beliebig viele Produkttypen anlegen und diesen wiederum beliebig viele Attribute zuweisen. Wird ein Produkt neu angelegt, werden automatisch alle Attribute abgefragt.

**Produktvermarktung:** Im Produktmodul nimmt der Händler auch Cross-Selling-Einstellungen vor.

Ein Produkt kann mit Dateianhängen versehen werden. So kann der Händler zum Beispiel detaillierte Produktdaten in einem PDF-Dokument beifügen und die eigentliche Produktseite bleibt übersichtlich. Produkte können einer oder mehreren Kategorien zugeordnet werden. Bestehende Produkte können über eine Schnittstelle importiert werden.

## Modul „Gestaltung“

ePages 5 bringt zahlreiche fertige Designs mit. Im Modul Gestaltung wählt der Händler aus den Designvorlagen ein Layout für seinen Shop und legt Grafik- und Farbeinstellungen fest. Er verteilt Navigationselemente auf sechs verschiedene Bereiche der Storefront: Oben/unten, links/rechts, Kopf-/Fußbereich. Als Navigationselemente stehen zum Beispiel zur Verfügung: Verknüpfung zur Startseite des Shops, Anmeldefenster, Warenkorb, Schaltfläche zur Sprachauswahl, Schaltfläche zur Währungsauswahl, Link zu den AGB, Link zum Impressum, Verknüpfung zu Katalogen, usw.



Für Katalog- und Produktpräsentation ist der Bereich in der Mitte vorgesehen.

Für jeden einzelnen Bereich kann der Händler die Größe ändern, Hintergrundbilder hochladen, Farben festlegen sowie Abstände und Ausrichtungen definieren.

## Modul „Einstellungen“

Hier nimmt der Händler allgemeine Einstellungen vor. Er legt Sprachen und Währungen an, definiert Zahlungs- und Versandoptionen und legt Steuersätze und -gebiete fest.

Im Bereich Kundeneinstellungen werden Kundenattribute definiert und Kundengruppen gebildet. Der Händler legt fest, ob nur registrierte Kunden oder alle Shopnutzer bestellen können, welche Daten bei der Neuregistrierung eines Kunden abgefragt werden und welche davon Mussfelder sind.



Selbst die vom System zu versendenden E-Mails können angepasst werden (zum Beispiel automatische Bestellbestätigung, etc.).

## Modul „Marketing“

Im Marketing-Modul findet der Händler Funktionen, die ihn in der Vermarktung seiner Produkte unterstützen. Um sein Angebot in andere, auch internationale, Vertriebskanäle zu bringen, exportiert er Produkte zur eBay-Plattform, zur Produktsuchmaschine Kelkoo und zu PANGORA. PANGORA beliefert namhafte Shopping-Portale mit Produktkatalogen, darunter AOL und Freenet.

Mit Hilfe von Newslettern informiert der Händler seine Kunden über neue Produkte und Sonderaktionen. In einen Newsletter können Gutscheine integriert sein. Der Händler legt Gültigkeitsdauer eines Gutscheins fest oder bestimmt, dass zum Beispiel nur die ersten 20 Gutscheine gültig sein sollen.

### 4.3 So kaufen Kunden ein – Die Storefront

Aus Kundensicht bestehen zwei Möglichkeiten, einen ePages-Shop aufzurufen: Er gibt die URL ein, falls er sie kennt, oder er findet ein Produkt des Shops in einer Suchmaschine, wie zum Beispiel Kelkoo. Klickt der Kunde in der Suchmaschine auf das Produkt, wird er direkt auf die entsprechende Seite des ePages-Shops geleitet.

In der Storefront betrachtet der Endkunde Kataloge und Unterkataloge. Dabei wird der komplette Katalogpfad als Link angezeigt, dies sorgt für eine gute Übersichtlichkeit. Es gibt spezielle Kataloge für Aktionsprodukte. Über die Suche bzw. die erweiterte Suche findet ein potenzieller Kunde Kataloge oder Produkte. Bei der Suche sind logische Verknüpfungen möglich, und der Kunde kann eine Preisspanne angeben.

Kataloge und Produkte sind auf der gleichen Ebene darstellbar. So können Top-Seller bereits vor dem eigentlichen Katalog präsentiert werden.

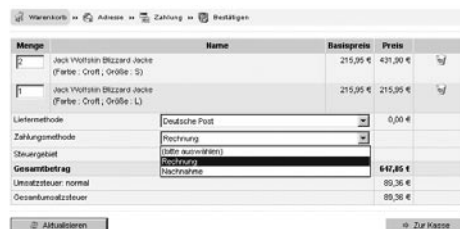
In der Storefront sieht der Kunde Produktlisten und –details. Alle Listen werden seitenweise angezeigt und enthalten Vor- und Zurück-Links. Wählt der Kunde einen Artikel aus der Liste, gelangt er in die Produktdetailansicht. Hier befinden sich Tell-a-Friend-Schaltflächen. Damit können Kunden ein Produkt an Freunde und Bekannte empfehlen. Dem Kunden kann auch Zubehör zum gewählten Produkt auf der gleichen Seite angeboten werden. Aufmerksamkeitswirksame Diashows lenken das Interesse des Kunden auf bestimmte Produkte.



**Produktsuche**

**Produktsicht**

Der Kunde legt Produkte entweder einzeln oder mehrfach in den Warenkorb. Der Warenkorbstatus wird ihm in der Navigationsleiste angezeigt. Ruft der Kunde den Warenkorb auf, beginnt der eigentliche Bestellvorgang. Der Kunde kann für jeden Artikel einen Bestellhinweis eingeben. Er sieht Einzelpreise, eventuelle Rabatte, die Summen aller Mehrwertsteuerklassen und die Versandkosten.



**Bestellvorgang**

In den folgenden Schritten des Bestellprozesses liest und bestätigt der Kunde die AGB und schickt die Bestellung ab. Händler und Kunde erhalten auf Wunsch eine E-Mail, welche alle Bestelldaten enthält.

Der Händler kann einstellen, ob alle oder nur registrierte Kunden bestellen dürfen. Erlaubt der Händler, dass auch nicht registrierte Kunden bestellen können, so müssen diese Kunden bei jeder Bestellung ihre Daten neu eingeben. Rechnungs- und Lieferadresse können unterschiedlich sein. So können B2B- und B2C-Szenarien umgesetzt werden.

Registrierte Kunden können auf frühere Bestellungen zugreifen und deren Status einsehen. Sie können mehrere Merklisten erstellen und bei einem späteren Besuch in den Warenkorb laden. Dies bietet sich vor allem für häufig bestellte Produkte an. Das System weist den Kunden auf zwischenzeitliche Preisänderungen hin.

## 5. Technologie und Funktionsweise

### 5.1 Architektur

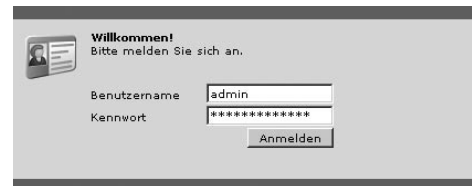
**ePages verfügt über eine vierstufige Architektur bestehend aus:**

- ▶ Web- Browser
- ▶ Webserver mit Webadapter und Request- Router
- ▶ ePages Applikationsserver
- ▶ Sybase® ASE 12.5 Datenbank

Detaillierte Informationen entnehmen Sie bitte unserem Technischen White Paper.

### 5.2 Sicherheit

ePages berücksichtigt das wichtige Thema Sicherheit auf jeder Ebene: in den Web- und Anwendungsserver-Stufen, in der Datenbankarchitektur, beim Zugriff auf die Verwaltungsebenen und an der Storefront-Schnittstelle.



The image shows a login interface with the following elements:

- Title: **Willkommen!**
- Subtitle: Bitte melden Sie sich an.
- Input field for 'Benutzername' containing the text 'admin'.
- Input field for 'Kennwort' containing a series of asterisks '\*\*\*\*\*'.
- A button labeled 'Anmelden'.

Die Systemsicherheit wird dadurch erhöht, dass die Software in verschiedene Module für Datenbank-, System- und Geschäftsverwaltung eingeteilt ist. Jedes dieser Module ist einzeln durch Passwort und Login geschützt und klar von den anderen Bereichen und der Storefront getrennt. In jedes Modul sind Sicherheitssperren eingebaut, so dass der Zugriff auf ein Modul keinen Zugang zu anderen Modulen ermöglicht.

#### **System-Administrator**

Der technische Administrator ist die einzige Person mit voller Zugangsberechtigung zu den Datenbanken, zur Storefront und zu den Verwaltungsmodulen. Er hat volle Kontrolle über die Zugriffsbeschränkungen der anderen Benutzer und gelangt nur über einen passwortgeschützten Zugang in diesen Bereich. Er kann „Business Administratoren“ anlegen, die beispielsweise Shoptypen definieren, Händlerdaten bearbeiten, Cartridges aktivieren oder deaktivieren und Berichte erstellen. Jeder Nutzer hat nur über Login und Passwort Zugriff auf seinen Bereich.

#### **Zusätzliche Sicherheitsmaßnahmen**

Bei Bedarf können zusätzliche Sicherheitsmaßnahmen getroffen werden. Der Administrator kann zum Beispiel die Sicherheit der Verwaltungsmodule erhöhen, indem er den Zugriff auf die Anwendung und Datenbank nur von bestimmten Maschinen aus gestattet. Dazu teilt er den Web Server und definiert einen privaten Port, der nur bestimmten IP-Adressen offen steht, zum Beispiel denen von einigen wenigen Administratoren.

ePages unterstützt Secure Socket Layer (SSL 3.0), ein Sicherheitsprotokoll, das Abhören, Manipulationen oder Verfälschungen in Client-Server-Anwendungen verhindert. Dabei können entweder alle oder nur bestimmte Seiten verschlüsselt werden, zum Beispiel die, auf denen persönliche Daten eingegeben werden.

### 5.3 Leistung steigern durch Skalierung und Seiten-Cache

Die drei Bestandteile Datenbank-, Applikations- und Webserver können auf unterschiedlichen Maschinen installiert sein. Für Applikations- und Webserver ist es zusätzlich möglich, diese jeweils auf mehrere Maschinen zu verteilen und so noch weiter zu skalieren. Verfügen diese Maschinen über mehrere Prozessoren, können diese für gestartete Prozesse optimal genutzt werden, denn der Request Router verteilt die Last gleichmäßig.

**Verteilte Installationen**

Eine ePages-Anwendung ist damit hochverfügbar und dies wird noch unterstützt, wenn beispielsweise der Datenbankserver in einem Cluster läuft. Ausfallende Prozesse bzw. Server verursachen so nicht die Unerreichbarkeit der gesamten Anwendung.

Die „Caching-Technologie“ bewirkt, dass dynamische Seiten lediglich bei ihrem ersten Aufruf tatsächlich dynamisch, das heißt inklusive Datenbankzugriff, erzeugt werden. Wird die gleiche Seite später erneut angefordert, so werden Daten aus dem Cache genutzt. Auf die Datenbank wird nicht erneut zugegriffen. Dadurch wird das System entlastet, die Folge ist eine Leistungssteigerung für alle Komponenten. Geänderte Daten werden bei Bedarf vom System automatisch aktualisiert.

**Seiten-Cache mindert  
Last auf Datenbankserver**

### 5.4 Erweitern und integrieren über Cartridges und Web Services

ePages Software kann einerseits hinsichtlich der shopinternen Funktionalität erweitert bzw. angepasst werden, andererseits zur Anbindung und zum Datenaustausch mit Drittsystemen. Dazu gehören beispielsweise Zahlungssysteme, Logistik-, Adress- und Bonitätsprüfungsanwendungen und natürlich vor allem Warenwirtschaftssysteme.

Über Zusatzmodule (Cartridges) gibt es eine elegante Möglichkeit, das Shopsystem an eigene Anforderungen anzupassen. Das Cartridge-Entwicklungs-Tool stellt dafür eine umfassende Umgebung zur Verfügung. Cartridges können alle API-Schnittstellen von ePages 5 nutzen. Cartridges stehen eigene Installations- und Deinstallationsroutinen zur Verfügung. In einer Hostingumgebung kann eine Cartridge durch den technischen und den Business-Administrator für einen oder mehrere Shops installiert und aktiviert werden. Die daraus resultierende Flexibilität macht ePages zu einer der führenden E-Commerce-Plattformen für nahezu jedes Geschäftsmodell.

**Cartridges**

❖ *Detaillierte Informationen zum Cartridge-Entwicklungs-Tool finden Sie im Technical White Paper. Einen Überblick über aktuell verfügbare Cartridges finden Sie im Cartridge-Datenblatt auf unserer Webseite.*

ePages bietet eine XML-Schnittstelle in Form von Web Services an. Web Services nutzen u.a. SOAP zum Datenaustausch mit externen Anwendungen, um zum Beispiel Kataloge, Produkte und Kunden in die ePages-Datenbank zu übertragen oder neue Aufträge abzurufen.

**Web Services**

ePages stellt selbst drei Web Services Cartridges bereit („Content“, „Customer“ und „Orders“). Darüber hinaus bietet ePages dem Kunden und Partner die Möglichkeit, selbst weitere Web Services zu entwickeln.

## 6. Bestandteile und Systemanforderungen

### **ePages 5 wird ausgeliefert mit**

- ▶ ePages Software
- ▶ Installationsroutine
- ▶ Datenbank Sybase® ASE 12.5.2
- ▶ Sybase® ODBC-Treiber und Sybase® Open Client
- ▶ Produktdokumentation, inkl. Benutzerhandbuch
- ▶ Designvorlagen

### **ePages kann auf verschiedenen Plattformen betrieben werden.**

#### **Unterstützt werden die Betriebssysteme:**

- ▶ Windows® 2003
- ▶ Sun Solaris 9
- ▶ Linux RedHat Enterprise 3.0

Es sollten mindestens 512 MB RAM und 1,2 GB Festplattenkapazität vorhanden sein. Weiterhin ist ein Internetanschluss mit gültigem DNS-Namen und Webserver-Software (z.B. MS IIS, Netscape, Apache) nötig. Für die überwiegende Anzahl der Systemadministration-, für alle Administrationsvorgänge und natürlich für sämtliche Storefront-Prozesse ist lediglich ein Internet-Browser erforderlich.



**ePages Software GmbH**

[www.epages.de](http://www.epages.de)

[info@epages.de](mailto:info@epages.de)