

**EREDETI**

## **Sana E-commerce**

### **Grepton Informatikai Zrt.**

1087 Budapest, Könyves Kálmán krt. 48-52.

Telefon: +36 1 204 7730, Fax: +36 1 999 7925 / +36 1 204 7731



## Tartalom

<b>1.</b>	<b>Sana E-Commerce áttekintés</b>	<b>4</b>
1.1	A B2B E-Commerce előnyei	4
<b>2.</b>	<b>A B2C és a B2B e-commerce közötti különbségek</b>	<b>5</b>
2.1	Vevőspecifikus árképzés	5
2.2	Egyedülálló vásárlók kontra döntéshozó egységek	5
2.3	Termékkereső funkció	5
<b>3.</b>	<b>B2B E-commerce és EDI</b>	<b>6</b>
3.1	Mi az az EDI?	6
3.2	Ahogy az EDI és a B2B webáruházak kiegészítik egymást	6
<b>4.</b>	<b>ERP, PIM és webáruházak: integrált e-kereskedelmi szoftver</b>	<b>7</b>
4.1	Az integrált B2B e-commerce	7
4.2	PIM és a webáruház	7
<b>5.</b>	<b>B2B e-kereskedelem: nyílt forráskódú szoftver vagy zárt forráskód? ...</b>	<b>8</b>
5.1	Nyílt forráskódú e-kereskedelmi szoftver	8
5.2	Zárt forráskódú e-kereskedelmi szoftver	8
<b>6.</b>	<b>B2B e-kereskedelmi KPI-k</b>	<b>9</b>
6.1	Online ügyfélmegtartási arány	9
6.2	Átlagos rendelési érték	9
<b>7.</b>	<b>B2B e-commerce szolgáltatás</b>	<b>10</b>
7.1	Webáruház tárhely	10
7.2	Online bolt kialakítása	10
7.3	Online marketing az e-kereskedelemhez	10
7.4	E-kereskedelmi tanácsadás	10
<b>8.</b>	<b>Sana E-commerce előnyei partnerek számára</b>	<b>11</b>
8.1	Teljes vásárlói kényelem	11
8.1.1	A vásárlói bizalom és hűség növelése	11
8.1.2	Erősítse meg vásárlóit	11
8.1.3	Személyre szabott élmények	11
8.1.4	Könnyebb kijelentkezés	11
8.1.5	Valós idejű sales-támogatás	11
8.1.6	A rendelési folyamat leegyszerűsítése	12
8.1.7	Önkiszolgálás lehetőségének nyújtása	12

<b>8.2</b>	<b>Megbízhatóság kompromisszumok nélkül .....</b>	<b>12</b>
8.2.1	Hibák kigyomlálása .....	12
8.2.2	Eladások növelése.....	12
8.2.3	Biztosítsa a pontosságot.....	12
8.2.4	Bizalom növelése.....	13
<b>8.3</b>	<b>Folyamatos fejlődés.....</b>	<b>13</b>
8.3.1	Múlja fölül az elvárásokat .....	13
8.3.2	Alakítsa át a vállalkozását.....	13
8.3.3	Időhatékonyság.....	13
8.3.4	Mindig naprakész.....	13
8.3.5	Eladások növelése.....	14

# 1. Sana E-Commerce áttekintés

## 1.1 A B2B E-Commerce előnyei

Gyártóként, nagykereskedőként vagy forgalmazóként olyan megoldásra van szüksége, amelyet az Ön egyedi igényei szerint építettek ki. Mindegy, hogy a vállalkozás igényeit belső vagy az ügyfél szempontjából nézzük: olyan megoldásra van szüksége, amely B2B kompatibilitást kínál.

- *Maximális vásárlói kényelem*

A mai B2B vásárlók fogyasztói tapasztalataikat hozzák magukkal a B2B vásárlási folyamatba. Gyorsabb teljesítéssel, jobb, személyre szabottabb vásárlási élménnyel, könnyebben megismételhető vásárlással és online önkiszolgáló lehetőségekkel teljesítheti (és felülmúlhatja) elvárásait.

- *Megbízhatóság kompromisszum nélkül*

Ügyfelei célja, hogy a munkához a megfelelő terméket a megfelelő áron szerezzék be – és ez Öntől függ. Az Ön B2B e-kereskedelmi megoldásának olyannak kell lennie, amelyre a vásárlók támaszkodhatnak, hogy mindig pontos, adatban gazdag és biztonságos információkat és folyamatokat biztosíthassanak.

- *Folyamatos fejlődés*

A várható változások mentén vállalkozásának úgy kell fejlődnie, hogy stratégiai partnere maradjon ügyfelei számára. Válasszon egy B2B e-kereskedelmi megoldást, amely Önnel együtt skálázódik, alkalmazkodik és növekszik – működési zavarok nélkül –, így egy lépéssel a piac előtt járhat.

- *Nincsenek adatsilók vagy replikációk*

Az ERP-vezérelt, integrált B2B e-commerce segítségével kiküszöbölheti az ismétlődő adatokat, és ennek eredményeként drasztikusan csökkentheti a műszaki és üzemeltetési költségeket.

- *Pontos termék és árazási adatok*

Integrált B2B e-kereskedelmi platformunk biztosítja, hogy webáruháza látogatói mindig naprakész, pontos információkat lássanak. Ez magában foglalja a valós idejű készletszinteket és még a legbonyolultabb árakat is, mivel ezek az Ön ERP-rendszerében vannak regisztrálva.

- *Hatékonyabb információ menedzsment*

Egyszerűsítse a rendelés- és termékinformáció-kezelést a Sana Commerce segítségével az ERP-be integrált megközelítésünk segítségével a készletadatok összehangolása, a teljesítés nyomon követése és az összetett szállítási struktúrák kezelése érdekében.

- *24 órás önkiszolgáló portál*

B2B webáruháza a nap 24 órájában, a hét 7 napján, az év 365 napján nyitva van. Az ügyfelek a számukra legkényelmesebb időpontban adhatnak le rendeléseket anélkül, hogy az Ön értékesítési képviselőinek elérhetőségére kellene támaszkodniuk.

- *D2C sales támogatás*

Célzott támogatást kínálunk B2B ügyfeleinknek bármely meglévő vagy változó üzleti modellhez, beleértve a közvetlen fogyasztókhöz (D2C) történő értékesítést. Ez lehetővé teszi az elérés bővítését és új vásárlók bevonását.

---

## 2. A B2C és a B2B e-commerce közötti különbségek

Az alapvető igények, amelyeket egy webáruháznak ki kell elégítenie, ugyanazok a fogyasztók és a professzionális vásárlók számára: kell egy online értékesítési csatorna, amely éjjel-nappal elérhető. De itt a hasonlóságok véget érnek.

A professzionális vásárlóknak számos további igényük is van, amelyeket a vállalkozások közötti webáruházaknak meg kell felelniük, hogy életképes alternatívát kínálhassanak az értékesítési osztály egyszerű felhívására, e-mailezésére vagy akár faxolására. Ebbe beletartozik:

### 2.1 Vevőspecifikus árképzés

A fogyasztói webáruházak minden termékhez standard árat kínálnak – gyakran tömeges vagy tagi kedvezményekkel. Ezzel szemben sok B2B cég egyedi ármegállapodást kötött ügyfeleivel, és ennek meg kell jelenni az online értékesítési csatornában.

### 2.2 Egyedülálló vásárlók kontra döntéshozó egységek

A fogyasztók gyakran maguk hozzák meg a vásárlási döntéseket, vagy esetleg egy-két másikkal együttműködve. A professzionális beszerzés viszont sokkal összetettebb lehet, és ez a bonyolultság nehezen tükröződik a B2C webáruházakban. A B2B e-kereskedelmi platformokat kifejezetten úgy tervezték, hogy támogassák a különböző szerepeket, így Ön megóvhatja ügyfele beszerzési folyamatait és DMU-struktúráját.

### 2.3 Termékkereső funkció

Míg a fogyasztók kereshetnek márkanév vagy termékleírás alapján, a tapasztalt B2B vásárlók gyakran cikkszámok alapján keresnek, hogy biztosan a megfelelő terméket kapják. Iparáguktól függően előfordulhat, hogy csak egy alkatrész felel meg az üzleti igényeiknek. A B2B webáruházakat mindezen keresési igények figyelembevételével tervezték.

## 3. B2B E-commerce és EDI

A business-to-business cégek bizonyos tekintetben az online kereskedelem előtt jártak. Míg az első nagyobb webáruházak a 90-es években nyíltak meg, az Egyesült Államok közlekedési ágazata már az 1960-as években kifejlesztette az EDI-t (elektronikus adatcsere).

Míg az EDI és a B2B webáruházak ugyanazt a célt szolgálják (nevezetesen az online áruvásárlás megkönnyítését), a webáruház megléte nem jelenti azt, hogy az Ön szervezete ne részesülhetne az EDI-ből – vagy fordítva.

### 3.1 Mi az az EDI?

Az EDI vagy elektronikus adatcsere lehetővé teszi a vállalkozások számára, hogy szabványos formátumban cseréljenek információkat. Amikor először bemutatták az EDI-t, ez egy papírmentes – és ennél fogva sokkal hatékonyabb – módja volt a dokumentumok, például a beszerzési rendelések és számlák más vállalatoknak történő elküldésének.

Az autóipar például több mint 40 éve használja az EDI-t. Az EDI-t az autógyártó és az ellátási lánc többi tagja közötti kommunikáció egyszerűsítésére használják, így előkészítve az utat a hatékony gyártósorok felé.

A kiskereskedelmi ágazat is az EDI-re támaszkodik a költségek csökkentése érdekében, miközben megőrzi az ügyfélszolgálati színvonalat. A szállító által irányított készlet (VMI) megkönnyíti a kiskereskedők számára a készlet-feltöltési döntések meghozatalát, ami nagyobb ellenőrzést biztosít a készlet felett, és a túlkínálat miatt csökken a hulladék.

### 3.2 Ahogy az EDI és a B2B webáruházak kiegészítik egymást

Csakúgy, mint a B2C közötti és a B2B e-kereskedelmi platformok, úgy az EDI és a webáruházak is valójában más célokat szolgálnak.

Az EDI elősegíti a hatékony kommunikációt a szervezetek között az ismétlődő standard árrendelések kapcsán. Az EDI sokkal hatékonyabban kezeli az ilyen jellegű megrendeléseket, mint egy webáruház valaha is képes lenne rá.

Ezzel szemben a webáruház sokkal hatékonyabb értékesítési csatorna a véletlenszerű vásárlásokhoz, amelyeket nem kell teljesen automatizálni. A termékkatalógusoknak köszönhetően a webáruházak sokkal jobban tudják reklámozni az új termékeket az ügyfelek számára, és hatékony keresztértékesítési és továbbértékesítési lehetőségeket nyitnak meg.

## 4. ERP, PIM és webáruházak: integrált e-kereskedelmi szoftver

A szükséges B2B e-kereskedelmi webáruház funkcióinak sikeres megvalósítása kihívást jelenthet. Bár egy e-kereskedelmi platform bevezetése a professzionális vásárlók számára nem biztos, hogy olyan egyszerű, mint a plug-and-play fogyasztói webáruházak, az e-kereskedelem integrált megközelítése sok időt, pénzt és fejfájást takaríthat meg.

### 4.1 Az integrált B2B e-commerce

Az integrált e-kereskedelem az üzleti logikát és az ERP-ből (és az opcionális további rendszerekből) származó adatokat használja a webáruház működéséhez. Ez számos előnnyel jár, többek között:

- Egyedi árakat a webáruházban
- Minimális emberi hiba a rendelések feldolgozása során
- Automatikusan frissülő termékkatalógus

Az integrált webáruház szoftver képes erre, mert közvetlenül csatlakozik az Ön ERP rendszeréhez. Valójában az integrált e-kereskedelmi szoftvereket gyakran csak részben telepítik az ERP-be, ami elkerüli az interfészes megoldásokhoz szükséges bonyolult kapcsolatokat.

### 4.2 PIM és a webáruház

A termékinformáció-kezelő (PIM {Product Information Management}) rendszer használatával még részletesebb termékleírásokat adhat meg online értékesítési portálján, ami óriási előny a B2B webáruházak számára.

A PIM rendszerek gazdagítják az ERP termékadatokat a kategorizálás és a termékadatok egyesítése révén. Ezeket az adatokat ezután felhasználhatja a B2B webáruházban, így termékoldalai teljes és átfogó adatokkal szolgálnak – beleértve a részletes képeket és letöltéseket.



## 5. B2B e-kereskedelem: nyílt forráskódú szoftver vagy zárt forráskód?

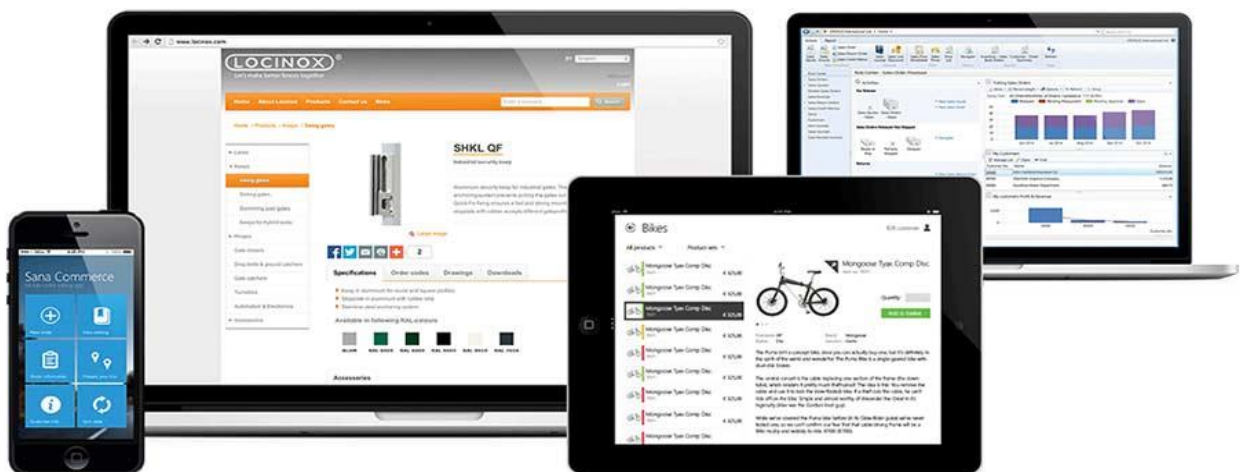
A biztonság a legfontosabb, amikor webáruházát más üzleti szempontból kritikus alkalmazásokkal integrálja. Éppen ezért a szoftver által használt kódolásnak kulcsfontosságú tényezőnek kell lennie a B2B e-kereskedelmi szoftvercsomag kiválasztásakor. A különbségek:

### 5.1 Nyílt forráskódú e-kereskedelmi szoftver

A nyílt forráskódú webáruház megoldásai bárki számára lehetővé teszik a forráskód használatát, vizsgálatát és megváltoztatását. Ennek az átláthatóságnak az az előnye, hogy több ember tarthatja szemmel a potenciális sebezhetőségeket – és megoldást nyújthat az esetlegesen előforduló problémákra. Ez egyben a nyílt forráskódú szoftverek fő hátrányának gyökere is: a kódban talált gyengeségek potenciálisan kihasználhatók.

### 5.2 Zárt forráskódú e-kereskedelmi szoftver

A zárt forráskódú szoftvereket nem tekintheti meg vagy módosíthatja bárki. Az átláthatóság hiánya miatt a kód sokkal kevésbé lesz kitéve a rosszindulatú hackerek támadásainak, mivel nem tudnak hozzáférni a szoftverhez a gyengeségek keresése céljából. A kódon korlátozott hozzáférhetősége azonban azt is jelenti, hogy kevesebb ember dolgozik a kód fejlesztésén.





## 6. B2B e-kereskedelmi KPI-k

Hogyan állapíthatja meg, hogy B2B online bevásárlókosár-platformja jól teljesít? Az online bevétel jó mutató, de számos más KPI-t is nyomon követhet, hogy biztosan a helyes úton járjon.

### 6.1 Online ügyfélmegtartási arány

Ez a KPI segít meghatározni, hogy B2B webáruháza kiváló rendelési élményt kínál-e. Ügyfelei továbbra is az Ön webáruházát választják a rendelés leadásának preferált módjaként, nem mondjuk a telefonon vagy e-mailen? A visszatérő látogatók magas száma egyértelmű jele annak, hogy webáruháza megfelel ügyfelei igényeinek.

### 6.2 Átlagos rendelési érték

Ez a mutató jelzi, hogy elszalasztja-e a keresztértékesítési és továbbértékesítési lehetőségeket webáruházában. Ez a KPI különösen érdekes a B2B cégek számára, mivel össze tudják hasonlítani az egyén átlagos online rendelési értékét offline kiadásaikkal. Ha az ügyfelek rendszeresen nagyobb összegeket vásárolnak online, mint offline, akkor az Ön webáruháza valószínűleg elvégzi a dolgát.



---

## 7. B2B e-commerce szolgáltatás

Az jellemzően egy nehéz döntés a cégek számára, hogy egyedül induljanak-e el, miután elindították a B2B webáruházukat. Rengeteg e-kereskedelmi szolgáltatás létezik, amelyeket külső szakértőktől kérhet. Íme négy olyan szolgáltatás, amelyet vállalkozása fontolóra vehet.

### 7.1 Webáruház tárhely

Az egyik nagyszerű dolog a webáruházban, hogy ügyfelei könnyedén elérhetik Önt éjjel-nappal – mindaddig, amíg az Ön webáruháza él. Ha nem szeretne saját maga gondoskodni a tárhelyről, rengeteg e-kereskedelmi megoldást kínáló szolgáltató kínál tárhelyszolgáltatást is.

### 7.2 Online bolt kialakítása

Mivel egyre több online vásárlás történik mobileszközökről, a jó dizájn nem csak a megjelenésen múlik: ez elengedhetetlen része a fantasztikus felhasználói élmény biztosításának. Ezért fontos megfontolni egy speciális felhasználói élmény (UX) tervezővel vagy irodával való konzultációt webáruháza megjelenésének és hangulatának optimalizálása érdekében.

### 7.3 Online marketing az e-kereskedelemhez

A vizuális hirdetésektől az e-mailes marketingig rengeteg módja van annak, hogy az embereket a webáruházba vonzza. Ha nem biztos abban, hogy rendelkezik-e a szükséges digitális marketing szakértelemmel otthon (vagy ha időt szeretne megtakarítani), egy online marketing iroda segíthet.

### 7.4 E-kereskedelmi tanácsadás

Végül, de nem utolsósorban érdemes igénybe venni speciális e-kereskedelmi tanácsadók segítségét – különösen, ha nagy tapasztalattal rendelkeznek a B2B webáruházakkal kapcsolatban. Egyedi betekintést és tippet adhatnak a webáruház zökkenőmentes elindításához.

## 8. Sana E-commerce előnyei partnerek számára

### 8.1 Teljes vásárlói kényelem

#### 8.1.1 A vásárlói bizalom és hűség növelése

Nyújtson az ügyfeleinek személyre szabott önkiszolgálást és teljes átláthatóságot:

- *Az ügyfelek könnyedén fizethetnek egyszerre több számlát bármilyen fizetési móddal (hitelkártya, betéti kártya, PayPal vagy számlán).*
- *A teljes online és offline árajánlat és rendelési előzmények éjjel-nappal elérhetők.*
- *Az ügyfelek megrendelést adhatnak le; kérjen árajánlatot és visszaküldést a megállapodás szerinti ár és a pontos elérhetőség alapján.*

#### 8.1.2 Erősítse meg vásárlóit

Biztosítsa vásárlóinak a gyors és érzékeny online vásárlási élményt új üzletünkkel.

- *Az üzlet frontja egy egyoldalú alkalmazás (SPA), amely csak a szükséges adatokat tölti be az oldal betöltésének felgyorsítása érdekében.*
- *Az új üzletfrontot a React hajtja. A kliensoldali rendereléssel együtt ez biztosítja a gyors első megtekintést.*
- *A SEO bevált gyakorlatainak támogatása és az online marketing kiválóan teljesítő üzletet eredményez.*
- *Az ügyfelek a rendelési előzményeik alapján megtekinthetik legnépszerűbb cikkeiket az ERP rendszerben.*
- *Használja a Big Data-t, hogy jobban segíthesse az ügyfeleket a jövőbeli rendelések előrejelzésével és releváns termékjavaslatokkal.*
- *Ösztönözze a keresztértékesítést és a továbbértékesítést kapcsolódó termékek vagy kiegészítő alkatrészek javaslatával, ezzel növelve az eladásokat*

#### 8.1.3 Személyre szabott élmények

Hozzon létre személyre szabott üzleteket, és kínáljon vásárlóira szabott termékeket és tartalmakat az új Visual Designer segítségével.

- *Húzza át az oldalak elemeit, és adjon hozzá tartalomblokkokat az oszlopokhoz és sorokhoz.*
- *Stílusosabbá teheti háttereit képekkel és videókkal, animálhatja sorait és színezheti oszlopait, teljes tervezési rugalmasságot biztosítva.*
- *Csatlakoztassa az ügyfélszegmenseket sorokhoz, hogy személyre szabhassa tartalmait.*

#### 8.1.4 Könnyebb kijelentkezés

Egyszerűbb fizetési folyamatot kínálhat az új, B2B-re optimalizált kijelentkezési oldalainkkal.

- *A vendégként történő fizetés növeli a konverziós arányt, és megkönnyíti a fizetési folyamatot új B2B ügyfelei számára.*
- *Az egylépéses fizetés gyorsabb folyamatot tesz lehetővé kevesebb egérkattintással, csökkenti a kosár elhagyását és növeli az eladásokat.*
- *Többlépcsős fizetési lehetőség is rendelkezésre áll.*

#### 8.1.5 Valós idejű sales-támogatás

Engedélyezze támogatási és értékesítési alkalmazottainak, hogy irányítsák a vásárlást az ügyfél nevében.

- Vezesse ügyfelét a támogatási hívás során (beleértve a megrendelés véglegesítését, a számla kifizetését vagy a visszaküldés feldolgozását).
- Tekintse meg a vásárló árait és választékát, és rendeljen a nevükben, ugyanazon az üzlethelyiségen, mint a vásárló.
- Az értékesítési ügyfélszolgálat meg tudja tekinteni és szerkeszteni tudja a vásárló által elkészített kosarat, vagy meg is töltheti a kosarat a nevében.

### 8.1.6 A rendelési folyamat leegyszerűsítése

Hagyja, hogy ügyfele újra rendeljen bármely korábbi rendelésből, és könnyen hozzáférjen a teljes rendelési előzményeihez.

- Tekintse meg az ügyfél teljes rendelési előzményeit (elérhető a Sana webáruházban), és rendeljen újra, küldjön vissza termékeket vagy fizesse ki a számlákat.
- Az ügyfelek gyakran többször is szeretnék megrendelni a termékeket. Egyszerűsítse számukra az ismételt rendelések folyamatát.
- Az „Újrarendelés” gombbal az előző rendelésből származó összes termék közvetlenül a kosárba kerül.

### 8.1.7 Önkiszolgálás lehetőségének nyújtása

Egyszerűsítse a törlési és visszaküldési kérelmeket a Return Merchandise Authorization (RMA) funkció segítségével.

- Az RMA lehetővé teszi az ügyfelek számára, hogy közvetlenül a Sana webáruházból vásárolt termékeket telefonon vagy online küldjék vissza.
- Az Ügyfél által benyújtott törlési és visszaküldési kérelmek alkalmasságát a háttérprogram beépített logikájával ellenőrzik.
- Az RMA-kérelmeket az ERP-ben regisztrálják, így a visszaküldés feldolgozásához szükséges konfigurált üzleti szabályok aktiválódnak az ERP-ben.

## 8.2 Megbízhatóság kompromisszumok nélkül

### 8.2.1 Hibák kigyomlálása

Nyújtson olyan élményt, amiben az ügyfelei megbízhatnak.

- Kínáljon csúcskategóriás, gyorsan működő B2B webáruházakat ügyfeleinek.
- Nyújtsa ugyanazt a kiváló minőségű, funkciókban gazdag élményt, amelyet vásárlói megszoktak a B2C webáruházakban.
- Gondoskodjon arról, hogy minden adat mindig naprakész legyen az ERP-vel való valós idejű integrációknak köszönhetően.

### 8.2.2 Eladások növelése

Adjon el többet a meglévő adásvételi szerződések érvényesítésével a webáruházban.

- Az adásvételi megállapodás egy olyan szerződés, amely kötelezi ügyfelét, hogy idővel bizonyos mennyiségű terméket vásároljon speciális áráért és kedvezményekért cserébe.
- A Sana integrálhatja a meglévő értékesítési szerződéseket az Ön webáruházaiba.
- A webáruház látogatói megtekinthetik aktív adásvételi szerződéseiket, és új rendelés leadásakor alkalmazhatják azokat.

### 8.2.3 Biztosítsa a pontosságot

Biztosítsa a pontosságot és a gyors átfutást a valós idejű megrendelésekkel, hogy olyan környezetet hozzon létre, amelyre az ügyfelek számíthatnak.

- A rendelések valós időben kerülnek továbbításra az ERP-be, ami azt jelenti, hogy a rendelések feldolgozása során nincs idővesztés.
- Többé nem kell aggódnia a fájlvitel vagy az adatszinkronizálási problémák miatt.
- Az ERP-ben frissített árak és készletek azonnal megjelennek a webáruházban, kiküszöbölve a hibák és a rendelések újraszámításának kockázatát.

## 8.2.4 Bizalom növelése

Adjon pontos árkalkulációt mértékegységek használatával.

- A számítások mindig pontosak, köszönhetően az ERP-ből származó valós idejű adatoknak.
- Hozzon létre árképzési stratégiákat az ügyfélszegmensek alapján.
- Építsen bizalmat ügyfelei körében azáltal, hogy ügyfelei az általuk elvárt árat kapják (értékesítési szerződések révén), függetlenül attól, hogy online vagy offline vásárolnak.

Jelenítse meg a készlet elérhetőségét valós időben.

- A készlet elérhetősége a webáruházban az elérhető termékek számának megjelenítésével, vagy színjelző használatával jeleníthető meg.
- Az ERP-vel való zökkenőmentes, valós idejű integráció biztosítja, hogy ügyfelei mindig pontos készletmennyiséget lássanak.
- A készletbeállításától függően a webáruházban különböző készletmennyiségeket jeleníthet meg, és vevőnkénti készletfelosztást határozhat meg.

## 8.3 Folyamatos fejlődés

### 8.3.1 Múlja fölül az elvárásokat

Teljesítse és haladja meg ügyfelei változó elvárásait. Fejlődő hozzáadott értéket kínálhat azáltal, hogy az ERP és az e-kereskedelem egyként működik.

- Agilitás ahhoz, hogy vállalkozása alkalmazkodjon a piaci változásokhoz, beleértve a termékválaszték változásait, új szabályozásokat stb.
- Rövidebb piacra lépési idő új webáruházak indításával új régiók, piacok és márkák számára.
- Múlja fölül ügyfelei elvárásait azzal, hogy mindig új funkciókat ad hozzá.

### 8.3.2 Alakítsa át a vállalkozását

Indítson el webáruházakat új régiók, piacok és márkák számára.

- A széleskörű nyelvi és pénznemlehetőségek segítenek új piacok felé nyitni webáruházát.
- Csökkentse a piacra jutás idejét. A Sana segítségével egyszerű több webáruház elindítása és működtetése egyetlen vagy több ERP rendszeren.
- A rendkívül releváns helyalapú tartalom kínálata segít új ügyfelek megszerzésében, globális márka kialakításában és az eladások növelésében.

### 8.3.3 Időhatékonyság

Takarítson meg időt a webáruház kezelésével és a tartalomkészítéssel az új, intuitív adminisztrátor és vizuális tervező segítségével.

- Új rendszergazdánk egyoldalas alkalmazás, amely jobb teljesítményt és használhatóságot eredményez.
- Tekintse meg az oldal előnézetét, mielőtt a tartalomütemezés előnézete funkcióval megjelenne.
- Azonnal láthatja a javasolt változtatások hatását az oldalon belüli szerkesztéssel.

### 8.3.4 Mindig naprakész

Múlja fölül ügyfelei elvárásait a folyamatosan frissülő, új funkciókkal.

- *A Sana Commerce Cloud SaaS folyamatosan a legújabb funkciókkal látja el ügyfeleit, amelyek mindig naprakészek.*
- *Bővítse ki a Sana funkcióit a Sana Apps kiegészítőinek telepítésével.*
- *A Sana Commerce Cloud új architektúrája elválasztja egymástól a kirakatot és az adminisztrátort, ami izgalmas, fej nélküli lehetőségeket tesz lehetővé a jövőben.*

### **8.3.5 Eladások növelése**

Fedezzen fel új csatornákat, és hozzon létre alkalmazásokat az új front-end API-jainkon (BÉTA).

- *Használja ki a Sana erejét harmadik féltől származó alkalmazásokban, például a Microsoft PowerApps-ban, a CMS-rendszerekben és az olyan hangplatformokon, mint a Google és az Alexa.*
- *Minden üzlethelyiség és adminisztrátori funkció elérhető API-k segítségével.*
- *GraphQL-támogatásunk biztosítja, hogy csak kérésre kelljen betöltenie a szükséges adatokat, ami jelentősen javítja a teljesítményt.*