



Der kunde

Polskie Składy Oponiarskie (PSO), einer der größten Großhändler für Fahrzeugreifen in Polen, einschließlich fortschrittlicher Online-Lösungen für Reifengroßhändler und Werkstätten.

■ **Das Produkt des Kunden**

Eine neue, aktualisierte Version der B2B- und B2C-E-Commerce-Verkaufsplattform von PSO für die Reifenindustrie, einschließlich einer neuen Web-App, aktualisiertem Design und neuen Funktionalitäten.

■ **Wo wir angefangen haben (Ausgangssituation und Herausforderung)**

PSO entschied sich für die Zusammenarbeit mit XSolve (jetzt Teil von Boldare) nach einer sehr erfolgreichen früheren Zusammenarbeit bei wymianaopon.pl, einer Online-Buchungsplattform für Terminvereinbarungen zum Reifenwechsel.

Bei der Aktualisierung und Skalierung der Online-Verkaufsplattform bestand eine der größten Herausforderungen darin, die Aktualisierungsarbeiten durchzuführen und gleichzeitig die bestehende Website aufrechtzuerhalten - besonders schwierig während der Hochsaison, wenn sich Anzahl der Kunden und Bestellungen innerhalb eines kurzen Zeitraums stark ansteigt. Weitere spezifische Herausforderungen waren die Beseitigung aller doppelten Einträge in der Produktdatenbank (bei mehr als 7 Millionen Produkten, die mehrmals täglich aktualisiert werden, war dies ein großes Problem für den Kunden und die Tausenden von B2B-Verkäufern, die die Plattform nutzen) und die Verkürzung der Upload-Zeit der Produktkataloge.

■ **Was wir getan haben (Ansatz und Prozess)**

Wir stellten ein Team aus Backend- und Frontend-Entwicklern, QA-Spezialisten und einem Scrum Master zusammen. Während dieses Langzeitprojekts (26 Monate) wechselte das Team im Laufe der Zeit, aber die beiden leitenden Entwickler waren eine konstante und beständige Ressource für Fachwissen und Anleitung für das Team.

Das System wurde um neue Funktionen erweitert und das Potenzial der E-Commerce-Plattform sowohl für B2B- als auch für B2C-Benutzer erhöht. Außerdem wurde eine Integration in die andere Online-Plattform von PSO vorgenommen.

Was geschehen ist (Ergebnis)

Die Plattform wurde sowohl für B2B- als auch für B2C-Nutzer erweitert und verbessert, einschließlich:

- Beseitigung von Doppelseinträgen in der Produktdatenbank (erreicht durch einen Algorithmus, der nach ähnlichen Produkten sucht und potenzielle Dubletten identifiziert).
- Verkürzung der Upload-Zeiten für Kataloge (sie betragen jetzt nur noch ein Viertel der früheren Zeiten).
- Business-Intelligence-Lösungen für B2B-Nutzer, einschließlich erweiterter Statistiken und Konkurrenzvergleiche.
- Integration der Verkaufsplattform in die Plattform des Unternehmens für Reifenwechsel-Dienstleistungen (wymianaopon.pl), indem ein neuer "One-Stop-Shop" geschaffen wurde.
- Eine verbesserte Benutzererfahrung und Schnittstelle.

Zu den wichtigsten Ergebnissen des Projekts gehören mehr als 5.000 regelmäßige Nutzer und zahlende Mitglieder der Site, mehr als 7 Millionen angebotene Produkte und 180.000 Bestellungen pro Jahr.

