

Intershop bringt Intershop 7.2 auf den Markt

22.11.2012, 15:17 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Intershop Communications AG*

- Verbesserte Cross-Channel-Funktionalitäten unterstützen Online- und Outbound-Marketingaktivitäten für zielgerichtete Kampagnen
- Verbesserte kundenspezifische Layouts und harmonisierte Ergebnisanzeige für ein maßgeschneidertes Online-Erlebnis
- Einführung des „Fast Start Store“ für schnelles, flexibles und kreatives Designen und Entwickeln neuer Einkaufswelten

Jena, 22. November 2012 – Intershop gibt die Verfügbarkeit von Intershop 7.2, der neuesten Version seiner E-Commerce-Plattform, bekannt. Das neue Release soll kanalübergreifend für ein noch attraktiveres Einkaufserlebnis sorgen.

Zu den Neuerungen zählen:

- Der Promotion Import garantiert ein nahtloses Zusammenspiel von Outbound-Marketing, d. h. klassischen Postmailings und anderen Drucksachen wie z. B. Zeitungsbeilagen und Flyer mit Gutscheinen oder Promotion-Codes. Dafür bietet Intershop 7.2 einen Importmechanismus, der sowohl Promotions als auch Promotion-Code-Gruppen aus einem externen System übernehmen kann.
- Stärkere Fokussierung von Marketingkampagnen dank Design-View-Erweiterungen, mit denen Marketing-Manager und Designer die Einkaufswelten schneller und einfacher konfigurieren können. Online- und Offline-Promotions können problemlos zwischen Unternehmen, Tochtergesellschaften und regionalen Niederlassungen ausgetauscht werden.
- Verbessertes kundenspezifisches Layout: Mit Intershop 7.2 lassen sich kundenspezifische Aktionen, Layouts und eine persönliche Preisgestaltung gleichzeitig darstellen. Mit dieser Funktion können Händler beispielsweise Kampagnen für die treuesten Kunden erstellen, bei denen Texte, Bilder und ganze Layoutwelten speziell auf diese Kunden abgestimmt sind und die zudem persönliche Angebote und Preislisten umfassen.
- Effizientere Arbeitsabläufe durch einfacheres Laden und Einpflegen von Bildmaterial. Content-Editor können nun unterbrechungsfrei arbeiten, da sie das für Produktbeschreibungen benötigte Bildmaterial gleichzeitig in den Text laden und in die Bibliothek einpflegen können. Das so in der Medienbibliothek abgelegte Material ist von anderen Bereichen der Plattform aus jederzeit leicht auffindbar und nutzbar.
- „Show it my way“: Intershop 7.2 ermöglicht eine harmonisierte Ergebnisanzeige, bei der die Suchergebnisse abhängig vom Kundenwunsch nach Preis, Relevanz, Produktnummer oder anderen Bezugsgrößen angezeigt werden. Die neue Sortierfunktion bietet dem Kunden somit mehr Möglichkeiten, den für ihn besten Weg zu seinem Ergebnis zu finden.
- Die flexible Payment-Framework-Erweiterung ermöglicht es, mit der Beispielzahlungsart „ISHpay“ als Vorlage beliebige neue Zahlungsmethoden einzubinden – ob regional begrenzte Zahlungsweise oder eine individuelle Methode für die Anbindung an die Finanzbuchhaltung.
- Der „Fast Start Store“ bietet Designern mehr Freiraum, Flexibilität und eine einfachere Anwendung bei der Layout- und Designgestaltung, deren Ergebnisse sich jederzeit problemlos weiterverwenden lassen. Ein vordefinierter Style Guide unterstützt die Designer beim Modifizieren und kann als Ausgangspunkt für neue Shops und Sites genutzt werden. Mit der neuen Fast-Start-Anwendung lassen sich neue Einkaufswelten schneller, flexibler und kreativer designen und entwickeln.

Dazu Jochen Moll, Mitglied und Sprecher des Vorstands bei Intershop: „Intershop 7.2 bietet umfangreiche Möglichkeiten für die Gestaltung eines noch stärker kundenorientierten Angebotes. Zugleich sparen Online-Händler durch die verbesserten Designfunktionalitäten Zeit und Ressourcen. Insgesamt ist das neue Release ein weiterer Beleg für unser Bestreben, Intershop-Kunden die effizientesten Lösungen zu bieten, mit denen sie das Potenzial des ständig wachsenden E-Commerce-Markts optimal nutzen können.“

Intershop 7.2 ist ab sofort erhältlich.

Portrait

Intershop Communications AG (gegründet 1992; Prime Standard: ISH2) ist ein führender Anbieter innovativer und umfassender E-Commerce-Lösungen. Das Unternehmen bietet leistungsstarke Standardsoftware für den Vertrieb über das Internet sowie alle zugehörigen Dienstleistungen an. Umfassende Online-Marketing-Services liefert die Intershop-Tochter SoQuero. Darüber hinaus übernimmt Intershop im Auftrag seiner Kunden die gesamte Prozesskette des Online-Handels einschließlich Fulfillment. Mit der Transaktionsplattform der 100-prozentigen Tochter TheBakery profitieren Geschäftspartner darüber hinaus von einem übergreifenden Bestell-, Lieferanten-, Produkt- und Vertriebskanal-Management.

Weltweit setzen über 500 große und mittelständische Unternehmen und Organisationen auf Intershop. Zu ihnen zählen u. a. HP, BMW, Bosch, Otto, Deutsche Telekom und Mexx. Intershop hat seinen Sitz in Deutschland (Jena) und unterhält Niederlassungen in den USA, Europa und Australien. Weitere Informationen über Intershop erhalten Sie im Internet unter www.intershop.de.

Diese Mitteilung enthält Aussagen über zukünftige Ereignisse bzw. die zukünftige finanzielle und operative Entwicklung von Intershop. Die tatsächlichen Ereignisse und Ergebnisse können von den in diesen zukunftsbezogenen Aussagen dargestellten bzw. von den nach diesen Aussagen zu erwartenden Ergebnissen signifikant abweichen. Risiken und Unsicherheiten, die zu diesen Abweichungen führen können, umfassen unter anderem die begrenzte Dauer der bisherigen Geschäftstätigkeit von Intershop, die geringe Vorhersehbarkeit von Umsätzen und Kosten sowie die möglichen Schwankungen von Umsätzen und Betriebsergebnissen, die erhebliche Abhängigkeit von einzelnen großen Kundenaufträgen, Kundentrends, den Grad des Wettbewerbs, saisonale Schwankungen, Risiken aus elektronischer Sicherheit, mögliche staatliche Regulierung, die allgemeine Wirtschaftslage und die Unsicherheit bezüglich der Freistellung gegenwärtig verfügbungsbeschränkter liquider Mittel.

News-ID: 681164 • Views: 117 (Stand: 29.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/681164/Intershop-bringt-Intershop-7-2-auf-den-Markt.html>