

BRAND

ACTIVE

powered by
divante

Shopify Partner

Möglichkeiten von der Plattform **Shopify Plus**

Das E-Book enthält eine Sammlung von Informationen, die verdeutlichen warum Shopify Plus eine der leistungsstärksten SaaS-Verkaufsplattformen der Welt ist.

Die Studie definiert auch, für welche Kundengruppen dieser Motor empfohlen wird und für welche nicht.

Zofia Komada
Piotr Karwatka
Beata Wysocka
Piotr Znamirowski

- 01.** Was lernen Sie aus dem E-Book?
- 02.** Über Shopify Plus und seine wachsende Popularität
- 03.** Wie viel kostet Shopify Plus?
- 04.** Die größten Vorteile der Shopify Plus-Plattform
- 05.** Nachteile und häufige Bedenken bei der Auswahl von Shopify Plus
- 06.** Shopify Plus – für wen ist es geeignet?
- 07.** In Shopify Plus verwendete Programmiersprachen
- 08.** Shopify Plus-Seitengeschwindigkeit
- 09.** Die häufigsten Migrationen von anderen E-Commerce-Systemen zu Shopify Plus
- 10.** Die Popularität von Shopify Plus in anderen Ländern
- 11.** Lassen Sie sich inspirieren – Shopify Plus Store-Beispiele

Inhaltsverzeichnis

Was lernen Sie aus dem E-Book?

Shopify Plus ist eine der beliebtesten Verkaufsplattformen für Gewerbliche Kunden weltweit.

Aufgrund seiner dynamischen Entwicklung geben wir Ihnen ein eBook an die Hand, aus dem Sie unter anderem lernen:

- was sind die größten Vorteile
- mit welchen Herausforderungen das SP Ihnen behilflich ist
- welche Begrenzungen von SP müssen Sie in Kauf nehmen
- für welche Art von Kunden ist diese Lösung
- in welchen Branchen SP am beliebtesten ist
- welche Plattformen am häufigsten auf SP migriert werden

Unseren E-book wir richten uns hauptsächlich an OnlineShop Besitzer, die einen Wechsel der Plattform erwägen; Unternehmer, die eine Entwicklungsstrategie haben, die die Implementierung eines Mehrzweck-OnlineShops auf der Grundlage eines stabilen und skalierbaren Systems für neue Märkte vorsieht; E-Commerce Manager, die mehr über Shopify Plus erfahren möchten.

01

Über Shopify Plus und seine wachsende Popularität

Shopify Plus wurde 2014 gegründet und in den letzten Jahren von über 10.700 Unternehmen auf der ganzen Welt implementiert und unter seinem Banner gibt es über 17.200 Online-Händler-Domains.

Die Plattform selbst wurde als Reaktion auf die wachsenden Bedürfnisse von Unternehmensbenutzern und denen entwickelt, die Funktionen benötigten, die in Basisplänen (Basic, Shopify und Advanced) nicht verfügbar oder nicht implementierbar waren. Immer mehr Unternehmer, die sich bisher auf die Implementierung von Magento 2 oder einem anderen Open Source-System konzentriert haben, entscheiden sich, ihr Geschäft auf SaaS-Basis Shopify Plus aufzubauen.

Der Vorteil dieser Lösung gegenüber den oben genannten Versionen ist vor allem die Möglichkeit, Shopify Flow, Shopify Scripts, Lounchpad zu implementieren, Checkout oder Store Speed zu bearbeiten – auf alle oben genannten Funktionalitäten wird in weiteren Teilen der e eingegangen –Buchen.

Seit 2017 beobachten wir einen zyklischen Anstieg der Popularität der Shopify-Plattform, wie in Abb. 1 dargestellt.



Möglichkeiten von der Plattform Shopify Plus

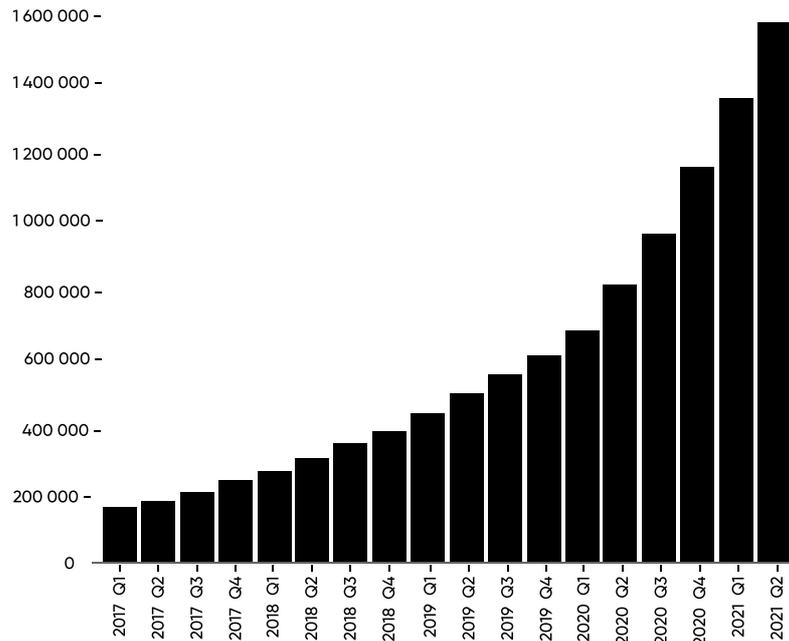


Abb. 1 Shopify-Entwicklung
Quelle: <https://storeleads.app/reports/shopify>

Die ungebrochene Popularität der Basis-Engine-Pläne spiegelt sich direkt in dem wachsenden Interesse an der Plus-Lösung wider, das im Rahmen der Implementierungen Jahr für Jahr wächst (Abb. 2).

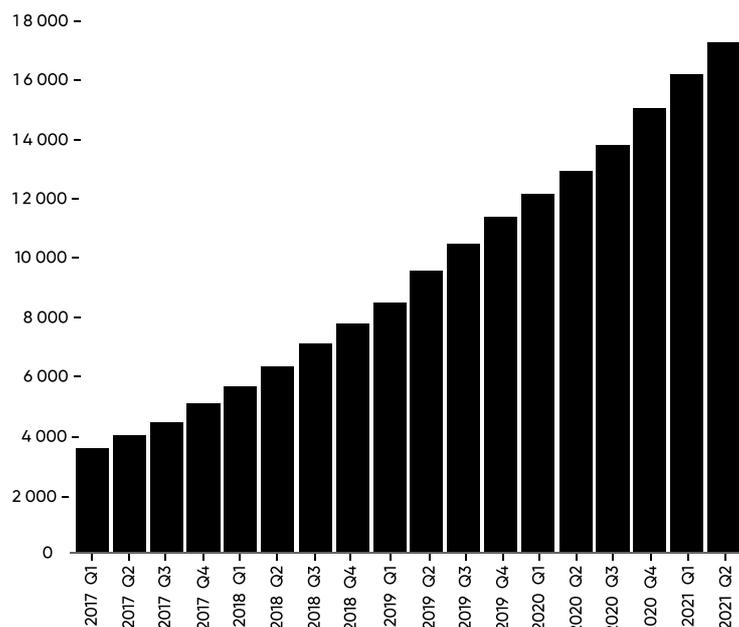


Abb. 2 Shopify Plus-Entwicklung
Quelle: <https://storeleads.app/eports/shopify/list-of-shopify-plus-stores>

Möglichkeiten von der Plattform Shopify Plus

Shopify Plus ist eine Lösung, die unabhängig davon funktioniert, welche Produkte im Geschäft verkauft werden, aber es ist erwähnenswert, dass es mehrere Branchen gibt, in denen diese Verkaufsmaschine am häufigsten verwendet wird. Die Liste sieht so aus:

- Mode
- Schönheit und Fitness
- Haus und Garten
- Gesunde Lebensmittel und Getränke

Die folgende Grafik (Abb. 3) zeigt den prozentualen Anteil der oben genannten Branchen an der Gesamtliste aller Shopify Plus-Shops.

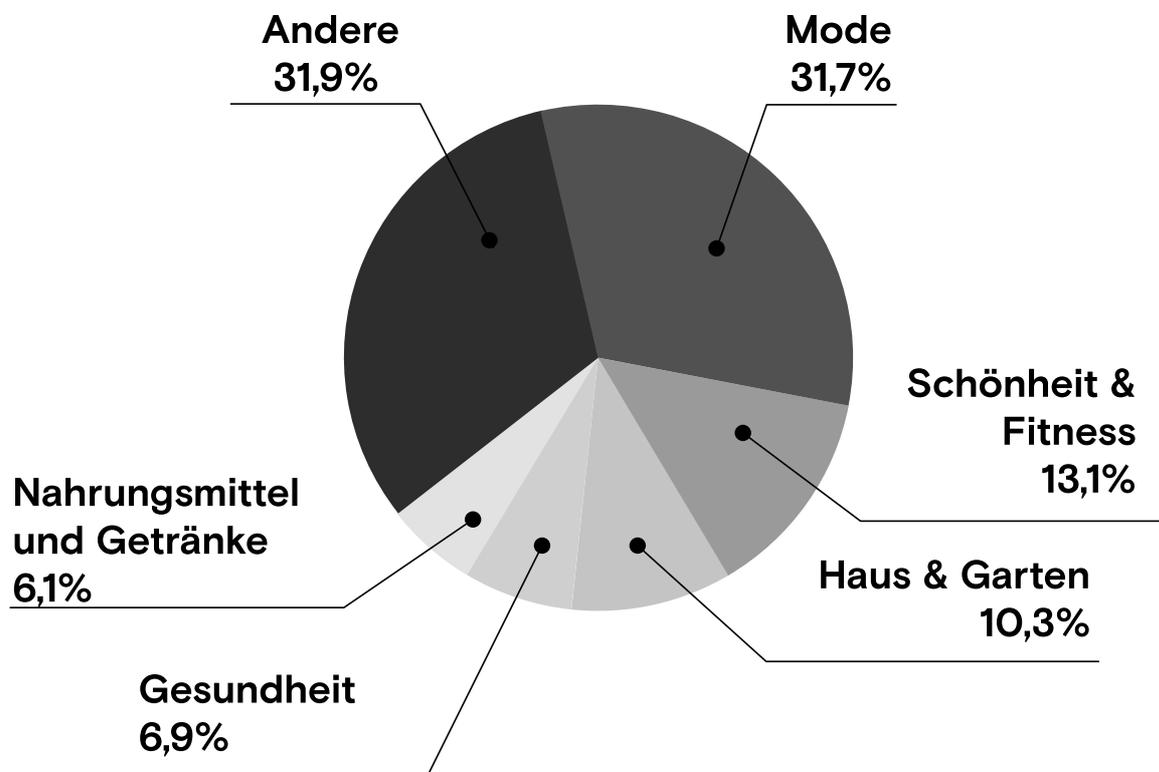


Abb. 3 Branchen in Shopify Plus-Stores

Quelle: <https://storeleads.app/reports/shopify/list-of-shopify-plus-stores>

Shopify Plus wird auch immer beliebter, da Sie damit Ihren Shop betreiben können, ohne Entwickler in Ihrem Team zu haben. Es sind keine SLAs erforderlich, um den Geschäft Besitzer zu schützen und bei der Lösung dringender technischer Probleme zu helfen, da es sich um eine SaaS-Lösung handelt, da alle auftretenden Probleme weltweit auftreten, sodass Shopify sofort reagiert, um sie zu beheben. Viele Unternehmer, die Shopify Plus nutzen, definieren diesen Komfort und die Gewissheit, dass das System zuverlässig ist, als einen der wichtigsten und größten Vorteile des Systems.

| | Adobe commerce (Magento 2 Commerce) | Shopify Plus |
|---------------------------------------|--|--|
| Monatliche Lizenzkosten | 1.840 \$ aufwärts abhängig von GMV | 0,15% min 2000\$ |
| Hosting | Eigene Anschaffung, in der Regel ab 1000 US-Dollar aufwärts, je nach Umfang der Implementierung, Skalierung erhöht die Kosten | Kostenlos mit Lizenz, skalierbar auf Workload ohne Kosten |
| Die Kosten für den Bau der Website | 50k \$ - 500k \$ | 20k \$ - 100k \$ |
| Support- und Upgrade-Kosten | In der Regel mit dem Implementierungspartner vereinbart von 2k \$ bis 15.000 \$ pro Monat | Wartung, SLA und Update im Lizenzpreis enthalten |
| Berichterstattung | Magento BI bis zu \$ 100 bis \$ 2000 pro Monat | Im Lizenzpreis enthalten |
| Wartungsanwendungen | Einmalige Zahlung für Implementierung und Update | Monatliches Wartungsabonnement, ca. 200 USD pro Monat |
| Monatliche Wartungskosten | Ab 5000 \$ | Ab 2200 \$ |

Tab. 1 Vergleich der Kosten für Adobe Commerce und Shopify Plus

Wie viel kostet Shopify Plus?

Die Abrechnung für die Nutzung von Shopify Plus erfolgt monatlich und ihr Wert richtet sich nach dem im Shop generierten Umsatz.

Der Preis für Shopify Plus beginnt bei 2.000 US-Dollar. Bemerkenswert ist, dass die Gebühr den Hauptspeicher und die Möglichkeit der Erstellung von neun zusätzlichen / Erweiterungsspeichern beinhaltet – in der Praxis werden sie sehr oft als ergänzende Sprachversionen verwendet.

Wenn der monatliche Umsatz eines Shops von 800.000 US-Dollar überschritten wird, beträgt die Shopify Plus-Gebühr 0,25 % des im Shop generierten Betrags. Um die Probleme im Zusammenhang mit der Zahlung für Shopify Plus besser zu veranschaulichen, [hier](#) eine vorbereitete Excel-Datei mit einer Kostensimulation.

Hervorzuheben ist auch, dass bei Vertragsabschluss mit Shopify Plus eine Store-Testversion generiert wird, für die die erste Zahlung nach 30 Tagen erfolgt – es ist also zusätzliche Zeit für Migration, Implementierung oder Änderungen.

03

**Laden Sie die Excel-Datei
mit der Kostensimulation
herunter**



Die größten Vorteile der Shopify Plus-Plattform

Shopify Plus ist einer der weltweit führenden eCommerce-Marktführer. Was macht diese Lösung so beliebt? Warum entscheiden sich Marken wie Heinz, Rebecca Minkoff, Gymshark, Fashion Nova, Kylie Cosmetics, Allbirds oder die New York Times für diese Lösung? Die Hauptvorteile von Shopify Plus werden im Folgenden erläutert.

Shopify Scripts

Shopify Scripts sind nichts anderes als Code-Snippets, mit denen Sie benutzerdefinierte Lösungen erstellen können, die zusätzliche Abhängigkeiten in der Phase der Warenkorb-, Liefer- oder Zahlungsauswahl aufbauen.

Wir präsentieren Beispiele für die Verwendung von Shopify-Skripten, basierend auf einem bestimmten Problem oder den Anforderungen des Geschäftsinhabers.



1. Produktbestellphase / Warenkorbphase

Problem / Anforderung:

Der Storebesitzer will die letztjährige Kollektion ausverkaufen. Er möchte ein Rabattsystem implementieren, das es den Kunden seines Shops ermöglicht, beim Hinzufügen dieser spezifischen Produkte den Rabatt im Warenkorb zu erhöhen, je nachdem, wie viele sie kaufen möchten. Gleichzeitig möchte er, dass jedes Produkt der neuen Kollektion, das zusätzlich in den Warenkorb gelegt wird, einen kleinen Rabatt erhält - so möchte er Sie anregen, neue Produkte zu prüfen und neu eingeführte Produkte zu kaufen.

Lösung:

In einer solchen Situation sollte das erste der grundlegenden Shopify-Skripte verwendet werden, d. h. dasjenige, das auf der Produktbestellphase (Werbebuchungsskripte) basiert. Auf dieser Grundlage können wir ein Abhängigkeitssystem und eine Rabattregel erstellen, die es Ihnen ermöglichen, einen Rabatteffekt zu erzielen, indem Sie den Preis in Abhängigkeit von der Anzahl bestimmter Produkte im Warenkorb ändern.

Dank Shopify Scripts können wir zusätzlich eine Funktion einstellen, die je nachdem, welche Produkte in den Warenkorb gelegt werden, einen vom Ladenbesitzer bevorzugten Rabatt generiert.

2. Lieferstufe/ Versand

Problem / Anforderung:

Im Zusammenhang mit der Rabattaktion möchte der Geschäftsbesitzer, dass Produkte aus einer Kollektion kostenlos an die Kunden verschickt werden. Gleichzeitig möchte er sichergehen, dass bei weiteren Artikeln im Warenkorb der kostenlose Versand deaktiviert wird.

Lösung:

Es sollte die zweite Art von Shopify-Skripten verwendet werden, die auf den Regeln zum Ändern von Lieferungen (sogenannte Versandskripte) basieren. Dank dessen können wir eine Beziehung in der Phase des Produkts und seiner Lieferkosten herstellen. Wir können aus vordefinierten Produktgruppen oder einzelnen Artikeln wählen, die zu Aktionspreisen oder versandkostenfrei versendet werden.

In diesem Fall kann das Skript automatisiert werden, sodass beim Erscheinen von Produkten, die nicht zu den 'privilegierten' Gruppen gehören, im Warenkorb die Informationen zum kostenlosen Versand entfernt werden und stattdessen ein Standardwert angezeigt wird.

3. Zahlung

Problem / Anforderung:

Der Geschäftbesitzer hat mit einem seiner Zahlungsanbieter bessere Provisionsbedingungen ausgehandelt. Er möchte, dass dieses Formular an erster Stelle in der Liste aller Angebote steht, die an der Kasse im Geschäft verfügbar sind. Gleichzeitig möchte er für eine Produktgruppe eine bestimmte Zahlungsweise vorschreiben – er verkauft auch exklusive Produkte und möchte in diesem Fall keine per Nachnahme Zahlung anbieten.

Lösung:

Durch den Einsatz von Zahlungsskripten können wir umfangreiche Abhängigkeiten schaffen. Mit diesem Skript können Sie die Reihenfolge festlegen, in der die Zahlungsmethoden im letzten Schritt des Kaufs angezeigt werden (in Basisversionen, dh Basic, Shopify, Shopify Advanced, ist diese Option nicht realisierbar). Außerdem können wir Regeln zwischen der ausgewählten Produktgruppe und der dafür definierten Zahlungsmethode erstellen.

Shopify Scripts basiert auf der in Ruby geschriebenen Shopify Scripts API.

Shopify Flow

Shopify Flow ermöglicht es Ihnen, die im Store ablaufenden Prozesse zu automatisieren. Die Lösung ermöglicht es, Abhängigkeiten zwischen den Aktionen der Kunden auf der Website des Shops herzustellen, erleichtert aber vor allem die Arbeit der Besteller erheblich.

Shopify Flow ist eine Reihe von inhaberdefinierten Regeln, deren Hauptziel die allgemein verstandene Verbesserung des Informationsflusses ist.

Beispiele für die Verwendung von Flow in Shopify Plus-Shops aus der Sicht von Personen, die Panels und Verwaltung verwalten:

- Versenden einer Benachrichtigung, wenn ein bestimmtes Produkt den Lagerbestand 0 oder ein von uns definiertes Limit erreicht
- automatische Erstellung einer Liste der beliebtesten Produkte in einem bestimmten Zeitraum in Bezug auf ihre Suche (besonders nützlich im Rahmen der Analyse Einkaufstrends im Geschäft)
- Bereitstellung von Informationen an ein Kurierunternehmen oder einen Logistikmakler über das Erscheinen einer von ihm bearbeiteten Bestellung
- Erstellen einer Liste der Kunden, die Produkte mit einem vom Geschäft Besitzer festgelegten Wert zurücksenden
- Automatisches Senden von Rabattcodes / Geschenkgutscheine für Kunden, die beim Einkaufen im Geschäft einen definierten Betrag ausgegeben haben oder erneut bestellen
- Information über eine negative Meinung zum Produkt sowie die automatische Erstellung eines speziellen Kontakttickets, das schnelle Reaktionen ermöglicht

Die Vorteile der Verwendung von Shopify Flow sind zum einen die Zeitersparnis, die für die Durchführung nicht automatisierter Aktivitäten aufgewendet werden müsste, und zum anderen eine Reihe von Annehmlichkeiten, die sicherstellen, dass bei der richtigen Konfiguration der Flow-Abhängigkeiten kann das Geschäft unbeaufsichtigt betrieben werden.

**Mit der richtigen
Konfiguration der
Flow-Abhängigkeiten
kann der Store
unbeaufsichtigt
betrieben werden.**

Launchpad

Launchpad ist eine App, mit der Sie Werbekampagnen im Shopify Plus Store erstellen, planen und koordinieren können.

Es lohnt sich, das Launchpad an einem Beispiel zu beschreiben, das beschreibt, welche Aktivitäten wir dank ihm planen können:

Im Zusammenhang mit dem Black Friday ist eine wöchentliche Marketing- und Werbeaktion geplant. Das Geschäft wählt eine Gruppe von Produkten aus, die Rabatten unterliegen. Die ganze Aktion besteht darin, so zu arbeiten, dass zu Beginn die Preise niedriger sind und im Laufe der Tage der Wert der Produkte steigt - dies soll die Kunden zu einer schnelleren Kaufentscheidung motivieren. Darüber hinaus ist die Aktion mit Shopify-Skripten verknüpft, mit denen Sie in der Bestellphase bestimmte Aktionen auslösen können. Wir können auch Lieferskripte implementieren - dank ihnen werden wir die Probleme im Zusammenhang mit der Logistik der Bestellungen während der Werbekampagne ändern.

Abb. 4 zeigt die Ansicht des Launchpad-Anwendungspanels, das verwendet wird, um die Regeln für eine bestimmte Promotion / Marketing-Veranstaltung festzulegen.

Möglichkeiten von der Plattform Shopify Plus

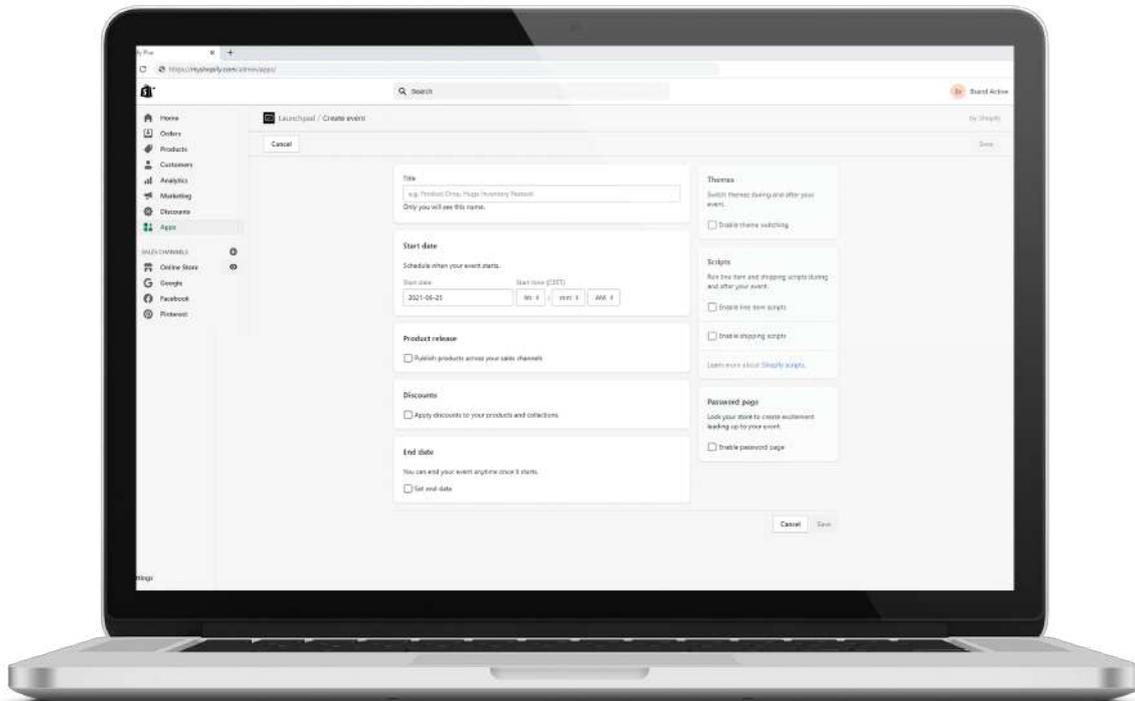


Abb. 4 Launchpad im Shopify Plus Store Quelle: Brand Active eigener Testshop

Launchpad ermöglicht es Ihnen auch, Produkte an einem bestimmten Tag zu veröffentlichen (es ist großartig für die Kampagne "Coming soon", bei der wir das Warten des Kunden auf das Produkt auslösen, das dann zu dem von uns gewählten Zeitpunkt in den bevorzugten Vertriebskanälen veröffentlicht wird).

Die App ermöglicht es Ihnen auch, den Shop mit einem Passwort zu schützen und ihn automatisch zu Beginn einer bestimmten Aktion zu starten, die in solchen Shops auf Shopify Plus erfolgreich verwendet wird wie <https://www.kyliecosmetics.com/>, <https://jeffreestarcosmetics.com/> oder <https://shop.justinbiebermusic.com/>.

Unten (Abb. 5) sehen Sie ein klassisches Beispiel für die Verwendung von Lounchpad, bei dem es vor dem Hinzufügen einer neuen Kosmetikkollektion zum Geschäft eine Informationsseite und eine Box zum Aufzeichnen gibt, dank derer der Kunde über das Datum informiert wird der Veröffentlichung neuer Produkte.

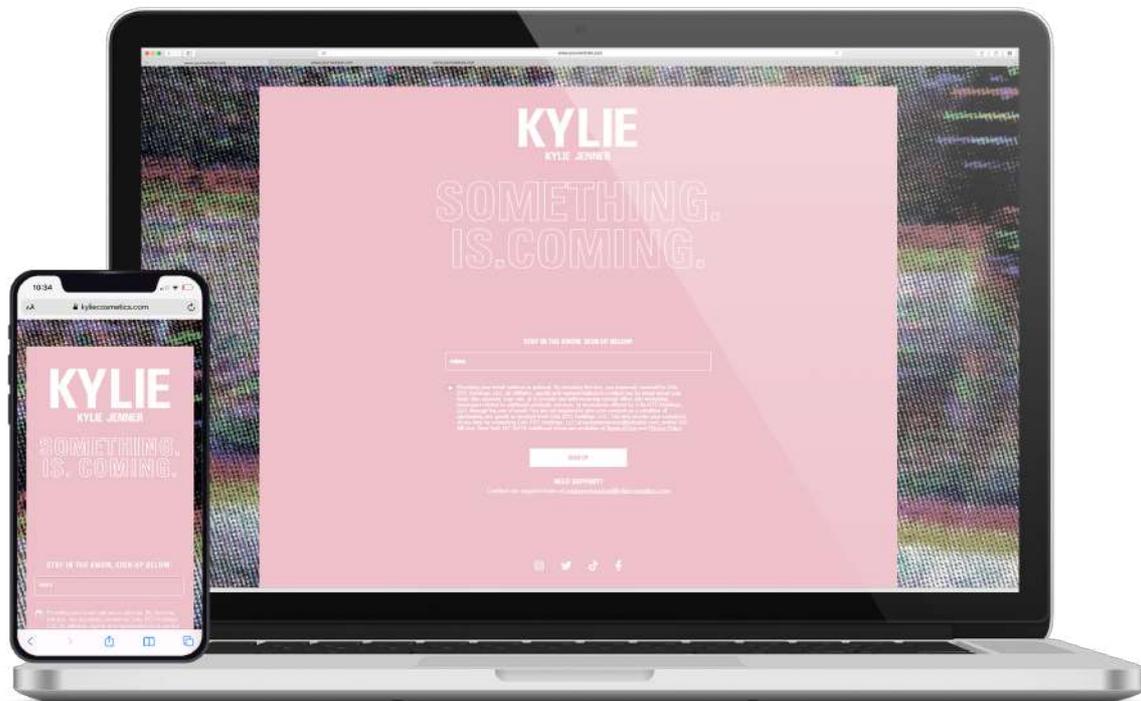


Abb. 5 Verwenden von Lounchpad in Shopify Plus - Kylie Cosmetics Store
Quelle: <https://www.kyliecosmetics.com/>

Transporter

Transporter ist eine App für Unternehmer, die die Verkaufsmaschine ihres Geschäfts ändern und mit der Migration zu Shopify Plus beginnen.

Unabhängig von der Umgebung, aus der der Übergang erfolgen soll, soll die Anwendung den gesamten Prozess erleichtern.

Dank der Verwendung von Transporter ist es möglich, den Kundenstamm, die Produkte sowie die Auftragsliste zu migrieren.

Shopify empfiehlt, dass Sie in einer bestimmten Reihenfolge migrieren – Produktpriorität, dann Kundenstamm und Bestellungen.

Das Tool wird auch vom Transporter command line Tool verwendet, dank dem es möglich ist, Datensätze von einer anderen Verkaufsplattform zu übertragen. Wichtig ist, dass Sie mit der Anwendung selbst den Quellcode bearbeiten können, sodass Sie in diesem Fall verschiedene Dateien frei in die gewünschte CSV-Datei konvertieren können.

Möglichkeit der erweiterten Bearbeitung

Shopify Plus bietet die Möglichkeit der erweiterten Checkout-Bearbeitung. Der Zugriff auf diesen Abschnitt ist in grundlegenden Shopify-Plänen aufgrund der Datensicherheit, die für Plattformentwickler äußerst wichtig ist, nicht verfügbar.

Der Zugriff auf die checkout.liquid-Edition ermöglicht es Ihnen, die zuvor besprochenen Funktionen in Shopify-Skripten zu implementieren.

Crossborder

Shopify Plus ist eine Lösung für Kunden, die ihren Shop auf mehreren ausländischen Märkten entwickeln möchten.

Innerhalb einer Lizenz können Sie 10 separate Instanzen erstellen, die immer wieder als separate Sprachversionen des Hauptspeichers verwendet werden – dieser Ansatz zur Expansion in fremde Märkte ist auch im Rahmen von Extended Analytics gerechtfertigt, die durch den Einsatz separater Umgebungen ist ungestört. Eine Alternative zur Bereitstellung mehrerer Sprachversionen mit lokaler Währung ist die Verwendung von Shopify Payment (eine von Shopify angebotene Zahlungslösung), die eine Mehrwährungsfunktionalität mit einer einzigen Lizenz ermöglicht.

Hervorzuheben ist auch, dass diese Lösung derzeit (Stand Juni 2021) für Unternehmen mit Sitz in Australien, Österreich, Belgien, Kanada, Dänemark, Deutschland, Hongkong, Irland, Italien, Japan, Niederlande, Neuseeland, Singapur, Spanien, Schweiz, Großbritannien, Puerto Rico.

Shopify Plus unterstützt auch die folgenden Sprachen: Chinesisch (vereinfacht und traditionell), Dänisch, Tschechisch, Niederländisch, Englisch, Finnisch, Französisch, Deutsch, Italienisch, Japanisch, Koreanisch, Norwegisch, Polnisch, Portugiesisch, Spanisch, Schwedisch, Thai, Türkisch, Vietnamesisch.

Für die restlichen Sprachen, die in Ihrem Shop bereitgestellt werden, können Sie mit Shopify übersetzte Phrasen manuell bearbeiten und hinzufügen. Eine Alternative ist natürlich auch die Implementierung einer der Dutzenden von verfügbaren Anwendungen (in kostenlosen und kostenpflichtigen Plänen), die eine automatische Übersetzung des Shops ermöglichen. Die Funktionalität funktioniert auf zwei Arten: automatisch durch Geolokalisierung des Benutzers, der den Shop besucht und durch manuelles Ändern der bevorzugten Sprache auf der Homepage des Shops.

Datensicherheit

Shopify legt besonderen Wert auf Sicherheit. Alle von Shopify erfassten Informationen werden auf Servern in Tier III-, ISO 27001- und PCI DSS-zertifizierten Rechenzentren gespeichert.

Shopify entspricht dem Sicherheitsstandard SOC 2 und verfügt über einen NDA-Bericht SOC 2 Typ 2 sowie einen öffentlich zugänglichen Bericht SOC 3.

Informationen, die an Shopify gesendet werden, werden mit standardmäßigen kryptografischen Protokollen wie SSH, IPSec, HTTPS -TLSv1.2 verschlüsselt.

Auf dem eCommerce-Marktplatz verwenden viele Unternehmen HTTPS nur für den Checkout, Shopify verwendet es standardmäßig auch für Storefront- und Admin-Seiten.

Alle Kreditkarteninformationen und andere vertrauliche Informationen in operativen Data Warehouses werden im Ruhezustand verschlüsselt. Im Gegensatz dazu werden Benutzerpasswörter mit dem bcrypt-Hashing-Algorithmus gespeichert und verschlüsselt.

Die folgenden Ereignisse werden auf den Servern von Shopify gespeichert:

- Von Shopify verarbeitete Anfragen
- Serveraktivität
- Anwendungsaktivität
- Store-Anmeldeaktivität
- Authentifizierungsversuche

Möglichkeiten von der Plattform Shopify Plus

Diese Protokolle werden ungefähr einen Monat lang aufbewahrt und dann an externe Backup-Speicherorte übertragen, wo sie für mindestens 12 Monate verfügbar bleiben.

Es ist erwähnenswert, dass Shopify Plus jeden Tag im Rahmen der Datenwiederherstellung aus Backups im Falle eines möglichen Ausfalls testet.

Shopify Plus-Store-Besitzer können auch zusätzliche Store-Sicherheitsfunktionen anpassen, darunter:

- Multi-Faktor-Authentifizierung aktivieren
- angeben, welche personenbezogenen Daten von Kunden abgefangen werden
- implementieren Sie Zugriffsebenen für Ihre Mitarbeiter

Shopify Plus verfügt auch über ein SSL Extended Validation-Zertifikat, das den höchsten Standard der Identitätsauthentifizierung aufrechterhält.

Zugang zum Administrationsbereich

Mit Shopify Plus können Sie ohne Einschränkungen Konten im Admin-Panel erstellen (Basispläne haben diesbezüglich Einschränkungen - in Basic können Sie Zugriffsrechte für zwei Benutzer angeben, in Shopify - fünf und in Shopify Advanced - fünfzehn).

Der Hauptadministrator (Geschäftsinhaber) kann jedem der Mitarbeiter spezifische Rechte geben - Abb. 6 zeigt eine Liste von Geschäftsfunktionalitäten, auf die Zugriff angezeigt werden kann.

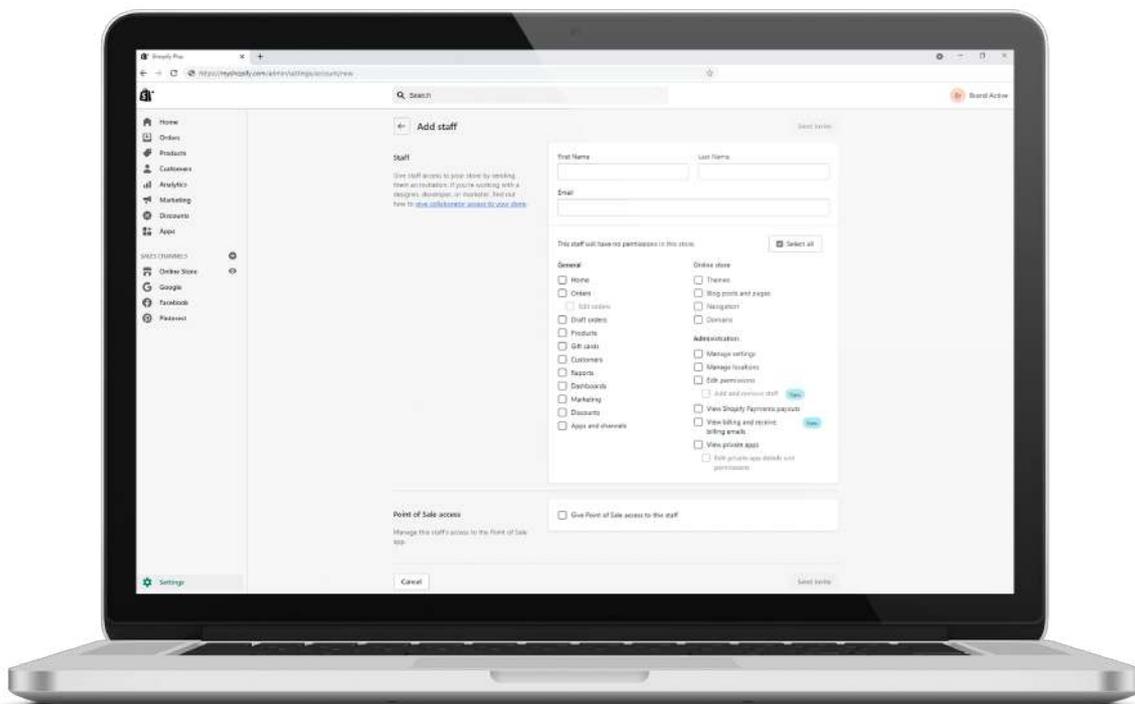


Abb. 6 Shopify Plus Admin-Panel Quelle: Brand Active eigener Testshop

Nachteile und häufige Bedenken bei der Auswahl von Shopify Plus

Shopify Plus ist eine SaaS-Lösung, die natürlich mit gewissen Einschränkungen verbunden ist. Wenn es um Einschränkungen geht, die eine inakzeptable Barriere darstellen können, sind die häufigsten unten aufgeführt:

- Ohne Zugriff auf Shopify Payments kann kein Abonnementmodell implementiert werden. Polnische Unternehmer und all diejenigen, die diese Zahlungsart nicht haben, können ihre Verkäufe nicht auf das Abonnementmodell stützen. Wiederkehrende Zahlungen sind nur mit einer von Shopify erstellten Zahlungslösung möglich. Es ist erwähnenswert, dass am 29.06.21 auf Shopify Unite bekannt gegeben wurde, dass Shopify daran arbeitet, dieses Modell zu verbessern und zu verbreiten.
- Trotz der Tatsache, dass Shopify Plus keine Einschränkungen für die Frontend-Schicht auferlegt, sollte berücksichtigt werden, dass alle Backend-Änderungen mit der Shopify-API kompatibel sein müssen. In der Praxis bedeutet dies, dass nicht alle dedizierten Lösungen in diesem Bereich umgesetzt werden können.

05

Möglichkeiten von der Plattform Shopify Plus

- Shopify Plus hat Grenzen, wenn es um die Anzahl der Varianten geht. Im Administrationsbereich haben wir die Möglichkeit 100 Varianten pro Produkt zu implementieren. Dies kann definitiv problematisch sein, wenn wir eine Situation betrachten, in der ein bestimmtes Produkt Hunderte von verschiedenen Optionen haben kann.
- Shopify Plus verfügt über eine vordefinierte Linkstruktur, in der nur die letzten Mitglieder (d. h. Handel) bearbeitet werden. Dies bedeutet, dass wir die Mitglieder von 'collection' und 'products' nicht aus diesem Beispiellink entfernen können `www.myshopifystore / collections / test / products / test` entfernen der 'Kollektion' und 'Produkte'
- Der Nachteil kann auch die Unfähigkeit sein, ein mehrstufiges Menü zu erstellen. Mit Shopify Plus können Sie in dieser Hinsicht drei Ebenen erstellen. In der Praxis bedeutet dies, dass wir die maximale Wirkung im Store erzielen können:

Hauptkategorie (erste Ebene):

Unterkategorie (zweite Ebene):

Unterkategorie (dritte Ebene):

Shopify Plus – für wen ist es geeignet?

Shopify Plus ist definitiv eine Lösung für diejenigen Kunden, die eine stabile, skalierbare Verkaufsmaschine suchen.

Die Zielgruppe dieser Plattform sind auch Unternehmer, die eine Plattform benötigen, die ihnen die Möglichkeit der vollständigen Integration mit externen Systemen bietet:

- Buchhaltungs-, Logistik- und Zahlungsdienste
- Treue
- personalisierter frondend
- ERPB
- WMSB
- IMSB
- CMSB
- PIMB
- marketing automation
- marketplace

06

Es beweist auch, dass Shopify Plus eine Lösung für Kunden ist, die E-Business breit betrachten und sich auf die von ihnen verwendete Plattform konzentrieren, um ihnen die Freiheit zu geben, Änderungen vorzunehmen, aber gleichzeitig die Entwicklung zu unterstützen und mit dem Tempo der Veränderungen Schritt zu halten die Branche.

Shopify Plus ist eine Lösung für E-Store-Besitzer, die entweder bereits international verkaufen oder die nächste Stufe ihrer dynamischen Entwicklung darstellen und nach einer Plattform suchen, die ihnen hilft, einen florierenden Multi-Store aufzubauen.



„Ehrlich gesagt bin ich total fasziniert davon, wie Shopify (einschließlich Shopify Plus) wächst. Ich erinnere mich an mein erstes Treffen mit dieser Plattform – um 2011. Man möchte sagen: vor Ewigkeiten. Bei Divante konzentrierten wir uns mehr oder weniger auf die Entwicklung unserer Kompetenzen in Magento, wir konzentrierten uns auf dedizierte eCommerce-Implementierungen. Shopify galt damals auf dem Markt als Lösung, um einfache Shops sehr schnell und günstig (im Rahmen eines monatlichen Abonnements) einzurichten.

Das war vor 10 Jahren so. Derzeit wird Shopify (oder ist es bereits?) Gleichzeitig ist die Shopify Plus Plattform mit vielen Zusatzfunktionen eine tolle Lösung für wirklich große und komplizierte Shops.

Shopify hat definitiv eine kritische Masse erreicht, um die andere Plattformen ihn beneiden könnten.

Viele große Marken entscheiden sich für die Einführung des E-Commerce-Kanals auf Basis dieser Plattform, geleitet von der sehr kurzen Zeit, die der Store benötigt, unzähligen Funktionalitäten, die im Shopify App Store verfügbar sind (Integrationen, Marketingfunktionen, Integrationen mit Zahlungen usw.).

Wenn Sie sich entscheiden, eine Technologieplattform für Unternehmen zu entwickeln, müssen Sie sich eine ganz wichtige Frage stellen: Welche Architekturelemente wollen wir kaufen und welche bauen wir? Um es zu erstellen, fallen auch die Kosten für das Hosten, Warten, Aktualisieren und Ändern an. Diese Kosten übersteigen sehr oft die anfänglichen Baukosten. Heutzutage entscheidet sich kaum jemand für eine dedizierte Lösung – unter anderem aus diesem Grund. Es lohnt sich, Ihr Geschäft auf einer stabilen Plattform aufzubauen, die funktioniert, über eine sehr solide API verfügt und auf der Sie nur die Funktionen aufbauen können, die unserem Geschäft den höchsten Wert bringen.

Shopify ist eine perfekte Plattform für Entwickler, die eine extrem reichhaltige API bietet (dank der App Store so viel entwickelt hat, dass Shopify so viele Anwendungen hinzugefügt werden können). Die letzte Shopify Unite-Konferenz war praktisch zu 100 % den Entwicklern gewidmet. Eine Sensation. Zuvor wurden dort neue Funktionen gezeigt, Unternehmensberatung angeboten. Im Fokus standen diesmal etliche – auch strategische Ankündigungen – wie die Präsentation der Storefront 2.0 Architektur, Shopify Scripts, Hydrogen Frontend und andere.

Shopify ist eine Entwicklungsplattform, die es Ihnen ermöglicht, eine eCommerce-Lösung unabhängig von der Größe in der API First- und Headless-Architektur zu erstellen und gleichzeitig eine sehr kurze Implementierungszeit zu gewährleisten. Ein unschlagbares Angebot.

Piotr Karwatka – Mitglied des Aufsichtsrats von Divante



In Shopify Plus verwendete Programmiersprachen

Shopify und Shopify Plus basieren auf mehreren Programmiersprachen. Ursprünglich basierte die Plattform auf Ruby on Rails. Die Grundlage ist Liquid Shopify, eine Kombination aus HTML und CSS, die in den Vorlagendateien verwendet wird, aus denen die Store-Themes bestehen, und ist Open Source. Shopify bietet auch Bibliotheken basierend auf Ruby, Node und PHP.

Mit Shopify können Sie auch Ihre eigenen Schnittstellen basierend auf Shopify Polaris erstellen, die eine Komponentenbibliothek basierend auf React und Redux enthält.

Bei Modifikationen auf Basis des Shopify Plus Backends wird Node.JS erfolgreich eingesetzt.

07



Shopify Plus überprüft, obwohl es sich um eine SaaS-Lösung handelt, ständig die Bedürfnisse seiner Benutzer und erhöht den Umfang seiner Funktionalitäten von Quartal zu Quartal. Zudem passt es sich laufend allen gesetzlichen Änderungen weltweit an, sodass die Prozesse zur Berechnung von Steuern und Abgaben eine native Funktionalität des Systems sind.

Eine der Komponenten, die Shopify Plus ständig erweitert, ist die Möglichkeit, sich im Headless-Modell mit dem Store zu verbinden. Shopify erweitert nach und nach die Möglichkeiten der Shopify-API und bietet immer mehr Möglichkeiten der funktionalen Integration mit der Frontend-Schicht, die in einem Headless-Ansatz aufgebaut ist. Auf dem Markt gibt es fertige Programmierlösungen, die Shopify integrieren, die Entwicklern in React- oder VUE-Technologien zur Verfügung stehen, z.B. Add-Ons für GATSBY oder VUE STOREFRONT. Dank dieser Möglichkeiten verwenden die Entwickler beim Erstellen eines neuen Shops im Headless-Modell vorgefertigte Lösungspakete, die sich auf den Aufbau des Frontend-Shops konzentrieren, während sie über ein voll funktionsfähiges Online-Shop-Backend-System basierend auf Shopify PLUS verfügen.

Außerdem passen immer mehr App-Entwickler im AppStore Shopify ihre Apps so an, dass sie auch über die API für Shop-Builder im Headless-Modell verfügbar sind. Dies ist insbesondere aufgrund der Migration von den aktuellen Shops auf Basis von Liquid Shopify zu Headless wichtig. Bei der Migration des Frontends des Stores wollen wir die bisher genutzten Anwendungen mit vollem Funktionsumfang erhalten.

Piotr Znamirovski - E Commerce Manager & Business Analyst bei Brand Active



Shopify Plus-Seitengeschwindigkeit

Shopify Plus legt großen Wert auf die Geschwindigkeit der Shops, die unter seinem Banner erstellt werden.

Innerhalb einer Minute werden 10.978 Anfragen gesendet, und die Ladegeschwindigkeit kann mithilfe von Shopify Storefront Renderer (SFR) optimiert werden. Diese Anwendung basiert auf Ruby. SFR wurde entwickelt, um die Verarbeitung von Datenleseanforderungen zu ändern, was letztendlich zu einer 2,5- bis 5-fachen Erhöhung der Serverleistung führt. Die Verwendung von SFR ist für Shopify Plus-Shops Standard.

Ein weiterer Vorteil ist die automatische Konvertierung von WebP-Bildern und die Verkleinerung von SCSS.liquid.

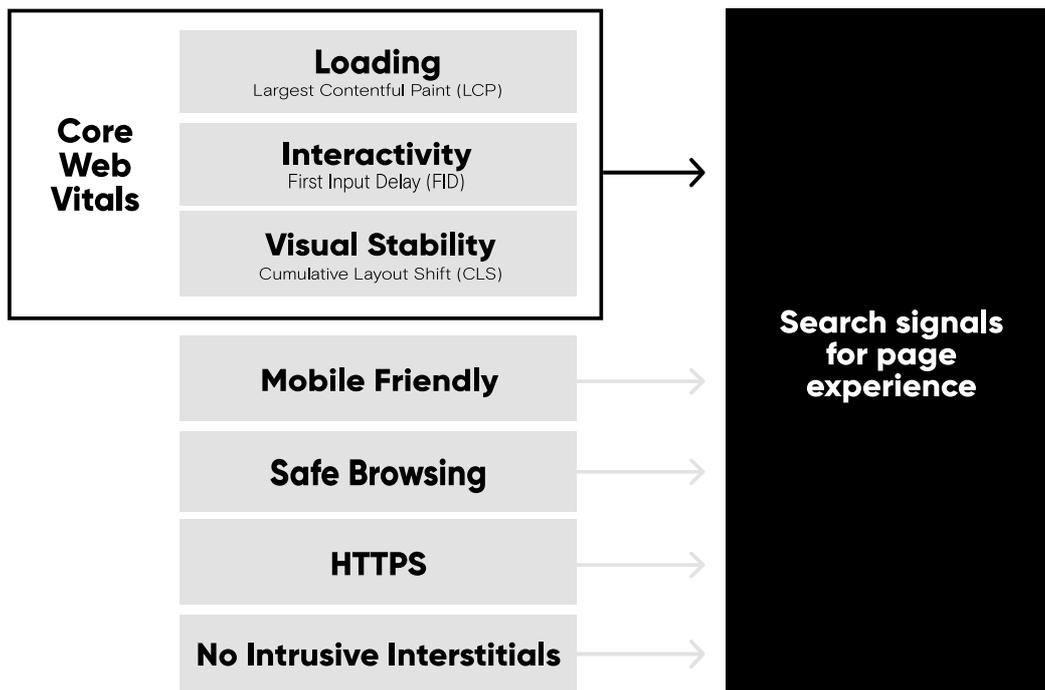
Wichtig ist auch, dass Shopify Plus ein eigenes Cloud-Hosting verwendet, was sich zusätzlich auf das Arbeiten ohne Ausfallzeiten im Rahmen der Echtzeit-Datenübertragung auswirkt.



Möglichkeiten von der Plattform Shopify Plus

Die Fähigkeiten von Shopify Plus: Shopify hat während des letztjährigen Black Friday und Cyber Monday (2020) einen echten Test der Geschwindigkeit der Verarbeitung von Daten und Bestellungen bestanden, wo mehrere Rekorde gebrochen wurden, aber was im Zusammenhang mit der diskutierten Geschwindigkeit wichtig ist - die Server übergaben Bestellungen im Gesamtwert von 5,1 Billionen US-Dollar mit einem durchschnittlichen Warenkorbwert von 89,2 US-Dollar. Details zur Leistung von Shopify und Shopify Plus in dieser Zeit finden Sie [hier](#).

Shopify Plus verwendet auch ein Dual Content Delivery Network (CDN).



Quelle: <https://developers.google.com/search/blog/2020/05/evaluating-page-experience>



Die Geschwindigkeit der Website ist ein Google-Ranking-Faktor (und bald – mehr dazu weiter unten – noch wichtiger). Sein Ergebnis beeinflusst daher die Auswirkungen der Positionierung. Die Seitengeschwindigkeit ist auch in Bezug auf die Benutzererfahrung sehr wichtig. Kunden, die mit der Geschwindigkeit der Website unzufrieden sind, verlieren das Vertrauen in die Website und besuchen sie seltener wieder.

Seit langem stellen wir fest, dass seitens Google ein wachsendes Gewicht auf die Geschwindigkeit der Bedienung von Websites gelegt wird. Bis Ende August 2021. ein großes Update in Bezug auf Geschwindigkeit und UX von Websites wird implementiert: "Page Experience Signals" (gestartet am 15. Juni 2021). Eines der Elemente des Updates sind Core Web Vitals, mit denen die Implementierungszeit bestimmter Prozesse auf der Website gemessen werden soll:

- LCP (Largest Contentful Paint) – misst die Zeit, die benötigt wird, um das größte auf der Seite sichtbare Element zu generieren
- FID (First Input Delay) – Zeit, während der die Seite auf die erste Benutzeraktion reagieren kann.
- CSL (Cumulative Layout Shift) – Zeit, während der die Seite auf die erste Benutzeraktion reagieren kann.

Die nächste Gruppe ist eine Reihe von Faktoren, die bereits bei der Website-Analyse und SEO-Optimierung berücksichtigt wurden. Dabei handelt es sich um technische Themen, wie Mobile Friendly oder die Nutzung des https://-Protokolls, die bisher nur ergänzend waren. Ihre Bedeutung wird laut der Ankündigung von Google Ende August 2021 zunehmen.“

Beata Wysocka – SEO-Spezialistin bei Brand Active



Die häufigsten Migrationen von anderen E-Commerce-Systemen zu Shopify Plus

Shops aus drei Gruppen werden auf Shopify Plus migriert: dedizierte Systeme, Open Source-Systeme und andere wettbewerbsfähige SaaS-Engines.

Die Liste der fünf Umgebung, aus denen am häufigsten Migrationen zu Shopify Plus durchgeführt werden, lautet wie folgt:

- Magento
- WooCommerce
- Dedizierte Systeme
- BigCommerce
- PrestaShop

Die bereits erwähnte Transporter-Anwendung wird gerne im Zusammenhang mit der Migration verwendet.



Die Gründe für den Wechsel der Plattform sind jedes Mal unterschiedlich, aber es lohnt sich, die häufigsten Gründe hervorzuheben:

- die Möglichkeit der Geschäftsskalierung und Expansion in ausländische Märkte
- Möglichkeit der Verbindung mit POS-Systemen, die die Entwicklung des Omnichannel-Ansatzes ermöglichen
- die Notwendigkeit eines stabilen und fehlerfreien Systems
- die Notwendigkeit einer Umgebung, die anfällig für Veränderungen ist und den aufkommenden Trends in der eCommerce-Branche folgt.

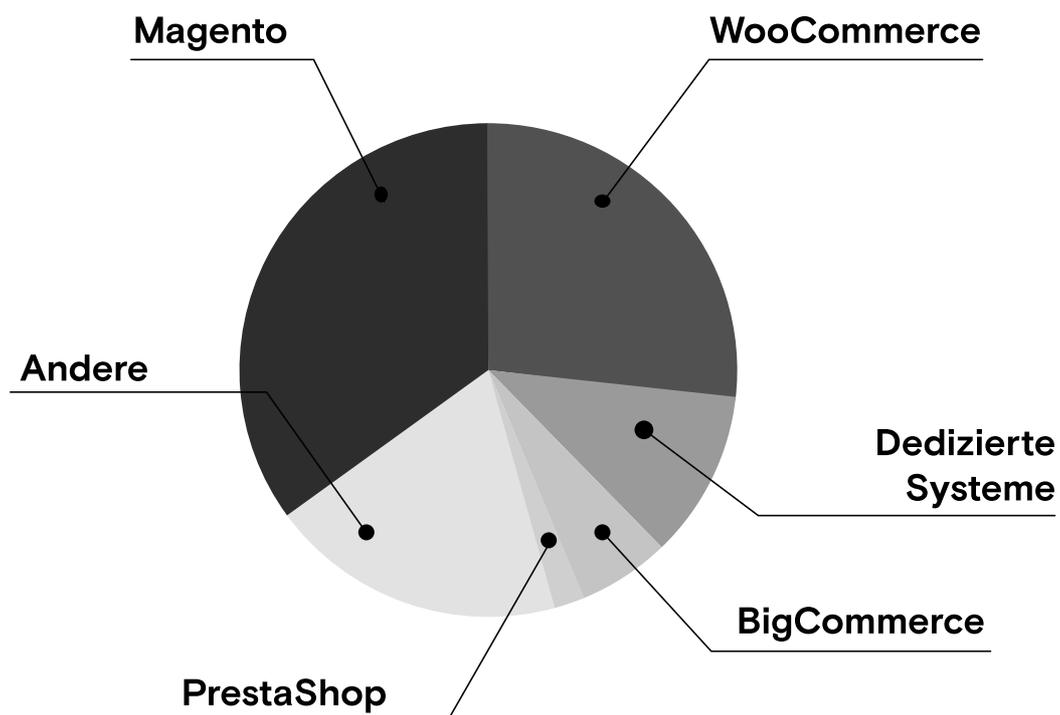


Abb. 7 Migration von Einzelsystemen zu Shopify Plus.
Quelle: <https://storeleads.app/reports/shopify/list-of-shopify-plus-stores>

Die Popularität von Shopify Plus in anderen Ländern

Shopify Plus ist die beliebteste Lösung in den USA – über 56% aller Shops sind in diesem Markt etabliert.

Den zweiten Platz mit einem Ergebnis von 9,87 % belegen Unternehmer aus Großbritannien, den dritten Kanadier (6 %), den vierten Australier (5,5 %) und Deutschland (2,8 %) komplettiert die Liste der fünf dominierenden Länder.

10

Abbildung 8 veranschaulicht die Popularität von Shopify Plus in jedem Land. Die Karte stellt neben den oben genannten fünf führenden Ländern die übrigen Länder dar, in denen die SP besonders eifrig umgesetzt wird.

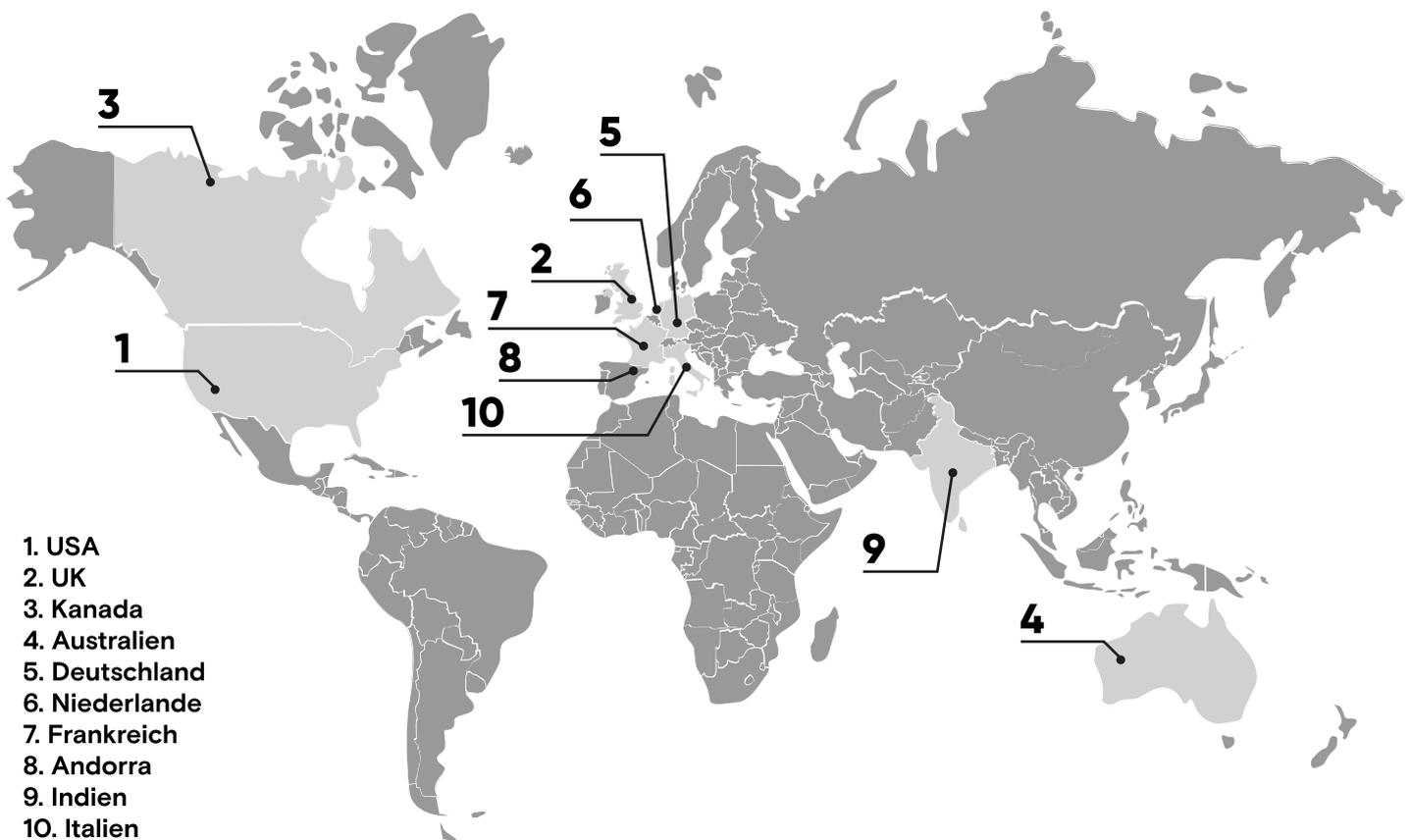
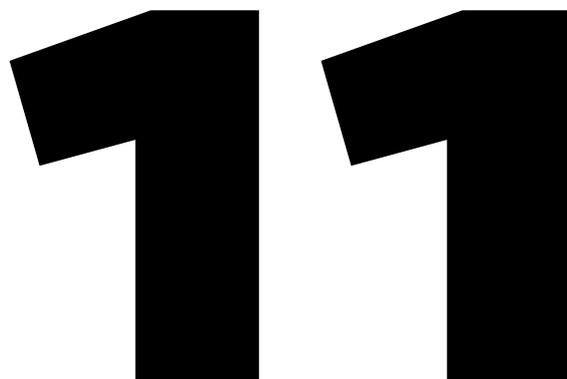


Abb 8 veranschaulicht die Popularität von Shopify Plus in jedem Land

Die Daten wurden auf der Grundlage eines auf Store Leads verfügbaren Berichts erhoben [Link zum Raport](#)

Lassen Sie sich inspirieren – Shopify Plus Store-Beispiele

Auf den folgenden Seiten präsentieren wir eine Auswahlliste von Shopify Plus-Shops, die Aufmerksamkeit verdienen, da sie in bestimmten Kategorien einige der höchsten Punktzahlen aufweisen.



Enfamil

Enfamil (<https://www.enfamil.com/>) mit eine Erhöhung von 92 Punkten auf 100 in der mobilen Version und 100 von 100 in der Desktop-Version basierend auf Google PageSpeed Insights Tests basierend auf Lighthouse Performance Scoring ist einer der führenden Shopify Plus Stores mit dem besten Pagespeed-Ergebnis.

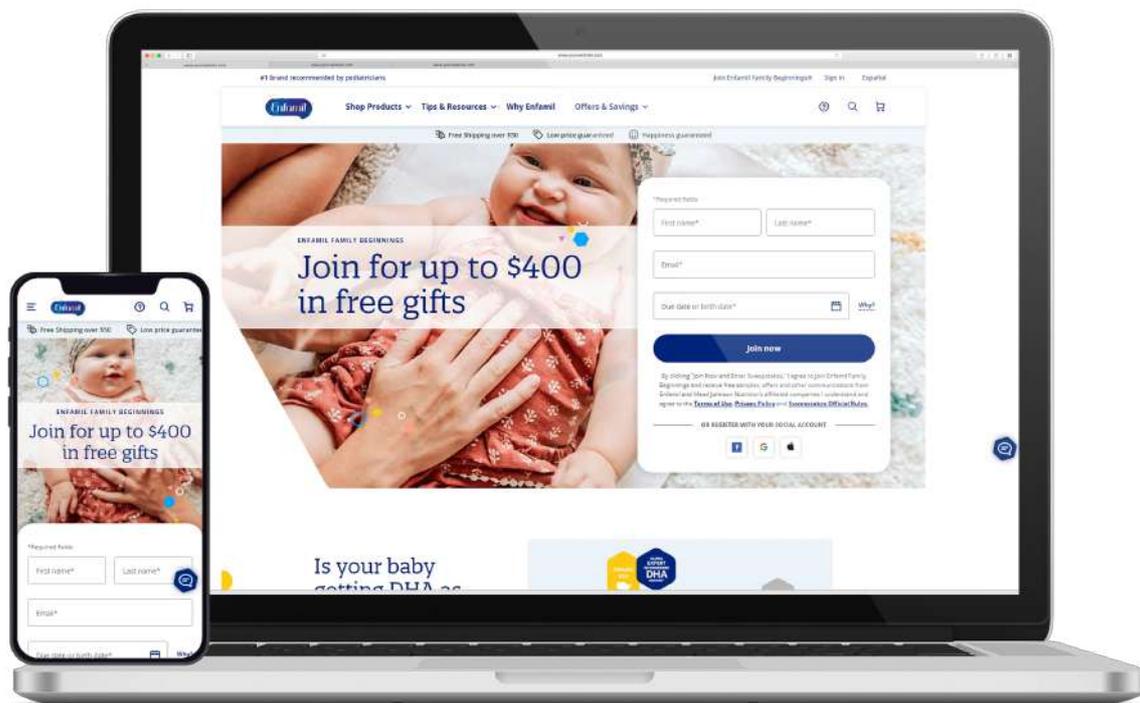


Abb. 9 Store-Ansicht <https://www.enfamil.com/>
Quelle: <https://www.enfamil.com/>

Möglichkeiten von der Plattform Shopify Plus

Makeup Geek

Makeup Geek (<https://www.makeupgeek.com/>) mit 801.591 Followern auf Facebook ([Link zum Profil](#)) und 2.342.839 Followern auf Instagram ([Link zum Profil](#)) und Gymshark (<https://row.gymshark.com/>) mit insgesamt 1.949.319 Follower auf Facebook ([Link zum Profil](#)) und 3.087.942 Follower auf Instagram ([Link zum Profil](#)) sind Shopify Plus Stores mit erkennbaren, entwickelten und beliebten Social Media Kanälen. Die oben genannten Daten entsprechen dem Stand vom 21.06.2021.

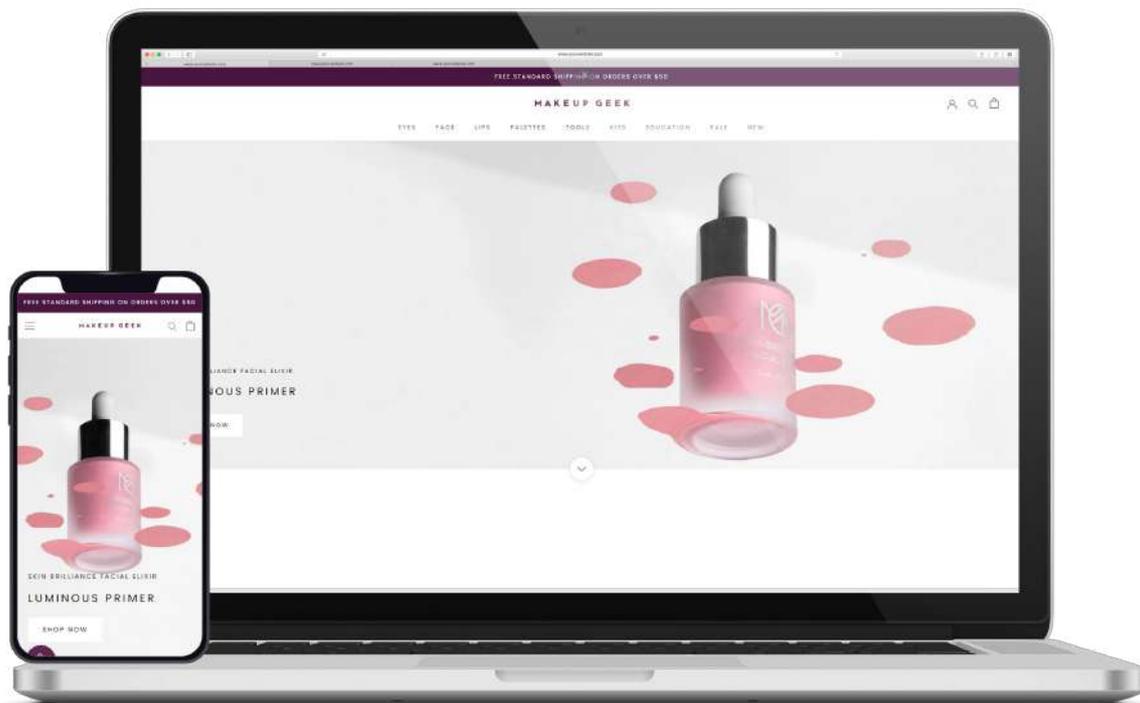


Abb. 10 Store-Ansicht <https://www.makeupgeek.com/>
Quelle: <https://www.makeupgeek.com/>

Aloyoga

Aloyoga (<https://www.aloyoga.com/>) ist ein Shopify Plus-Shop mit einem geschätzten monatlichen Umsatz von über 1.000.000 US-Dollar bei gleichzeitigem monatlichem Verkehr auf der Website von fast 950.000 einzelnen Benutzern.

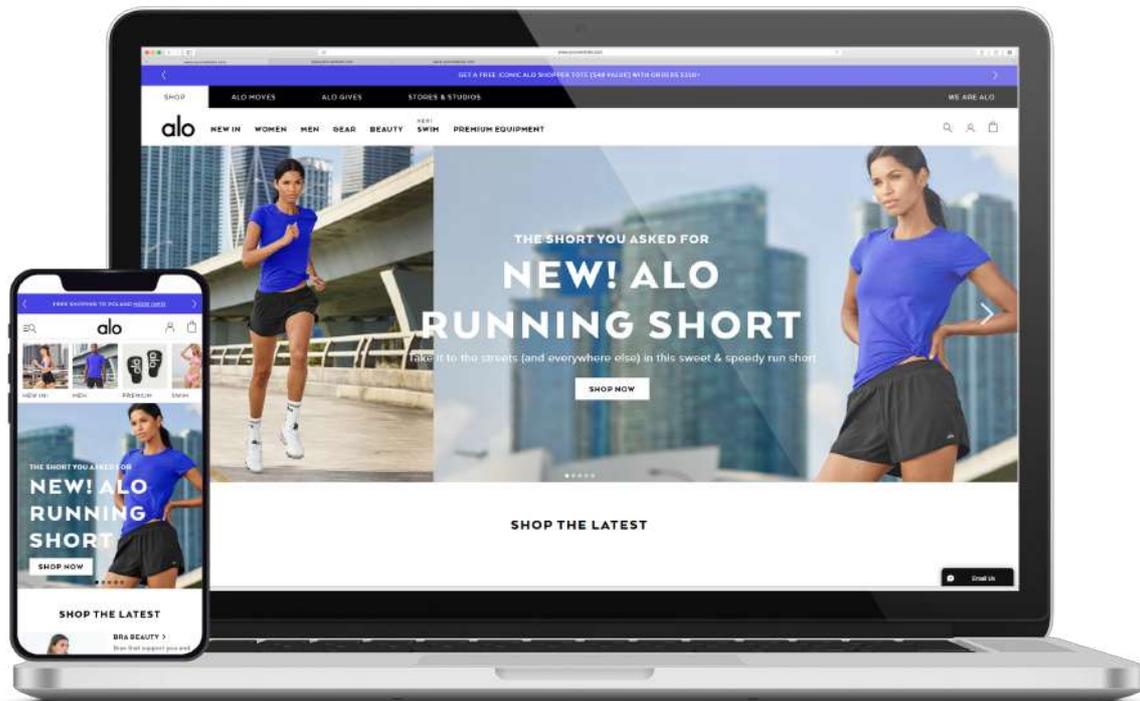


Abb. 11 Store-Ansicht <https://www.aloyoga.com/>
Quelle: <https://www.aloyoga.com/>

Zusammenfassung

Shopify Plus ist definitiv eine Lösung für alle Unternehmer, die einen Online-Shop erstellen und entwickeln möchten, der auf einer stabilen Umgebung basiert. Dank umfangreicher Funktionalitäten können Sie mit Shopify Plus dedizierte Lösungen implementieren und externe Microservices entwickeln.

Die dynamische Entwicklung der Plattform in den letzten Jahren garantiert, dass Shopify Plus nicht nur den Trends in der Branche große Aufmerksamkeit schenkt, sondern diese auch mitgestaltet – dies ist einer der Vorteile von Shopify, was diese Plattform zur beliebtesten SaaS-Verkaufsmaschine macht in der Welt.

Autoren



Zofia Komada

Shopify Expert & Ecommerce Manager

Seit mehreren Jahren mit der E-Commerce-Branche verbunden, berät sie ausländische und polnische Kunden bei der Auswahl eines Online-Shop-Systems. Sie berät innerhalb von Shopify Plus und Shopify und zeigt das Potenzial, die Stärken, die Wettbewerbsvorteile, die Fähigkeiten und die Einschränkungen der Plattform auf. Sie koordinierte Implementierungs- und Marketingaktivitäten, darunter in den Projekten Decathlon, La Perla Clinic, Lesstello, Manufaktura in Bolesławiec oder Viola Hair Extension.



Piotr Karwatka

Mitglied des Divante-Aufsichtsrats

Piotr Karwatka gründete Divante im Jahr 2008 und bekleidete die nächsten 13 Jahre die Position des CTO. Er baute Organisationen von 1 Mitarbeiter auf über 280 Mitarbeiter auf. Er hat immer eine Leidenschaft für Technologie und hilft derzeit als Teil von Catch The Tornado Teams beim Aufbau technologischer Produkte – wie Meetsales, Azimuth PRO oder Vue Storefront. Piotr ist auch Gastgeber des Catch The Tornado Podcasts, in dem Sie jede Woche interessante Interviews mit Leuten aus der Welt von eCommerce, Open Source und Enterprise Software hören können.



Beata Wysocka

SEO Specialist

Seit 2015 in der Internet-Marketing-Branche tätig. Derzeit Teamleiter der SEO Brand Active Abteilung. Seit über 2 Jahren konzentriert sie sich ausschließlich auf SEO für die E-Commerce-Branche. Sie betreut täglich die Projekte der SEO-Abteilung und betreibt eigene. Verwaltet und implementiert SEO-Strategien, erstellt und implementiert Analysen und Empfehlungen zur Website-Optimierung und überwacht die Auswirkungen von Aktivitäten.



Piotr Znamiorowski

Ecommerce Manager & Business Analyst

Er berät und betreut seit vielen Jahren Implementierungen und Integrationen im Bereich E-Commerce. Immer auf der Suche nach einer Möglichkeit, IT-Prozesse zu optimieren und zu automatisieren. Durch engen Kontakt zu Entwicklern, Kunden und deren Projekten optimiert und entwickelt sie deren E-Commerce-Systeme. Derzeit ist er für Pre-Implementation-Analysen verantwortlich und baut die Architektur zukünftiger E-Commerce-Systeme auf.

BRAND

ACTIVE

Shopify & eCommerce Agency

Als Shopify & eCommerce Agentur erstellen und implementieren wir Onlineshops auf der Shopify Plus und Shopify Plattform zugeschnitten auf die neuesten Trends und individuellen Bedürfnisse. Wir bieten die Integration mit PIM-, ERP-, CRM- oder POS-Systemen. Wir erstellen dedizierte Anwendungen und entwickeln Onlineshops, indem wir sie auditieren und mehrstufige Implementierungsarchitekturen vorbereiten.



Śniadeckich 20C/3 Street
35-006 Rzeszow
Poland



Dmowskiego 17 Street
50-203 Wrocław
Poland



Schwerinallee 34 Street
15806 Zossen
Deutschland



AUSGEWÄHLTE KUNDEN:



WIR SIND PARTNER



Reden wir über Ihr Projekt:
info@brandactive.pl

Wir sind ein Teil von
divante