



Bei Alzura Shop wird besonderer Wert darauf gelegt, dass alles einfach ist und unkompliziert funktioniert.

© Saitow AG

Saitow hilft bei der Digitalisierung

24.11.2021

Der Onlinehandel hat durch Corona einen zusätzlichen Schub bekommen. Aber auch ohne Lockdowns steht fest: Unternehmen können ihre Umsätze mit Digitalisierung nachhaltig steigern. Die Saitow AG bietet hierfür mit Alzura Shop für die Automotive-Branche eine Komplettlösung.



CEO Michael Saitow will mithelfen, den lokalen, stationären Handel zu digitalisieren.

© Saitow AG

Das Coronavirus hat das Einkaufsverhalten der Verbraucher verändert. Onlineshops beziehungsweise das Onlineshopping haben einen noch wichtigeren Status als vorher eingenommen und sind in diesem Sinne ein starker Katalysator für die Digitalisierung. Aber wie gelingt es der Automotive-Branche, das eigene Geschäftsmodell nachhaltig zu digitalisieren?

Genau hier setzt das eCommerce-Unternehmen Saitow mit der neuen Komplettlösung Alzura Shop an, die Website und Onlineshop kombiniert. Durch eine integrierte Schnittstelle zu Alzura Tyre24 können Händler ihre Werkstatt und Leistungen online individuell mit der Komplettlösung präsentieren und ihren eigenen Onlineshop um das Produktsortiment von Alzura Tyre24 (Reifen, Felgen und KFZ-Ersatzteile) erweitern. Bei letzterer handelt es sich um eine führende B2B-Plattform für den KFZ-Aftermarket.

Kunden gewinnen und binden

„Mit Alzura Shop stellen wir der Branche eine Lösung zur Verfügung, um die Herausforderungen der Digitalisierung zu meistern und online neue Kunden auf einfache Weise zu gewinnen und zu binden“, sagt Michael Saitow, Gründer und CEO der Saitow AG.

Dazu gehören, dass Dienstleistungen, Webspace, Domains, SSL-Zertifikate und Support sowie alle anderen Mittel, die notwendig sind, um eCommerce erfolgreich zu betreiben, inbegriffen sind. „Dadurch können sich Kunden auch außerhalb der Geschäftszeiten das Angebot ansehen und entweder gleich im Shop kaufen oder

später im Geschäft vorbeigehen. So wird der lokale stationäre Handel mit Hilfe der Digitalisierung gestärkt“, so Saitow.

Der große Vorteil von Alzura Shop liegt laut Saitow in der Einfachheit der Dinge. Ohne HTML-Kenntnisse lassen sich mit wenigen Klicks Produkte und Leistungen online zur Verfügung stellen. Zudem lassen sich Änderungen einfach eigenständig durchführen, wenn sich Preise und Produkte ändern.

Egal ob Werkstatt, Reifenhandel oder Autohaus: die Lösungen und Design-Vorlagen bieten sich für jede Betriebsart und Unternehmensgröße an. Die persönliche Note wird durch individuelle Fotos des Geschäfts oder des Teams hervorgehoben. Auch fertige Produktdaten oder Fotos, die angepasst und erweitert werden können, bietet die Komplettlösung. Zudem ist Alzura Shop cloudbasiert, sodass keine Kosten für Updates entstehen und der Shop von überall erreichbar ist.

„Um nicht darauf angewiesen zu sein, dass potenzielle Kunden den Onlineshop schon finden werden, darf bei professionellen Lösungen die Suchmaschinenoptimierung nicht fehlen“, sagt Saitow, der deshalb auch SEO-Optimierung mit intelligent eingesetzten Keywords anbietet, die dafür sorgen, dass der Webshop bei Google auch gefunden wird.

Integration von Alzura Tyre24

Mit einer integrierten Schnittstelle zu Alzura Tyre24 werden die wichtigsten Informationen der B2B-Plattform an Alzura Shop übertragen. Der Händler hat die Möglichkeit, neben seinem eigenen Sortiment auch die Produktvielfalt von über 2.000 Anbietern in seinem Onlineshop anzeigen zu lassen. Dafür stehen mehrere optional buchbare Automotive-Plugins zur Auswahl.

Den Kunden stehen drei Preispakete zur Verfügung: „Starter“, „Pro“ und „Enterprise“, die optional mit Automotive-Plugins erweiterbar sind. Je nach Unternehmens- und Shopgröße kann der Interessent selbst wählen, welches Paket für ihn am geeignetsten ist. Los geht's mit dem Einstiegspaket „Starter“, das für 19 Euro pro Monat bereits den vollen Umfang an Funktionen bereithält. Jeder neue Kunde erhält eine 30-tägige Testphase.