



地域最大手PVC窓メーカー ・ 製造業 / Eコマース ・ ドイツ ・ 継続中

ドキュメントなしでECプラットフォームを再構築し、 - コンバージョン率とオーガニックトラフィックを大幅に - 向上。

クライアントの背景

クライアントは、1980年に設立されドイツに本社を置く、PVCおよびプラスチック窓の有力な製造業者です。その都市圏で最大のメーカーとして、5,000平方メートルを超える生産施設とショールームを運営しています。

100名以上の熟練した従業員を擁し、高品質な業界プロファイルを使用して1日あたり最大300台のオーダーメイド窓ユニットを生産しています。販売アプローチを現代化するため、同社は専用のECプラットフォームを立ち上げました。このデジタルチャネルは、従来のオフラインで煩雑な購入プロセスを避けたい顧客を特にターゲットとし、オーダーメイドの窓やドアをオンラインで構成・販売するための専門ポータルとして機能しています。

課題

同社が以前のソフトウェアベンダーとの関係を終了した際、運用上価値のあるものをほとんど引き継ぎませんでした。 - プロジェクトドキュメント、アーキテクチャ図、コードベースのバージョン管理履歴が一切ありませんでした。オーダーメイド製品の構成やチェックアウトフローを扱う稼働中のECプラットフォームにとって、これは単なる不便ではなく、事業継続に対する根本的なリスクでした。

既存のECウェブサイトは問題をさらに悪化させました。特にホームページやチェックアウトページにおいて、ユーザーインターフェースは現代のUX/UI基準から見て著しく時代遅れでした。旧式のデザインはユーザーの信頼を損ない、エンゲージメントを抑制し、 - コンバージョン率を低下させました。熟慮を要する高額な取引であるオーダーメイド製品を構成・購入する顧客は、現代的で信頼感を与えるデジタル体験を期待します。しかし、既存のプラットフォームはその期待とは裏腹のものでした。

パフォーマンスの問題が損害をさらに拡大させました。遅い読み込み時間と低いモバイル応答性はユーザーを苛立たせ、検索エンジンのランキングで不利になり、信頼性を損なう不安定さを生み出しました。デジタルチャネルの競争優位性が、従来の経路よりも購入体験を簡素化することに完全に依存している市場において、遅く信頼性の低いプラットフォームは中核となる価値提案を無効にしていました。

同社は自社システムの可視性を失い、ベンダーとの関係における信頼を失い、成長を積極的に阻害するプラットフォームを運用していました。

アプローチ

Gradionは、ドキュメントもバージョン履歴もないコードベースの理解から着手しました。これは、避けられない最初のステップでした。チームは大規模なリバースエンジニアリングに着手し、既存のコードベースを体系的に分析しました。これにより、 - アーキテクチャの再構築、機能のマッピング、そして維持または置換が必要な依存関係の特定を進めました。この作業が、その後の全-

での工程の前提条件となりました。

既存システムの構造を明確に把握した上で、Gradionは複数トラックでの変革を実行しました。

デザイン面では、チームは商業的に最も重要な2つの領域、すなわちホームページとチェックアウトフローの全面的な刷新に着手しました。ホームページは、閲覧性を向上させ、製品ラインナップを明確に伝えるために、複数のカスタマイズ可能なセクションで再構築されました。チェックアウトは、ステップ数を削減し、明確な進捗インジケータを導入することで再構築されました。これにより、特にカスタム構成の注文で離脱しやすいポイントでのカート放棄を最小限に抑えました。モバイル対応は、最優先要件として扱われ、デスクトップからスマートフォンまで一貫した体験を保証しました。

インフラ面では、Gradionは基盤プラットフォームを再構築し、スケーラビリティ、レジリエンス、安定性を向上させました。高度な監視およびアラートツールを統合し、リアルタイムのパフォーマンス追跡と迅速なインシデント対応を可能にしました。これは、クライアントが以前は持っていなかった機能です。その結果、ダウンタイムの大幅な削減と、より信頼性の高いプラットフォームが実現しました。

極めて重要な点として、Gradionは企業と自社テクノロジーとの関係を再構築しました。包括的な知識移転、詳細なドキュメント、透明性の高いコミュニケーションチャネルを通じて、企業はプラットフォームの真の所有権と理解を得ました。これは、以前のベンダーが残した不透明さとは対照的です。

成果

変革されたEコマースプラットフォームは、トラフィック、コンバージョン、ブランド認知度において測定可能な改善をもたらしました。

ウェブ訪問者数の大幅な増加：これは、サイト構造の改善、技術的なSEO修正、そしてより高速でクリーンなコードベースによるパフォーマンス向上といったSEO改善によって促進されました。

コンバージョン率の向上：ステップ数を減らし、明確な進捗インジケータを備えた再設計されたチェックアウトフローにより、カート放棄を効果的に削減しました。

プラットフォームの信頼性向上：インフラストラクチャの再構築により、ダウンタイムが大幅に削減され、全体的な安定性が向上しました。

ブランド認知度の近代化：現代的なデザインにより、デジタルチャネルはカスタム高額購入のための信頼できる場所として位置づけられました。

クライアントによる完全な所有権の回復：包括的なドキュメント、知識移転、透明性の高いプロジェクトコミュニケーションを通じて、クライアントは自社プラットフォームを理解し、管理できるようになりました。

パフォーマンスの向上、より直感的なユーザーエクスペリエンス、検索可視性の改善の組み合わせは、事業成長に相乗効果をもたらしました。その結果、より多くのユーザーが訪れ、より多くがコンバージョンし、より多くが購入を完了するようになりました。

"お見積もりはご要望に応じて承ります。お問い合わせください。"

Reference call available on request.

クライアント

提供サービス

- Eコマースプラットフォームの再設計
- ITアーキテクチャとリバースエンジニアリング
- フロントエンドおよびバックエンドのパフォーマンス最適化
- DevOps導入とインフラストラクチャの再構築

技術スタック

- Eコマースプラットフォーム
- モバイルファーストフロントエンドデザイン
- 高度なモニタリング・アラートツール
- DevOpsおよびCI/CDプラクティス
- SEOテクニカル修正・サイト構造最適化

- SEO技術最適化
- 監視およびアラートの統合
- 知識移転とドキュメント作成

同様の課題についてご相談しませんか？

Gradionは、DACH、東南アジア、アフリカのソフトウェア企業、フィンテック、産業オペレーターと協業しています。ISO 27001認証取得。規制環境および高成長環境での23年の実績。

sales@gradion.com