



Największy w Polsce dostawca produktów, technologii i rozwiązań informatycznych tworzy nowoczesny sklep internetowy oparty na oprogramowaniu Commerce Server

Dane ogólne:

Kraj: Polska
Sektor: IT

Informacje o kliencie

Koncern Hewlett-Packard dostarcza rozwiązania informatyczne i sprzętowe użytkownikom indywidualnym i instytucjonalnym z całego świata. Ważnym kanałem dystrybucji produktów firmy w Polsce jest sklep internetowy.

Sytuacja

Dotychczasowe rozwiązanie informatyczne, kontrolujące pracę sklepu internetowego, hamowało jego rozwój. Miało w stosunku do potrzeb firmy zbyt wiele ograniczeń funkcjonalnych, brakowało w nim wielu mechanizmów, a cała struktura była mało wydajna.

Rozwiązanie

HP Polska we współpracy z firmą Contium zdecydowały się na wprowadzenie kompleksowego rozwiązania, opartego na oprogramowaniu Commerce Server i SQL Server.

Korzyści

- wydajna baza dla sklepu internetowego
- narzędzia raportujące
- wiedza o użytkownikach i klientach
- pełne bezpieczeństwo transakcji
- zwiększenie szybkości obsługi zamówień
- nowe narzędzia marketingowe

„Klienci liczą na wyczerpującą informację o naszych produktach, szybką realizację zamówienia, dokładne informacje na jego temat i bezpieczeństwo transakcji. Wszystko to oferuje oprogramowanie Commerce Server”

Michał Wojciechowski, e-Sales Manager w Hewlett-Packard Polska

Czy można w całym nowoczesnym sklepie internetowym aż trzykrotnie zwiększyć szybkość obsługi zamówień? Można, dodając przy okazji wiele przydatnych narzędzi i mechanizmów. Przykładem jest firma Hewlett-Packard Polska i jej sklep internetowy, działający dotychczas na bazie autorskiego oprogramowania. Posiadało ono wiele ograniczeń funkcjonalnych i wydajnościowych, brakowało w nim także narzędzi potrzebnych do prowadzenia zaawansowanego internetowego handlu, np. dających wiedzę o zachowaniach klientów. Zbudowanie nowej struktury w oparciu o oprogramowanie Commerce Server zapewniło HP Polska stabilną i wydajną platformę do budowy nowoczesnego sklepu internetowego o ogromnych możliwościach rozwoju. Dało także wiele narzędzi i funkcjonalności oraz przyniosło korzyści zarówno klientom, jak i pracownikom firmy.



„Możliwości rozbudowy platformy opartej na Commerce Server są ogromne. Daje nam to bezpieczeństwo, że wraz z rozwojem naszego sklepu struktura informatyczna będzie nadążała z kontrolowaniem nowych, użytecznych funkcji”

Tomasz Kosno,
Inside Sales Manager w HP Polska

Sytuacja

Koncern Hewlett-Packard dostarcza rozwiązania techniczne użytkownikom indywidualnym i instytucjonalnym z całego świata. Oferta firmy obejmuje infrastrukturę informatyczną, usługi globalne, systemy obliczeniowe dla firm i użytkowników indywidualnych oraz rozwiązania do druku i przetwarzania obrazu. Przychody HP za 2005 rok wyniosły łącznie ponad 90 mld USD. W wyniku połączenia firm Hewlett-Packard i Compaq Computer Corporation w maju 2002 roku powstał dynamiczny, potężny zespół 140 tys. pracowników w 160 krajach, mówiących w 15 językach i prowadzących rozliczenia w 43 walutach. Mark Hurd jako przewodniczący rady nadzorczej i dyrektor generalny kieruje firmą z głównej siedziby, która znajduje się w Palo Alto, w stanie Kalifornia.

HP Polska

Hewlett-Packard jest największym w Polsce informatycznym dostawcą produktów, technologii i rozwiązań, a także usługodawcą dla użytkowników indywidualnych i firm. Korporacja oferuje infrastrukturę informatyczną, komputery osobiste i urządzenia dostępne, usługi globalne oraz systemy do druku i przetwarzania obrazu. Oficjalne rozpoczęcie działalności Hewlett-Packard Polska nastąpiło dwanaście lat temu, jednak obecność HP w naszym kraju datuje się już od lat siedemdziesiątych - dystrybutorem HP została agenda Polskiej Akademii Nauk, firma Zotpan. W roku 1991 w pełni wyszkoleni i doświadczeni pracownicy Zotpanu przeszli do Hewlett-Packard Polska, stając się zaczątkiem zespołu liczącego dziś bez mała 600 osób. Rok finansowy 1991 HP Polska zakończył obrotami wynoszącymi 17 mln dolarów. Firma weszła wtedy w okres spektakularnego rozwoju. Osiągnięty w roku finansowym 1994 obrót 62 milionów dolarów pozwolił HP stać się największą międzynarodową firmą komputerową w Polsce. Obroty zrealizowane w roku 1997 zdecydowały o tym, iż firma HP Polska stała

się największą w Polsce firmą informatyczną. Pozycję tę według raportów branżowych utrzymuje do dziś.

We wrześniu 2001 roku firmy Hewlett-Packard i Compaq ogłosiły plany połączenia dwóch korporacji, które zostały zmaterializowane w Polsce 3 lutego 2003 roku. Prezesem nowego koncernu w Polsce został dotychczasowy prezes HP Polska - Andrzej Dopierała. Obecnie tą funkcję sprawuje jego następcą, Paweł Czajkowski.

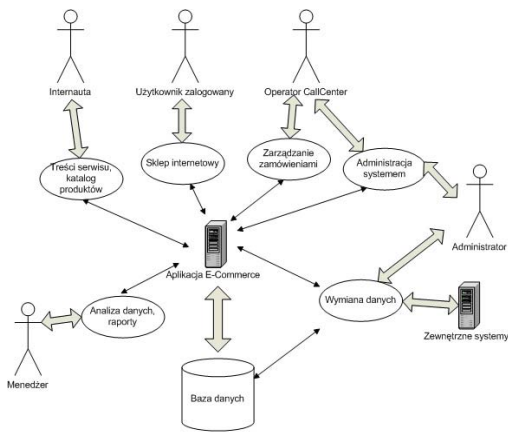
Sklep internetowy

Ważnym kanałem dystrybucji produktów firmy Hewlett-Packard Polska jest sklep internetowy. Działa on od 5 lat i na początku obsługiwał jedynie firmę Compaq, ale po jej fuzji z HP poszerzył ofertę o produkty również tej firmy. Internetowe strony sklepu HP notują miesięcznie ok. 5 mln odsłon (w okresie gwiazdkowym - ponad 10 mln) i liczba ta stale rośnie. „Skala naszej działalności ciągle się powiększa. Zauważamy stały wzrost odwiedzin naszego serwisu rzędu 30-40 proc. rocznie” - opowiada Michał Wojciechowski, e-Sales Manager w Hewlett-Packard Polska.

Dzieje się to przy ustabilizowanej liczbie pracowników - sprzedaż zajmuje się kilkanaście osób, stroną administracyjną - pięć. Na początku istnienia sklepu HP jego działanie opierało się na oprogramowaniu autorskim. Szybki rozwój internetowego handlu firmy sprawił jednak, że rozwiązanie to zaczęło ograniczać działalność opisywanego sklepu i hamować jego rozwój.

Potrzeby firmy

Stosowane rozwiązanie informatyczne posiadało wiele ograniczeń, negatywnie wpływających na działalność sklepu HP. „Miało w stosunku do naszych potrzeb zbyt wiele ograniczeń funkcjonalnych i wydajnościowych. Między innymi dlatego, że nasza baza produktów powiększa się bardzo szybko. Na początku była nieduża, obecnie liczy ok. 11 tys. pozycji” - opowiada Michał Wojciechowski.



Struktura informatyczna sklepu HP Polska.

Tak duża liczba danych powodowała trudności w jej kontrolowaniu przy pomocy prostych narzędzi. „Ręczne czy półautomatyczne zarządzanie tak dużą bazą było po prostu niemożliwe” – tłumaczy Tomasz Kosno, Inside Sales Manager w HP Polska. Działo się tak m.in. dlatego, że używane rozwiązanie informatyczne bazowało na lokalnej bazie danych, w dużej mierze edytowanej ręcznie, przez co modyfikowanie danych było czasochłonne. Dotychczasowe rozwiązanie powstało bowiem bez założenia tak dużego tempa rozwoju, jego opcje nie uwzględniały rozbudowy struktury informatycznej do takich rozmiarów. Problemem zaczęła być również duża liczba internautów odwiedzających stronę sklepu, przez co pojawiały się kłopoty z jej dostępnością. System zaczynał działać coraz wolniej, „zapychał” się danymi.

Wszystko to dawało efekt stosunkowo długiego czasu obsługi zamówień, wpływając tym samym na wizerunek firmy. „Klienci oczekują od HP precyzyjnej informacji produktowej i cenowej. Oferta musi być pełna i aktualna” – twierdzi Tomasz Kosno.

Brakowało także mechanizmów:

- regulujących zasady promocji i kontrolujących prowadzenie akcji promocyjnych
- pozwalających na pełną kontrolę rabatów
- dających możliwość wiązania produktów w dowolne grupy
- budujących lojalność klientów
- ułatwiających przygotowywanie raportów i analizowanie danych
- ułatwiających zarządzanie kampaniami marketingowymi

Oczywiste było, że sklep HP potrzebował nowego rozwiązania informatycznego. Firma podsumowała oczekiwania wobec niego. Poza rozwiązaniem wymienionych wcześniej problemów oczekiwano od niego m.in.:

- wysokiej wydajności
- możliwości rozbudowy
- łatwej integracji z innymi systemami
- automatyzacji procesów, aby ograniczyć ilość pracy związanej z obsługą zleceń

Dodatkowo nowe rozwiązanie informatyczne musiało wykorzystywać centralne źródło danych firmy Hewlett-Packard, z którego korzystają krajowe oddziały koncernu. System ten przechowuje dane o wszystkich produktach oferowanych przez firmę. Treść ta, przetłumaczona automatycznie na wiele języków, oferowana jest na witrynach lokalnych.

Michał Wojciechowski dodaje: „Bardzo ważne było dla nas, by nowe rozwiązanie wystartowało konkretnego dnia. Czasu do tego momentu nie było wiele, na opóźnienie nie mogliśmy sobie pozwolić. Dlatego też nowy system musiał być łatwy w konfiguracji i rozbudowie o kolejne moduły”.

Rozwiązanie

Wymienione potrzeby sprawiły, że firma HP zdecydowała się na wprowadzenie nowej platformy informatycznej dla swojego sklepu internetowego. Celem biznesowym było stworzenie rozwiązania, które obsłuży zarówno kanał B2C jak i SMB oraz uprości pracę obsługi sklepu i call center przyjmującego zamówienia telefoniczne.

„Przeprowadziliśmy analizę ofert” – opowiada Michał Wojciechowski. „Kluczowe były dla nas kryteria techniczne, sprawa kosztów nie odgrywała najważniejszej roli w wyborze konkretnego systemu. Ważne były korzyści, jakie aplikacja może nam zaoferować. Uznaliśmy, że najlepszym rozwiązaniem będzie Microsoft Commerce Server, takie rozwiązanie zaproponował nam nasz partner informatyczny, firma Contium. Była to wtedy jedyna firma w Polsce, która wdrażała i stosowała tę technologię, miała także znakomite referencje”. Uznano, że proponowane przez inne firmy aplikacje autorskie nie gwarantują m.in. odpowiedniej szybkości wdrożenia. Elastyczność CS-a pozwala na szybkie dostosowanie go do potrzeb klienta i nietrudno go zmodyfikować tak, by pasował do konkretnej struktury. Wdrożeniem nowej technologii i opieką techniczną nad stworzonym rozwiązaniem informatycznym także zajęła się firma Contium.

„Jesteśmy w stanie badać dogłębnie zachowania konsumentów i wyciągać z tego wnioski”

Tomasz Kosno,
Inside Sales Manager w HP Polska

Firma wdrażająca

Contium SA jest firmą specjalizującą się w dostarczaniu systemów wykorzystujących technologie internetowe. Oferta spółki obejmuje rozwiązania z zakresu portali korporacyjnych i intranetów, systemów bilingowych, e-commerce oraz zarządzania treścią. Contium istnieje od 1997 roku i posiada biura we Wrocławiu (centrala), Warszawie oraz Londynie. Firma dysponuje także własnym centrum danych świadczącym usługi hostingu specjalizowanego oraz kolokacji serwerów. Kompleksowa oferta Contium obejmuje: projektowanie funkcjonalne, audyt techniczny infrastruktury, projekt integracji portalu z systemami zewnętrznymi, wdrożenie, szkolenia dla użytkowników i administratorów, utrzymanie serwerów w profesjonalnym centrum danych lub zdalną opiekę serwisową nad serwerem, a także sprzedaż licencji Microsoft w modelu tradycyjnym lub ASP.

Przebieg wdrożenia

Wdrożenie rozpoczęło się na przełomie lipca i sierpnia 2005 roku. Już w sierpniu działał główny moduł sklepu internetowego i system był funkcjonalny w stopniu równym poprzedniemu rozwiązaniu.

Pierwszą fazą projektu było przeprowadzenie analizy wymagań i rozwiązań technologicznych, z którymi istniała konieczność integracji. Równolegle przygotowane zostało środowisko developerskie i testowe.

Drugim etapem było stworzenie mechanizmów importu katalogów produktowych i ich prezentacji w oparciu o katalogi MS Commerce Server. „Było to najpoważniejsze zadanie programistyczne w całym projekcie” – opowiada Grzegorz Rudno-Rudziński z Contium. I dodaje: „20 września wykonane zostały główne elementy projektu, co pozwoliło na podjęcie decyzji o przejściu ze starego systemu na nowy z końcem września 2005. Po uruchomieniu funkcjonalności podstawowych (m.in. automatycznego zarządzania produktami i cenami oraz listy kompatybilności akcesoriów) do końca 2005 roku rozwijane były

dodatkowe moduły, takie jak program lojalnościowy, integracja z systemem kurierskim DHL, itp.”.

Dodatkowo już na początku wdrożenia została wprowadzona integracja z systemami dystrybutorów i podwykonawców, czyli m.in. aplikacjami księgowymi, kurierskimi i magazynowymi. Grono to jest bardzo urozmaicone informatycznie i nowa struktura musiała od razu sprawnie współpracować z różnymi platformami programowymi. Dzięki temu od początku działała automatyczna informacja o stanach magazynowych, której nie było w poprzednim rozwiązaniu.

„Przełączenie systemów trwało jeden dzień - po okresie intensywnych testów nowej aplikacji uznaliśmy, że jesteśmy gotowi. Od czasu wdrożenia do dzisiaj interfejs uległ znacznym modyfikacjom, ale ponieważ staraliśmy się zachować ciągłość klienci nawet nie zauważyli, że cokolwiek się zmieniło w wyglądzie aplikacji” – podsumowuje wdrożenie Tomasz Kosno.

Po jego zakończeniu firma Contium przeszkoliła kilku pracowników HP z zakresu obsługi nowej struktury.

Struktura po wdrożeniu

Obecnie sklep HP pracuje w oparciu o:

- oprogramowanie Commerce Server 2002
- bazę danych MS SQL Server 2000
- aplikację napisaną w ASP.NET w języku C#

Integracja z zewnętrznymi systemami odbywa się poprzez:

- wymianę plików XML (dane produktowe, system kurierski)
- wymianę plików tekstowych (system księgowy)

- poprzez protokół HTTP/HTTPS (systemy dystrybutorów, płatności elektroniczne)

Systemem raportowania stał się MS Analysis Services.

Powstałe rozwiązanie wykorzystuje zaawansowane funkcje MS Commerce Server z zakresu zarządzania ofertą produktów, w tym wirtualne katalogi pozwalające przygotować ofertę dedykowaną różnym odbiorcom.

„Elastyczność tego systemu pozwoliła nam na szybkie wdrożenie i łatwą integrację z systemami zewnętrznymi. .NET w porównaniu do innych technologii oferuje największe możliwości współpracy z innymi aplikacjami”

Michał Wojciechowski,
e-Sales Manager w HP Polska

Bardzo istotnym elementem nowego rozwiązania informatycznego jest także system budowania cen, uwzględniających:

- mechanizmy rabatów definiowane przez operatora
- poziomy partnerstwa
- wolumen zamówienia
- inne definiowane parametry

HP korzysta także z wbudowanego w Commerce Server systemu raportowania ruchu i sprzedaży, opartego na hurtowni danych. „Dysponujemy obecnie systemem, który od strony produktowej działa w pełni automatycznie. Kluczowe jest także stałe połączenie z systemami dostawców” – uzupełnia Michał Wojciechowski.

Korzyści

Oprogramowanie Commerce Server przyniosło korzyści firmie HP już na etapie wprowadzania go. „Elastyczność tego systemu pozwoliła nam na szybkie wdrożenie i łatwą integrację z systemami zewnętrznymi. .NET w porównaniu do innych technologii oferuje największe możliwości współpracy z innymi aplikacjami” – przekonuje Tomasz Kosno. Firma miała także okazję sprawdzić działanie nowego oprogramowania niedługo po jego wprowadzeniu. Pierwszym testem dla sklepu internetowego HP był gorący okres gwiazdkowy, kiedy liczba odwiedzin i obroty rosły dramatycznie. „Commerce Server zdał go znakomicie” – dodaje Michał Wojciechowski. Już od początku korzyści z wprowadzenia oprogramowania Microsoftu odczuli także...

Klienci

Najważniejsza jest dla nich pełna, aktualna i łatwo dostępna informacja o produktach. „W hierarchii potrzeb naszych klientów niska cena jest na dalszym miejscu. Dla nich bardziej liczy się wyczerpująca informacja o produktach oferowanych przez HP, szybka realizacja zamówienia, dokładne informacje na jego temat i bezpieczeństwo transakcji. Wszystko to oferuje sklep oparty na oprogra-

mowaniu Commerce Server” – opowiada Michał Wojciechowski.

I dodaje, że szczególnie ważne dla klientów są informacje o statusie zamówionego przez nich towaru. Dzięki mechanizmom oprogramowania Microsoftu mają oni możliwość samodzielnego sprawdzenia swojego zamówienia, jego modyfikacji już po złożeniu: zmiany produktów, adresu dostawy czy formy płatności. „Obecnie robią to bez angażowania naszych pracowników, a w poprzednim systemie wymagało to wykonania telefonu do call center”.

Ważne jest także, że layout sklepu dostosowany jest do stylu wszystkich witryn firmy HP, w tym HP Polska. Użytkownicy korzystający z serwisów internetowych firmy przechodzą do sklepu niemal niezauważalnie. Z ich perspektywy znacznie zwiększyła się także...

Szybkość obsługi

Wiele procesów związanych z przedstawieniem produktów, ich sprzedażą i dystrybucją zostało w HP zautomatyzowanych i uproszczonych, duży postęp nastąpił także od strony zarządzania zamówieniami. Zoptymalizowane zostały działania takie jak wystawianie faktur, przygotowywanie listów przewozowych i zamówień.

Precyzuje to Tomasz Kosno: „Zespół się nie zmienił, a znacznie skrócił się czas realizacji zamówień - możemy ich przyjąć kilkakrotnie więcej. Reagujemy szybciej i proponujemy bardziej rozbudowaną ofertę. Nasi pracownicy nie są angażowani w wykonywanie prostych czynności, takich jak np. informowanie klientów o terminie realizacji zamówienia”

Dzięki temu dział handlowy może więcej czasu przeznaczyć na sprzedaż i nie potrzebuje go tyle na obsługę przed i posprzedażową. „Szacujemy, że czas realizacji zamówień skrócił się aż trzykrotnie” – podsumowuje Michał Wojciechowski.



Nowe mechanizmy

Poza wykorzystaniem istniejących funkcji oprogramowania Commerce Server, firma Contium uzupełniła system o dodatkowe moduły:

- *Program lojalnościowy*

Klienci dokonując zakupów w sklepie zbierają na swoim koncie punkty, które mogą wymieniać na nagrody. Elastyczny mechanizm definiowania przeliczników pozwala na globalne przeliczanie wartości zakupionego towaru na punkty, a także na promowanie określonych towarów lub grup towarów. Nagrodami w programie lojalnościowym mogą być towary z dedykowanych katalogów, wszystkie towary znajdujące się w sklepie (przy zastosowaniu mechanizmu przeliczającego punkty) lub zniżki i kupony rabatowe.

- *Program partnerski*

Pozwala na promowanie określonych grup klientów poprzez definiowanie dla nich indywidualnych cen. Docelowym klientem programu partnerskiego są pracownicy firm współpracujących z właścicielem portalu. Zapisanie do programu i korzystanie z niego możliwe jest przy spełnieniu określonych wymogów (np. odpowiednia domena, logowanie z określonego adresu IP, wprowadzenie odpowiedniego kodu). Produkty dostępne w programie partnerskim oznaczane są w sposób umożliwiający ich zlokalizowanie.

- *Konsola zarządzania zamówieniami*

Pulpit biznesowy jest narzędziem dostępnym dla pracowników call center i operatorów logistyki. Możliwa jest również integracja z systemami fakturującymi oraz systemami firm kurierskich. Moduł zawiera opcję przypomnienia o wydarzeniach związanych z zamówieniami (potwierdzanie dostarczenia itp.)

Inne nowe mechanizmy to:

- elastyczna struktura produktów odczytywana z systemu centralnego HP i dowolnie modyfikowana przez administratora systemu
- system obsługi zamówień zintegrowany z systemami dystrybutorów, firmy kurierskiej

oraz księgowością pozwalający na obsługę dużej liczby zamówień

- wdrożenie współpracy oraz technologicznej integracji z firmą Tradedoubler, umożliwiającą publikację reklam, bannerów oraz oferty produktowej w innych serwisach oraz portalach internetowych
- rozbudowany system promocji
- system raportujący oparty o mechanizm OLAP, umożliwiający wykonywanie wielowymiarowych raportów w bardzo krótkim czasie

Wiedza o firmie

Wprowadzenie oprogramowania Commerce Server przyniosło firmie Hewlett-Packard także dogłębną wiedzę na temat jej sklepu internetowego. I to zarówno na temat jego funkcjonowania, jak i klientów.

„Bardzo przydatne jest dla nas to, że dzięki mechanizmom oprogramowania Commerce Server wiemy dokładnie kto odwiedził nasz sklep, po których jego częściach się poruszał, co oglądał i co kupił, jakie artykuły wzbudziły jego zainteresowanie i z jakiego typu promocji skorzystał. Jesteśmy w stanie badać dogłębnie zachowania konsumentów i wyciągać z tego wnioski” – opowiada Michał Wojciechowski.

Również pracownicy internetowego sklepu HP mogą czerpać potrzebne informacje z wprowadzonego rozwiązania informatycznego. Wszystkim udostępniono bowiem moduł raportujący. Każda osoba zatrudniona przy obsłudze sklepu może przeanalizować efekty swojej pracy. Dodatkowo kadra kierownicza chętnie wykorzystuje globalne zestawienia danych, prezentujące szczegółowe informacje o działalności sklepu. Dedykowane narzędzia dają pełne możliwości tworzenia statystyk i raportowania na wielu płaszczyznach – sprzedaży, rentowności, liczby odwiedzin i powiązania sprzedaży z ruchem na stronach.

Elastyczność i łatwość modyfikacji

Dzięki wprowadzeniu oprogramowania Commerce Server firma HP zabezpieczona jest

także na przyszłość. Elastyczność nowego rozwiązania gwarantuje, że łatwe jest dodawanie funkcjonalności, tworzenie nowych aplikacji. Opowiada o tym Tomasz Kosno: „Możliwości rozbudowy platformy opartej na Commerce Server są ogromne. Daje nam to bezpieczeństwo, że wraz z rozwojem naszego sklepu struktura informatyczna będzie nadążała z kontrolowaniem nowych, użytecznych funkcji. Wybraliśmy rozwiązanie rozwojowe, dające duże pole manewru. Jesteśmy w stanie zaplanować działania i sukcesywnie dodawać nowe funkcjonalności. Przygotowani jesteśmy także na niespodziewane potrzeby dotyczące nietypowych mechanizmów. Brakowało nam tego w poprzednim systemie”.

Podsumowanie

Zbierzmy korzyści, które firma HP odniosła z wprowadzenia oprogramowania Commerce Server.

- nowa, stabilna struktura dla sklepu internetowego
- kilkukrotne zwiększenie szybkości obsługi zamówień
- wysoka wydajność systemu, spory zapas mocy
- możliwość rozbudowy z wykorzystaniem technologii .NET
- możliwości łatwego dodawania rabatów do produktów lub grup produktów
- możliwość samodzielnego budowania kampanii marketingowych i zarządzania nimi
- wydajny system importu i zarządzania kategoriami i katalogami (ok. 11 tys. produktów, podzielonych na ponad 50 katalogów bazowych, każdy katalog ma inne parametry opisu produktu)

- możliwość korzystania z raportów i z zaawansowanych funkcji eksploracji danych, analiz i raportów
- wygodne konsole obsługi zamówień
- obsługa zamówień telefonicznych, prowadzonych przez Call Center
- zarządzanie programami lojalnościowymi i partnerskimi
- przygotowywanie i pilotowanie promocji
- pełna informacja o użytkownikach i klientach
- bezpieczeństwo transakcji
- wiązanie produktów w dowolne grupy (tworzenie bardziej złożonych i rozbudowanych ofert)
- oszczędność czasu pracowników poprzez automatyzację działań
- nowoczesny i szczegółowy mechanizm prezentacji produktów i system katalogów

Więcej informacji

Bliższe informacji dotyczące firmy Hewlett-Packard Polska można znaleźć na stronie:

www.hp.pl

Bliższe informacje dotyczące firmy wdrażającej Contium można znaleźć na stronie:

www.contium.pl

Bliższe informacje dotyczące produktu Microsoft Commerce Server 2002:

www.microsoft.com/poland/commerceserver

Oprogramowanie i usługi:

Produkty:

- Microsoft® Commerce Server 2002
- Microsoft® SQL Server® 2000

Technologie:

- ASP.NET
- XML

Niniejsze studium przypadku służy wyłącznie celom informacyjnym.

Aktualne nazwy przedsiębiorstw i produktów wymienionych w tekście opracowania mogą być zastrzeżonymi znakami towarowymi ich właścicieli.