

1-800-FLOWERS.COM: 打造未来的电子商务平台

概述

■ 业务挑战

为了更好地实现其 14 个礼品品牌之间的协同作用，创造更大的业务灵活性，并达到其在网络零售商 500 强中成为 10 强企业的目标，1-800-FLOWERS.COM, INC. 需要将多个分散和孤立的电子商务系统转化为一个统一的技术平台。

■ 解决方案

1-800-FLOWERS.COM 与 IBM 合作，对它旗下的两个食品礼品品牌实施 IBM WebSphere® Commerce，作为该平台的初始概念证明。thepopcornfactory.com 网站自 11 月上线以来，转换率持续上升。使用从首次上线中获得的知识，该公司将在下一年将旗下的其它品牌过渡到这个新平台，并在该过程中担负更重要的角色。

■ 关键获益

- 实现更快速的零售网站创建和部署
- 促进品牌之间的交叉销售



1-800-FLOWERS.COM, INC. 是全球最大的花店和礼品店，其收入接近 10 亿美元。该公司的与众不同之处是其广阔的视野和超前思维，它把自己定位在潮流的前沿，带来创新的营销方式，如奖励负责任的消费者行为的“绿色”计划。例如，BloomNet® 品牌将在客户丢弃 BloomNet 花店的纸质目录时种植树木，以此作为其植树造林营销活动的一部分内容。它还使环保责任作为一个主题贯穿其所有业务，并通过在社交网站上开展活动赢得了广泛的关注。

公司对其运营的“礼品”市场空间有透彻的理解，并发现提供多种特色品牌的协同效应的巨大潜力。

“该平台将使个别品牌可以做一些以前不可能用合理成本实现的操作。它将为我们的带来前所未有的灵活性。”

— Steve Bozzo, CIO,
1-800-FLOWERS.COM

通过共享技术实现品牌协同效应的最大化

业务获益

- 实现更快速的零售网站创建和部署，使 1-800-FLOWERS.COM 可以在极低投入和风险的情况下尝试新产品。
- 通过统一底层技术促进品牌之间的交叉销售
- 提供在各业务部门中信息共享的可能性，为对客户实现更有效的营销开启了希望
- 确保企业内一致的外观和感觉
- 提供丰富的差异化客户体验
- 降低应用维护和开发成本

“拆掉围墙将使我们能更有效地进入市场。我们将有许多共享的信息，那将使我们大大提高交叉销售的能力。”

— Steve Bozzo

1-800-FLOWERS.COM 的战略意在发展三个方向：有机增长，企业内部开发和战略收购。如今，它拥有 14 个品牌，从爆米花到礼物篮，再到美味的食品和儿童礼物，应有尽有。

该战略为 1-800-FLOWERS.COM 提供了广泛而多样的产品组合，但也同时带来了业务挑战。为了完全实现其多品牌战略，他们在幕后操作上必须统一，但和其它案例一样，通常每个新收购都带来一套不同的业务流程及技术，因而存在大量难以整合的孤立操作。

为了促进品牌协同效应，该公司采取了“Fresh Digital™”这个企业范围内的改革措施。“业务线统一是零售的一个较好的方式，”1-800-FLOWERS.COM 的 CIO, Steve Bozzo 说，“通过共享资源、系统和服务，我们完成了许多工作。我们成为一个更动态、更灵活的企业，因为我们打破了内部的障碍，这也将帮助我们开发新的商业智能。我们将有能力利用各品牌的所有资源及服务，从信息、IT、船运以至仓储，这将使我们的工作更智能。并且，通过整合、共享和实施更多高效的技术，以及实施可持续包装、减少对纸质目录的依赖等措施，我们将能够减少我们对环境的影响，这也将为我们的绿色营销工作加分。”

建立与购买

整合路上的第一步，是为独立品牌提供通用的电子商务平台。1-800-FLOWERS.COM 品牌本身使用了强大的电子商务系统，该系统完全由内部开发，并一直为公司提供良好的服务，其处理能力也在最繁忙的节日销售中得以证明。然而，越来越明显的是，使用该平台支持所有其它品牌，并非是对该企业资源的最佳利用。将 1-800-FLOWERS.COM 平台应用到其它品牌，将需要不断复制它，很明显这不是最高效率的推广方法。

“我们对我们的核心平台非常满意。它的性能使我们可以建立非常强大的电子商务解决方案，但从根本上讲，我们并不是软件企业，我们是一个礼品企业，” Steve Bozzo 说。“对我们来讲更合理的是找到一个最佳的电子商务平台并利用它，而不

是花费大量时间和精力来开发自己电子商务平台。同样地，通过与行业领导者合作，我们利用其调查和开发费用而不是花我们自己的钱来重复不必要的劳动，同时还降低了我们的基础架构的规模和环境影响。”

公司选择 IBM WebSphere Commerce，部分原因是它在幕后的灵活高效的工作方式。“有了 WebSphere Commerce，基本上你已经可以使用单一网站处理所有交易，” Bozzo 说。“你想支持多少家面向客户的网上商店，这个中央引擎都可以满足你的要求，并且能轻松增加新商店或者向所有品牌增加新功能。”

运行在 IBM Power Systems™ 硬件上的这个平台，也必须与该公司现有的系统无缝集成。1-800-FLOWERS.COM 平台将原地保留，而大部分其它品牌将在未来一年中迁移到基于 WebSphere Commerce 的新系统上。在此期间，一切都需要继续透明运作。为了做到这一点，面向服务的架构解决方案包括了 IBM WebSphere Message Broker 和 IBM WebSphere MQ，它们组成了将原有系统连接在一起的企业服务总线。

最初上线的系统可以支持公司的两个食品礼品品牌，并且，在 IBM 全球企业咨询服务部的帮助下总共只用了七个月。“我们从 Web 0.5 到 Web 2.0 只花了几个月时间；没有 IBM，我们不可能做得到，” Bozzo 说。在最初的系统上线过程中获得的知识转移和经验教训，将帮助 1-800-FLOWERS.COM 在其它食品礼品品牌的上线过程中担负更重要的角色。这样，该公司将充分准备好，可以依靠自己的力量推出未来的品牌店面。

IBM 被选中的大部分原因是 WebSphere Commerce 的功能以及 IBM 全球企业咨询服务部的专业知识，但 Bozzo 强调了另一个重要的考虑：IBM Global Financing：“因为我们看到最近的宏观经济中存在的 uncertainty，更轻松地进行投资对我们来说是一个关键的决策因素。IBM 在这方面可以满足我们的需求。”

解决方案组件

软件

- IBM WebSphere Commerce
- IBM WebSphere Message Broker
- IBM WebSphere MQ

硬件

- IBM Power Systems

服务

- IBM 全球企业咨询服务
 - IBM Global Financing
-

零售业智能解决方案

为了实现其 14 个品牌协同作用、相辅相成的愿景，并达成其野心勃勃的发展目标，1-800-FLOWERS.COM, INC.，这个全球最大的花店及礼品店，正在部署一个单一的电子商务平台。基于 IBM WebSphere Commerce 的解决方案旨在取代多个孤立的系统。新平台提高了灵活性和敏捷性，推出新的 Web 商务品牌变得更轻松，从而使公司可以在风险较低的情况下尝试新的业务策略。此外，共享的平台促进了交叉销售以及企业内的信息共享，这帮助了 1-800-FLOWERS.COM 从其多个业务单元中获得最大化的收益。



支持有远见的业务战略

公司整个 Fresh Digital™ 措施的最终目标是消除业务单元之间的所有障碍，实现完全的共享并可以利用整个企业及其后端系统内的信息。“从长远来看，我们的客户将能够购买所有我们的品牌，我们也将可以从一个统一的地点发货。那是一个更精简、更高效和更智能的模型，” Bozzo 说。

WebSphere Commerce 的实施是关键的第一步，随着时间的推移，它提供的共享服务所带来的获益将逐渐在组织内产生影响，并实现进入市场的新方式。“拆掉围墙将使我们能更有效地进入市场。我们将有许多关于购买模式以及客户档案的共享信息，那将使我们大大提高交叉销售。” Bozzo 说。“我们也将可以在低风险的情况下尝试新的想法。有了这个新平台，我们可以相当轻松地推出全新的品牌，因为所有的电子商务技术都已经准备好了。”

然而，该平台最重要的影响应该是，它使公司可以利用整个业务中的最佳实践而为 1-800-FLOWERS.COM 带来的竞争力。“该平台将使个别品牌可以做一些以前不可能用合理成本实现的操作。” Bozzo 说。“它将为我们带来前所未有的灵活性。我们将可以马上重新推销我们的网上商店，以响应竞争性报价。这将使我们和客户关联更紧密，这是非常关键的。客户的期望不断升高，而这个新平台使我们可以继续满足他们。我们将具备即时性和响应能力，这将给予我们真正的竞争优势。”

更多信息

如需了解 IBM 如何帮助您企业完成革新，请联系您的 IBM 销售代表或 IBM 业务合作伙伴。

我们的网址是：ibm.com/retail

© 版权所有 IBM Corporation 2009

IBM Corporation
1 New Orchard
Road Armonk, NY
10504 U.S.A.
U.S.A.

在美国印刷
2009 年 1 月
保留所有权利

IBM、IBM 徽标、ibm.com、Power Systems 和 WebSphere 是国际商业机器公司在美国和/或其他国家/地区的商标或注册商标。如果这些商标和其他 IBM 商标在本文中第一次出现时标注了商标符号 (® 或 TM)，均代表在本文出版之际，它们是 IBM 在美国注册的商标或普通法规定的商标。此类商标在其他国家/地区也可能是注册商标或普通法规定的商标。关于 IBM 商标的最新列表，请访问 www.ibm.com/legal/copytrade.shtml 的“Copyright and trademark information”部分。

其他公司、产品或服务名称可能是其他公司的商标或服务标志。

本案例分析用于展示一家 IBM 客户利用 IBM 产品的情况。没有任何可比较结果的保证。

本出版物中对 IBM 产品或服务的引用，不代表它们可用于所有 IBM 运营的国家。



Recyclable, please recycle.

ODC03103-USEN-00