

# BESSERE LIEFERPROZESSE ÜBER ALLE DIGITALEN KANÄLE

**Mit ShippyPro haben wir eine schnelle, skalierbare Lösung gefunden, um globale Lieferprozesse über alle digitalen Plattformen hinweg zu optimieren."**



**Enrico Ruzza**
Product Owner| Rossignol Group

### BESSER MIT SHIPPYPRO

**15%**
Weniger Anfragen an den Customer Care

**50%**
Geringere Kosten für die Carrier-Integration

**12.000**
Retouren pro Jahr über ShippyPro abgewickelt

## Ein Premium-Digitalerlebnis für eine Sport-Ikone

Mit ShippyPro konnte Rossignol denselben hochwertigen Service wie in den Pro-Shops auch auf die Online-Kanäle übertragen. Bei technisch anspruchsvollen Produkten wollte die Marke dieses Premium-Erlebnis mit Expertenniveau im Web abbilden. 2023 setzte Rossignol als neuer digitaler Player auf die Lösungen von ShippyPro, um Best Practices der Branche schneller umzusetzen und weitere Kanäle zu erschließen. Bis Juli 2023 war die Website auf Salesforce Commerce Cloud migriert und der Retourenprozess vollständig automatisiert.

Im April 2024 startete Dynastar-Lange – eine Schwestermarke innerhalb der Rossignol Group – den eigenen Onlineshop, und beide Marken führten eine bequeme Retourenabholung ein, die Kunden online oder über den Kundenservice planen können. Im Mai 2025 expandierte die Gruppe zudem über eine Partnerschaft mit VeePee nach Frankreich. In den kommenden Monaten wird ShippyPro die Abholstellen der Carrier direkt in den Checkout integrieren, um die Conversion zu steigern. Für 2026 plant die Gruppe eine vollständig omnichannelfähige Strategie, mit der Kunden Sendungen und Retouren nahtlos in jedem stationären Store abwickeln können.

**Dank ShippyPro werden Retouren jetzt über einen automatisierten Prozess abgewickelt – mit mehr Effizienz und weniger Aufwand für den Customer Care –, und die integrierte Karte der Abholstellen macht die Lieferung zu einem echten Premium-Erlebnis. Unser Ziel war es, online denselben hochwertigen Expertenservice zu bieten, den Kunden in unseren Pro-Shops erwarten."**



**Enrico Ruzza**
Product Owner| Rossignol Group




## DAS PROJEKT IN ZAHLEN

### SENDUNGEN PRO JAHR

**> 70.000 K**

**in über 30 Ländern in Europa, Nordamerika und Asien**

### VERKAUFSSTELLEN

**8 Pro-Shops**

**2 Onlineshops (Rossignol und Dynastar-Lange)**

**3 Marktplätze**

### INTEGRATIONEN

**3 Carrier**

**Abholstellen für den Onlineshop – *für 2025 geplant***

## Der Maßstab für Exzellenz im Bergsport

Rossignol ist die ikonische Bergsportmarke. Für alle Begeisterten – ob Einsteiger oder Profis – bietet sie Produkte, Ausrüstung, Bekleidung und Accessoires für Ski alpin, Langlauf, Snowboard, Bike, Trekking und Trailrunning. Zur Gruppe gehört ein breites Portfolio eigener Marken, darunter Rossignol, Dynastar, Lange, Look, Kerma und Risport.

Als ganzjähriges Erlebnis über viele Aktivitäten hinweg, um den alpinen Traum und den Lifestyle der Berge voll zu leben, erzielte die Gruppe im Geschäftsjahr 2024 einen Umsatz von 372 Millionen Euro.

Die Präsenz in Frankreich, Italien, Deutschland, Österreich, der Schweiz, den USA und Kanada steht heute für den internationalen Erfolg der Marke und ist das Ergebnis einer Omnichannel-Strategie, die ein schnelles Wachstum ermöglicht hat – und bei der ShippyPro eine zentrale Rolle gespielt hat.

Mit dem Ziel, eine ganzjährige Bergsportmarke zu werden, stellen wir uns auch der Herausforderung, ein unverwechselbares Nutzererlebnis über die Kategorien Wintersportausrüstung und Softgoods hinweg zu schaffen.