

Fortschritte der DXP Basis im Dialog

An alle DXP Interessierten,

in unserem aktuellen DXP Update erhalten Sie einen Einblick in unsere Arbeit. Erfahren Sie, was unter und über der Motorhaube bei der Entwicklung des DXP Basis-Setups passiert.

Sie haben Fragen oder Anregungen für unsere Arbeit, dann freuen wir uns auf einen gemeinsamen [Austausch](#).

Ihr DXP Produktmanagement

Themen im Überblick

NEU

- ✓ AD-Shortcut auf Autoreninstanz
- ✓ AD-Shortcuts im Kafka-Stream
- ✓ Agenturbilder in nachgelagerter Beratersuche

FORTSCHRITTE

- ✓ Weiter auf dem Weg zum "Neuen Content-Modell für Ihre Versicherungsprodukte"
- ✓ Automatisierter Test-Case "Gebäudeschaden melden"

LÖSUNGEN

- ✓ Storybook: Aufräumarbeiten und neuer Deployment-Prozess
- ✓ Richtext-Decoder für sauberes HTML

Das ist NEU

AD-Shortcut auf Autoreninstanz

Wie bereits in den vorherigen DXP Updates berichtet, optimieren wir die Handhabung des AD-Shortcut-Generators. AD-Shortcuts ermöglichen es dem Nutzer statt einer für ihn kryptischen URL mit Agenturnummer, die Außendienst-Homepage über eine nutzerfreundliche und für ihn lesbare URL aufzurufen (Beispiel statt "pfefferminza.de/agentur2564" sprechende URL "pfefferminza.de/bernd.berater").

AD-Shortcuts wurden bisher nur auf den Public-Instanzen generiert und konnten somit nicht von internen OEV Redakteuren supportet werden. Mit der Erweiterung in diesem Sprint werden die AD-Shortcuts nun auf der Autoreninstanz in Magnolia generiert und automatisch publiziert. Dies sichert zusätzlich die Datenintegrität auf allen Public-Instanzen.

AD-Shortcuts im Kafka-Stream

Kafka ist eine Software zur Verarbeitung von Datenströmen. Dank Kafka können Echtzeit-Datenpipelines entwickelt werden. Ein Umstand, den wir uns für die AD-Shortcuts zu Nutze gemacht haben. Anpassungen können durch die Kafka-Technologie in Echtzeit

umgesetzt werden. Das System kann trotz der Aktualisierungen schneller wieder durchstarten und ist performanter.

Agenturbilder in nachgelagerter Beratersuche

Ein Bild in der Beratersuche kann sich positiv auf die Entscheidung für einen Berater auswirken. Wirken die potenziellen Ansprechpartner sympathisch, ist die Hürde der Kontaktaufnahme geringer.

Ab sofort beinhaltet die nachgelagerte Beratersuche deshalb Suchtreffer mit einem Agenturbild. Für jede Agentur kann in Magnolia ein Bild hinterlegt werden. Dazu greift das DXP Formular auf die gleichen Bilder zu wie das Außendienst-Template. Das entsprechende Bild wird für alle Niederlassungen dieser Agentur in den Suchtreffern angezeigt. Fehlt ein individuelles Agenturbild, verwendet das Formular ein Fallback-Bild. Auch dieses lässt sich für alle Agenturen redaktionell pflegen.

Einen persönlichen Berater auswählen

Berater suchen

1.6 km



Guschlbauer, Dreier & König GbR
Magirus-Deutz-Str. 9
89077 Ulm-Söflingen
• Aktuell geschlossen

Auswählen

3.6 km



Böhringer & Söll
Marktplatz 8
89134 Blaustein
• Aktuell geschlossen

Auswählen

3.8 km



Sparkasse Ulm
Neue Straße 66
89073 Ulm
• Aktuell geschlossen

Auswählen

[Mehr laden](#)

Default-Logo für Vertriebskanal Sparkasse

Für Suchtreffer aus dem Vertriebskanal Sparkassen wird ein Default-Logo definiert. Dieses erscheint bei allen Sparkassentreffern in den Suchergebnissen.

Die Default-Logo-Funktionalität steht ebenfalls für die öVU-individuellen Vertriebskanäle wie Volks- und Raiffeisenbanken, LBS, OLB usw. zur Verfügung.

Details zum gemeinsamen Bilderpflegekonzept finden Sie in [Confluence](#).

Hier haben wir FORTSCHRITTE erzielt

Weiter auf dem Weg zum "Neuen Content-Modell für Ihre Versicherungsprodukte"

Gemeinsam mit der Provinzial und der SV SparkassenVersicherung arbeiten wir an der Entwicklung einer neuen, flexibleren und personalisierbaren Produktseite. Unter dem

Arbeitstitel "Produkte 2.0" entsteht dabei unter anderem ein Content-Modell. Vorteil des Content-Modells: Einmal hinterlegte Assets zum Versicherungsprodukt lassen sich durch den Headless-Ansatz der DXP in verschiedenen Zielsystemen verwenden. So kann beispielsweise ein Kampagnenmotiv einmal auf der Produktseite sowie zusätzlich auf einer Kampagnenseite oder einer externen Magazinseite ausgespielt werden.

Unser erster Use-Case für die Verwendung der Produktdaten ist die Produktseite im eigenen Internetauftritt.

In ersten Workshops haben wir in Zusammenarbeit mit den beiden Piloten bereits einen Teil der Stammdaten identifiziert. Hierunter fallen z. B. Daten wie

- ✓ Produktname
- ✓ Produktbeschreibung
- ✓ Produktbild
- ✓ Produkthighlights
- ✓ Produktvorteil
- ✓ Produktvideo, etc.

Für ein erfolgreiches Content-Modell reichern wir das Datenmodell an und erweitern die Content-App "Versicherungen" für die redaktionelle Pflege der entsprechenden Daten. Zudem arbeiten wir gemeinsam mit unserer UX an einem Seiten-Template, welches im White-Label-Webauftritt [White Schokominza](#) die Einsatzoptionen des Content-Modells praxisorientiert veranschaulicht. Sie können das Produktseiten-Template sowohl für den Aufbau von Seiten nach dem Content-Modell nutzen wie auch für redaktionell frei pflegbare Seiten.

Zur Darstellung der Hero-Elemente in unserem White-Label-Auftritt der [White Schokominza](#) wird die vorhandene Web-Komponente verwendet:



[> Beschreibung Designsystem](#)

Automatisierter Test-Case "Gebäudeschaden melden"

Die Features des DXP Formularbaukastens werden immer umfangreicher. Im Rahmen unserer Qualitäts- und Funktionschecks setzen wir auf regelmäßige automatisierte Tests, die auf Kopien von "echten", produktiv eingesetzten Formularen ausgeführt werden.

Im letzten Sprint haben wir den Test-Case "Gebäudeschaden melden" (nach dem Vorbild der Schadenmeldung der SV SparkassenVersicherung) verskriptet. Diese Strecke wird nun automatisch getestet und erzeugt Fehlerbenachrichtigungen, falls existierende Funktionen des DXP Formularbaukastens durch die Weiterentwicklung unbemerkt in Mitleidenschaft gezogen werden.

Bug-Fixes: Hier haben wir LÖSUNGEN gefunden

Storybook: Aufräumarbeiten und neuer Deployment-Prozess

Mit dem aktuellen Sprint haben wir diverse technische Schulden in unserer Webkomponentenbibliothek aufgeräumt. Zusätzlich haben wir auch die CI/CD-Pipeline

um das Deployment auf die Storybook-Anwendungen erweitert. Mit den automatisierten Deployments können wir nun sicherstellen, in den eingebetteten Live-Demos im Designsystem jeweils auf die neueste Entwicklung der entsprechenden Webkomponente zu verlinken.

[> Link zur technischen Dokumentation](#)

Richtext-Decoder für sauberes HTML

Bei der redaktionellen Pflege von Texten über die WYSIWIG-Editoren in Magnolia konnte es bisher durch eine abweichende Auszeichnung im HTML zu Abweichungen in der Darstellung kommen. Mit dem Richtext-Decoder werden Content-Passagen nun richtig ausgezeichnet. Dies hilft dabei, die Qualitätsrichtlinien einzuhalten.

Formatierungen von Inhalten, die im Rahmen eines WYSIWIG-Editors in Magnolia vorgenommen werden, haben nun automatisch die gleiche Darstellung wie die Inhalte, die ihre Formatierung über eine Webkomponente erhalten.

Wir freuen uns, Sie in den kommenden DXP Updates über unsere Entwicklungsfortschritte auf dem Laufenden zu halten.

OEV Online Dienste GmbH
Hansaallee 183
40549 Düsseldorf
Handelsregister: HRB 41790
Registergericht: Düsseldorf

Vertreten durch:
Geschäftsführer Thomas Büttner, Thomas Rechlin

Kontakt
Telefon: 0211-45544300
Telefax: 0211-4554466
E-Mail: dxp@oev.de

Das DXP Update ist auch interessant für Ihre Kolleg:Innen?
Dann dürfen diese Informationen gerne weitergeleitet werden.
Neuanmeldungen können [hier](#) vorgenommen werden.

Es besteht kein Interesse mehr?
[Jetzt vom DXP Update abmelden.](#)

[Personenbezogenes Tracking deaktivieren](#)