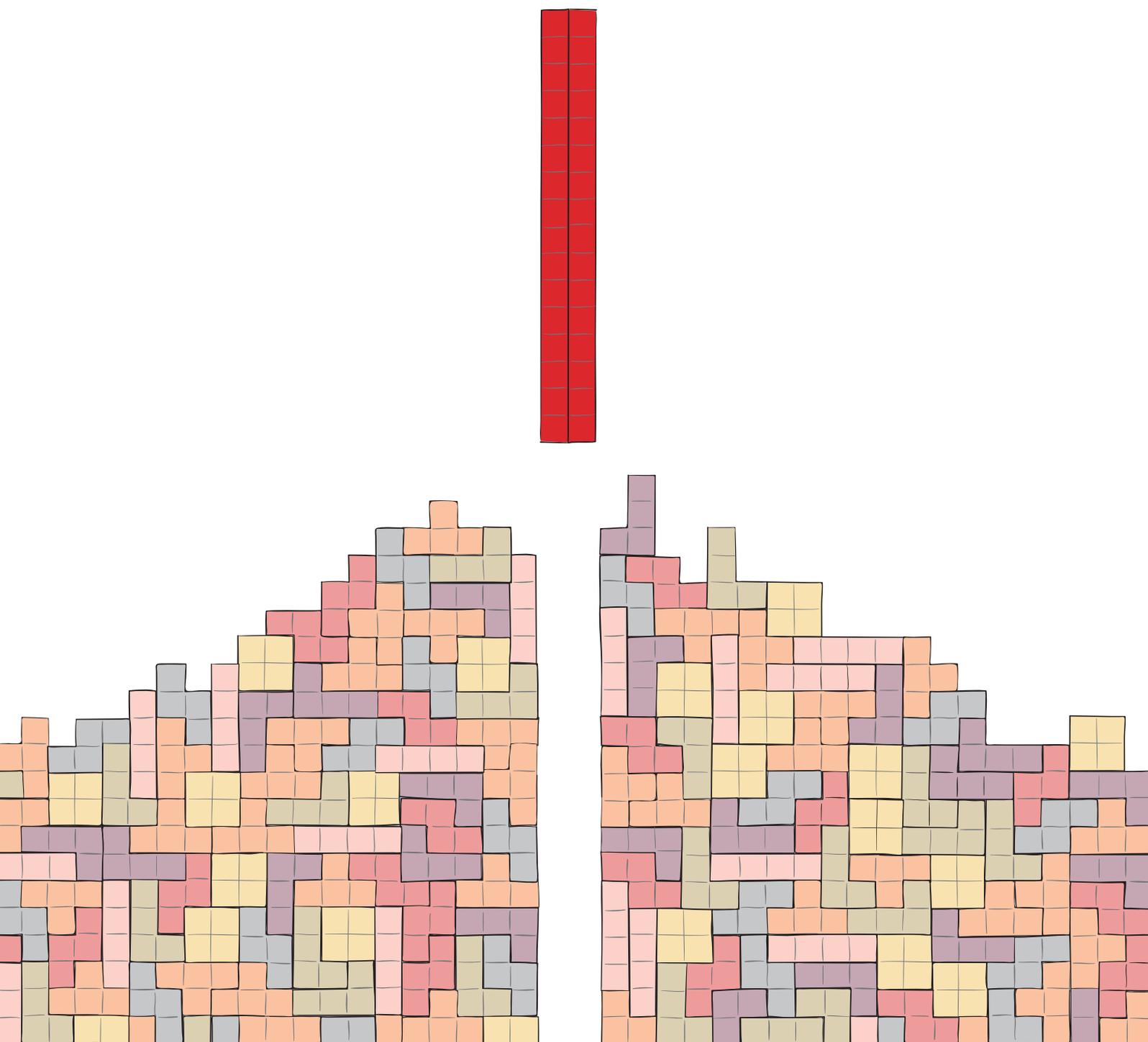


Prozessoptimierung und Kostensenkung – die wichtigsten Bausteine für Ihren Erfolg im E-Commerce



INHALT

ZUSAMMENFASSUNG	3
B2B E-COMMERCE: UMSATZBRINGER & KOSTENSENKER	4
FAKTOREN FÜR ERFOLGREICHE PROZESSOPTIMIERUNG UND KOSTENREDUZIERUNG IM B2B E-COMMERCE	5
Information ist alles: Übernahme von Produktdaten aus PIM- und CMS-Systemen	5
Der Kunde im Fokus: Synchronisierung von Kundendaten aus ERP- und CRM-Systemen mit dem Onlineshop	6
Einkauf nach Maß: B2B-spezifische Bestellprozesse mit umfassender Bestellverwaltung und Self Services	7
FAZIT	13

ZUSAMMENFASSUNG

Der Vertrieb über das Internet bietet im Geschäftskundenbereich immer mehr Chancen, neue Umsatzpotenziale zu erschließen. Sowohl im Direktvertrieb als auch im Zusammenspiel mit Zwischen- und Großhändlern sind leistungsfähige B2B E-Commerce Plattformen notwendig, mit denen sich gleichzeitig Vertriebsprozesse schlanker und effizienter gestalten und die Prozesskosten deutlich reduzieren lassen.

Zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren für die Prozessoptimierung und Kostensenkung zählen unter anderem:

- Reibungsloser, bidirektionaler Austausch von Produkt-, Kunden- und Transaktionsdaten durch nahtlose Verknüpfung des B2B-Shopsystems mit ERP-, PIM-, CRM-, CMS- und anderen Drittsystemen.
- Vielfältige Zugangswege der Kunden zum Onlineshop z.B. über Intranet/Extranet oder direkt aus dem eigenen E-Procurement System oder dem ERP heraus.
- B2B-spezifische Bestellprozesse, mit denen sich individuelle Produktsortimente und Preismodelle abbilden lassen und die flexible Bestelloptionen wie Sammel- und Terminbestellungen bieten.
- Self Services für Geschäftskunden zur vereinfachten Kundenverwaltung, Rechtevergabe und Einrichtung von Genehmigungsprozessen und Budgets.

Führende E-Commerce-Plattformen stellen diese Funktionen bereit und helfen B2B-Herstellern und -Händlern dabei, ihren Vertrieb über das Internet zu einem echten Erfolgsmodell werden zu lassen.

B2B E-COMMERCE: UMSATZBRINGER & KOSTENSENKER

Das Beschaffungsvolumen im B2B-Sektor wächst stetig. Im gleichen Maß, wie immer mehr Unternehmen ihre Beschaffungsprozesse digitalisieren möchten, suchen B2B-Hersteller nach Lösungen, durch den Onlineverkauf ihrer Produkte neue Umsatzpotenziale zu erschließen – im direkten Kundenkontakt oder über Zwischen- bzw. Großhändler. Darüber hinaus sind sie bestrebt durch den Onlinekanal ihre Vertriebsprozesse für sich und ihre Kunden schlanker und effizienter zu gestalten, um so die Prozesskosten auf beiden Seiten zu minimieren.

Im gleichen Atemzug nähern sich die B2C- und B2B-Einkaufswelten im Internet Schritt für Schritt an. Auch wenn in vielen Unternehmen noch traditionelle Bestellvorgänge per Fax, Telefon oder E-Mail zum Alltag gehören, erwarten vor allem webbaffine B2B-Kunden mehr und mehr ein komfortables Online-Einkaufserlebnis mit nahtlos integrierten Prozessen im Stil von Amazon, Zalando & Co. Im Unterschied zum B2C-Bereich sind die Anforderungen an B2B-Onlineshops jedoch wesentlich komplexer, u.a. durch:

Erfolgreicher B2B E-Commerce erfordert die nahtlose Integration des Onlineshops in ERP-, PIM- und andere Drittsysteme sowie ein Einkaufserlebnis à la Amazon, Zalando & Co.

- Erhalt klassischer Bestellwege über EDI oder Fax/OCR
- Öffnen des Onlineshops für verschiedene Zielgruppen wie Unternehmen, Zwischenhändler und Großhändler
- Darstellung kunden- bzw. länderspezifischer Sortimente und Kataloge mit individuellen Preismodellen und Rabattierungen
- Umfassendes Budget-Management mit Abbildung von Kostenstellen
- Abbildung von Rollen und Berechtigungen
- Genehmigungsprozess für die Freigabe von Warenkörben
- Bereitstellung unterschiedlicher Zugänge zum Onlineshop z.B. über Intranet/Extranet oder ERP

Neben diesen B2B-spezifischen Leistungsmerkmalen sollen die Geschäftskunden auch von bewährten Werkzeugen und Funktionen aus dem B2C-Bereich profitieren, z.B.:

- anwenderfreundlichen Benutzeroberflächen
- Produktempfehlungen über Recommendation Engines („Diese Produkte könnten Sie auch interessieren ...“, „Andere Kunden kauften auch ...“, etc.)
- Self Services zur Konten-, Nutzer- und Bestellverwaltung
- zuverlässigen Anzeigen für Produktverfügbarkeit in Echtzeit

Unverzichtbare Voraussetzung für den erfolgreichen Einsatz dieser Funktionen ist, dass ERP-, PIM- und andere Backend-Systeme nahtlos integriert werden und Kunden-, Produkt- und Transaktionsdaten reibungslos zwischen den Systemen fließen können. Darüber hinaus gilt es, die eigentlichen Bestellabläufe für den Geschäftskunden zu vereinfachen und weitgehend zu automatisieren.

Dies gewährleistet auf der einen Seite ein komfortables und begeisterndes Einkaufserlebnis für die Kunden und sorgt andererseits für schlanke, hocheffiziente Vertriebsprozesse mit erheblichen Kosteneinsparungen für Shopbetreiber.

Leistungsfähige E-Commerce Plattformen unterstützen Unternehmen dabei, B2B-spezifische Anforderungen kosteneffizient zu realisieren, Vertriebs- bzw. Beschaffungsprozesse wirtschaftlich zu gestalten sowie die Kundenzufriedenheit zu steigern. Eine Vielzahl namhafter B2B-Unternehmen wie SEMIKRON, Murr Elektronik, Onergys oder Infineon setzen bereits für ihre B2B E-Commerce-Aktivitäten auf solche Plattformen.

FAKTOREN FÜR ERFOLGREICHE PROZESSOPTIMIERUNG UND KOSTENREDUZIERUNG IM B2B E-COMMERCE

Information ist alles: Übernahme von Produktdaten aus PIM- und CMS-Systemen

Umfassende Produktinformationen sind gerade bei erklärungsbedürftigen Gütern eine unverzichtbare Grundlage für positive Kaufentscheidungen. Dabei geht es nicht nur um technische Spezifikationen, sondern vielmehr um sogenannten „Rich Content“, also beispielsweise Videos, Fotos, Texte und andere wichtige Inhalte, mit denen sich Produktstammdaten aus dem ERP-System anreichern lassen.

Leistungsfähige E-Commerce-Systeme bieten hier standardmäßig zertifizierte Schnittstellen zu führenden Product Information und Content Management Systemen, mit denen die Produktinformationen jederzeit automatisch auf dem aktuellen Stand gehalten und durch zusätzliche Inhalte ergänzt werden können. B2B-Shopbetreiber profitieren unter anderem von:

- adhoc oder zeitgesteuerter Bereitstellung aktueller Artikeldaten
- automatischer Aktualisierung der Artikeldaten im Onlineshop
- Übernahme kanalspezifisch im PIM zusammengestellter Artikeldaten, -texte, -referenzen, -kategorien und -sortimente

Für positive Kaufentscheidungen sollten Produktstammdaten aus dem ERP-System durch Videos, Fotos, Texte und andere Inhalte angereichert werden.

Gleichzeitig lässt sich gerade bei umfassenden Produktsortimenten mit wachsender Zahl an Lieferanten die Pflege der Produktdaten erheblich vereinfachen und die Einführungszeit neuer Produkte beschleunigen.

Der Kunde im Fokus: Synchronisierung von Kundendaten aus ERP- und CRM-Systemen mit dem Onlineshop

Neben den Produktstammdaten, die in ERP-Systemen wie SAP® vorgehalten und gepflegt werden, kommt bei E-Commerce-Projekten den Kundenstammdaten eine besondere Bedeutung zu.

Um reibungslose Bestellvorgänge zu ermöglichen, sollten die Kundendaten mit individuellen Sortimentsangaben und Preismodellen aus dem ERP-System direkt mit dem Shopsystem synchronisiert werden.

Leistungsfähige E-Commerce-Plattformen sorgen für die sichere Integration von Onlineshop und ERP-System über zertifizierte Schnittstellen. Folgende Funktionen sollten dabei unterstützt werden:

- Mechanismen zur Preisfindung (Echtzeit-Anzeige u.a. kundenspezifischer Preise, Rabatte, Versandkosten und Steuern)
- ATP Bestandsermittlung zur Übermittlung von Produktverfügbarkeiten und Lieferterminen
- OCI-Punchout (Open Catalog Interface) als Schnittstelle zum direkten Zugriff auf Katalogdaten aus dem ERP-System heraus
- Auftragssimulation
- Geschäftspartner: Debitoren / Ansprechpartner / Konsumenten
- Partnerrollen
- Zahlkarten-Abwicklung mit Backend-Anbindung von Payment Service Providern (PSP-Lösungen)

Die kompletten Bestelldaten fließen wieder zurück ins ERP-System, aber auch in vorhandene CRM-Lösungen und können dort z.B. für prozessgesteuerte Marketingkampagnen zur Kundenaktivierung und Kundenbindung genutzt werden.

Das Ergebnis ist ein reibungsloser Datenaustausch und standardisierte Prozesse, die manuelle Tätigkeiten minimieren. Mitarbeiter, die eintreffende Bestellungen bislang telefonisch oder per Fax abgearbeitet haben, werden entlastet und können ihre

Leistungsfähige B2B E-Commerce Plattformen sorgen für die sichere Integration von Onlineshop und ERP-System über zertifizierte Schnittstellen.

Arbeitszeit zum Beispiel im Kundenservice einsetzen. Zudem sinkt die Fehleranfälligkeit der menschlichen Kommunikation bei der Datenübermittlung.

Einkauf nach Maß: B2B-spezifische Bestellprozesse mit umfassender Bestellverwaltung und Self Services

Wenn es um Prozessoptimierung und reduzierte Prozesskosten im Einkauf geht, kommt neben dem automatisierten Fluss von Produkt-, Kunden- und Bestelldaten der Vereinfachung und Automatisierung der konkreten Einkaufs- und Verwaltungsprozesse eine Schlüsselrolle zu.

Hier lassen sich drei Kernthemen definieren:

- Komfortable Selbstverwaltung für Geschäftskunden
- Umfassendes Bestellmanagement
- Abbildung B2B-spezifischer Einkaufsprozesse

Komfortable Selbstverwaltung für Geschäftskunden

Jeder B2B-Kunde ist anders, mit unterschiedlichen Organisationsstrukturen, Kostenstellen und Geschäftsregeln. Ein B2B-spezifisches Onlineshop-System sollte es vor diesem Hintergrund ermöglichen, sowohl die individuellen Einkäuferstrukturen der Kunden mit den entsprechenden Kostenstellen abzubilden, als auch die jeweiligen Rechte für den Produkteinkauf sowie Bestellmengen und Budgetkontrolle festzulegen. Und das am besten im Self Service, denn die Kunden wissen schließlich am besten, wie sie organisiert sind und einkaufen möchten.

Nach Anlegen des Kundenkontos und der Verwaltungsrechte sollten Kunden u.a. Zahlungs- und Versandarten, Lieferadressen, Kostenstellen und Budgets festlegen sowie Genehmigungsworkflows einrichten können. Ebenfalls sollten sie jederzeit die vereinbarten Sortimente mit der aktuell gültigen Preisvereinbarung und weiteren individuellen Einkaufskonditionen einsehen können.

Diese Self Services entlasten nicht nur die Mitarbeiter von manuellen Tätigkeiten in der Kundenverwaltung, sondern steigern auch die Zufriedenheit der Geschäftskunden und letztendlich die Kundenbindung – die optimale Basis für eine schlanke Prozessstruktur und erfolgreiche Geschäfte.

Praxisbeispiel: Einrichtung von Berechtigungen und Genehmigungen

Umfassende B2B-Plattformen sollten beispielsweise die Möglichkeit bieten, Einkäufer und Bedarfsträger mit oder ohne Zuweisung eines Bereichsleiters (Chefeinkäufer) einzurichten. Der Einkäufer verfügt hier u.a. über folgende Aufgaben und Funktionen:

- Einsicht in eigene Budgetlimits
- Import & Export von Warenkörben (als CSV-Datei)
- Bearbeitung von Schnellbestellungen durch Eingabe der Artikelnummer bzw. anderer Produktmerkmale oder durch Upload von Warenkörben
- Bearbeitung von Sammelbestellungen durch Zusammenfassen mehrerer Warenkörbe
- Anlage von Terminbestellungen

In seiner Funktion als Vorgesetzter stehen dem Chefeinkäufer weitergehende Funktionen zur Verfügung, wie z.B.:

- Verwaltung von Budgetlimits
- Definition von Genehmigungsverfahren
- Konfiguration der ihm zugewiesenen Einkäufer/Bedarfsträger
- Wandeln aller ihm übermittelten Einzelbestellungen in eigene Bestellabläufe (z.B. Terminbestellung oder Sammelbestellung aus verschiedenen zu genehmigenden Warenkörben von unterschiedlichen Einkäufern)
- Verändern von Einzelbestellungen vor der Freigabe

Letztendlich sollten sich sämtliche Rechte und Genehmigungsprozesse frei konfigurieren lassen und der Einkaufsabteilung damit maximale Flexibilität und Sicherheit gemäß der individuellen Organisationsstruktur sowie minimalen Aufwand dank automatisierter Bestellabläufe bieten.

SIE SIND HIER: / KONTOÜBERSICHT / MEINE EINKÄUFER

Passwort ändern
Newsletter-Einstellungen
Rechnungs- und Liefereinstellungen
Bestellhistorie
Produktvergleich
Meine Downloads
Warenkorbvorlagen
Terminbestellung
Einkäufer hinzufügen
Meine Einkäufer
Genehmigungsverfahren
Sammelbestellung

MARKUS MUSTERMANN

Nutzungsrechte
 Darf bestellen?
 Genehmigungsverfahren aktivieren?
 Speichern

Mein Budget
 Aktiv:

		Verbrauchtes Guthaben:	Noch verfügbar:
Guthaben pro Jahr:	<input type="text" value="1.000.000,00"/> €	12.891,31 €	987.108,69 €
Guthaben pro Monat:	<input type="text" value="100.000,00"/> €	659,85 €	99.340,15 €
Guthaben pro Woche:	<input type="text" value="10.000,00"/> €	59,96 €	9.940,04 €
Guthaben pro Tag:	<input type="text" value="1.000,00"/> €	0,00 €	1.000,00 €
Guthaben pro Bestellung:	<input type="text" value="500,00"/> €		

Speichern

Bestellvolumenhistorie

Jahr	Monat	Bestellvolumen
2015	4	7.936,91 €
2015	5	1.158,29 €
2015	6	781,63 €
2015	7	569,63 €
2015	8	1.785,00 €
2015	9	1.090,62 €

← Zurück

Abb. 1: Rechtevergabe am Beispiel der OXID eShop Enterprise B2B Edition



Abb. 2: Funktionsprinzip von Genehmigungsverfahren in B2B-Shopsystemen

Umfassendes Bestellmanagement

Ein weitreichendes Bestellmanagement trägt erheblich dazu bei, Beschaffungsprozesse zu vereinfachen und zu beschleunigen und die Prozesskosten zu senken. Dazu zählen beispielsweise:

- Aufteilung und Zuordnung von Bestellungen
- Anlegen von Bestellvorlagen zur Wiederverwendung
- Einrichten von Sammelbestellungen aus mehreren Einzelbestellungen
- Einrichten geplanter, sich wiederholender Bestellungen (Terminbestellungen)

Praxisbeispiel: Bearbeitung von Sammelbestellungen:

In umfassenden B2B-Plattformen können Warenkörbe zu einer Sammelbestellung vorgemerkt werden. Durch Sammelbestellungen lässt sich die Zahl an Einzelbestellungen – und damit der Bestellaufwand – erheblich reduzieren. Dabei wird der Warenkorb in einen „internen Warenkorb“ verwandelt und im Bereich Sammelbestellungen als Quelle zur Zusammenstellung einer Sammelbestellung angezeigt. Gleiche Artikel aus Warenkörben unterschiedlicher Einkäufer werden in der entsprechenden Menge berücksichtigt und addiert. Vorteil: durch das Zusammenfassen der einzelnen Warenkörbe können Staffलगrenzen überschritten und damit geringere Gesamtbestellkosten erzielt werden.

Warenkörbe können sowohl im Check-out als auch an unterschiedlichen Stellen im Kundenkontobereich für eine Sammelbestellung vorgemerkt werden. Unterliegt ein Warenkorb einem Genehmigungsverfahren, wird eine bereits erteilte Genehmigung bei der Ausführung der Sammelbestellung berücksichtigt. Enthält eine Sammelbestellung einen noch nicht genehmigten Warenkorb, so wird die komplette Sammelbestellung genehmigungspflichtig.



Abb. 3: Sammelbestellungen am Beispiel der OXID eShop Enterprise B2B Edition

Praxisbeispiel: Bearbeitung von Terminbestellungen

Terminbestellungen sind eine hervorragende Möglichkeit, sich wiederholende Bestellungen mit gleichem Warenkorbinhalt zu automatisieren. In modernen B2B-Shopsystemen können Terminbestellungen aus dem Warenkorb heraus erzeugt werden. Der Zeitraum und das Zeitintervall sind dabei durch den Einkäufer frei definierbar.

The screenshot displays the 'BESTELLUNGEN' (Orders) section of the OXID eShop B2B interface. On the left is a navigation menu with options like 'Passwort ändern', 'Newsletter-Einstellungen', and 'Terminbestellung'. The main content area shows a summary of the order status: 'Aktiv (0)', 'Beendet (0)', 'Wartet (2)', 'Papierkorb (1)', 'In Bearbeitung (7)', 'Wiedervorlage (0)', 'History (28)', and 'Fehlerhaft (0)'. Below this is a table titled 'Nachlieferung Liste 1' listing three items: 'Zange' (Art. N.: 98755), 'Einmausschlüssel verstellbar' (Art. N.: 98772), and 'Maßband' (Art. N.: 98769). A summary table at the bottom right shows the total net amount of 49.96 €, plus 19% VAT (9.50 €), resulting in a gross amount of 59.46 €, and shipping costs of 3.90 € plus 19% VAT (0.74 €), for a final total of 64.12 €. Below the table, the 'Herstellerdaten' (Manufacturer Data) section provides details such as the name 'Nachlieferung Liste 1', execution date '01.10.2015', and frequency 'Monatlich / Beenden nach 5 Bestellungen'. The 'Rechnungsadresse' (Billing Address) and 'Lieferadresse' (Delivery Address) are also listed.

Abb. 4: Terminbestellungen im Warenkorb am Beispiel der OXID eShop Enterprise B2B Edition

Abbildung B2B-spezifischer Einkaufsprozesse

Anders als im standardisierten Consumer-Bereich müssen B2B-Shopsysteme über umfassende Möglichkeiten zur individuellen Anpassung der Einkaufsprozesse für Geschäftskunden und Shopbetreiber verfügen. Neben den bereits beschriebenen, vordefinierten Genehmigungsverfahren sind dies primär:

- Abbildung kundenspezifischer Preismodelle und Rabatte
- Darstellung kundenindividueller Kataloge und Produktsortimente
- Automatische Angebotserstellung
- OCI Funktionalität zum direkten Zugriff auf externe Katalogdaten aus dem ERP-System heraus

Moderne B2B E-Commerce-Plattformen stellen diese Funktionen standardmäßig oder als einfach integrierbare Erweiterung bereit. So lassen sich auf Kundenseite die Online-Bestellungen durch die kundenspezifische Anpassung der Preise, Bestellkonditionen und Produktsortimente erheblich einfacher und schneller ausführen als bei klassischer Bestellung per Telefon oder Fax. Das Ergebnis: Verkürzte Lieferzeiten, höhere Kundenzufriedenheit und stärkere Kundenbindung.

Artikelname	Artikelnummer	Neuer Preis	Original Preis	...
Hammer	98765	12,50 €	15,99 €	Löschen
Zange	98766	18,00 €	21,99 €	Löschen

Varianten	Neuen Artikel hinzufügen
	987
	> Alle Artikel anzeigen
	Zange (Artikelnummer: 98766)
	Taschenlampe (Artikelnummer: 98767)
	Schraubendreher (Artikelnummer: 98768)
	Meißband (Artikelnummer: 98769)
	Meißel (Artikelnummer: 98770)
	Bohrmaschine (Artikelnummer: 98771)
	Bit-Set (Artikelnummer: 98771-1)
	Einzelbit (Artikelnummer: 98772)

Abb. 5: Anlegen nutzerspezifischer Preise am Beispiel der OXID eShop Enterprise B2B Edition

Auf Anbieterseite müssen die Mitarbeiter nicht erst mühsam nach den passenden Produkten und Konditionen suchen, manuell Angebote erstellen, diese verschicken und dann auf die Beauftragung warten. Stattdessen laufen die kompletten Angebots- und Bestellabläufe automatisiert im Hintergrund ab. Die Mitarbeiter werden entlastet und können sich beispielsweise im Kundenservice engagieren.

FAZIT

Hersteller und Händler von Investitionsgütern gewinnen durch den Vertriebskanal Internet enorme Chancen, sich weltweit neue Kundengruppen zu erschließen und die Wettbewerbsposition nachhaltig zu stärken.

Unverzichtbar dafür sind leistungsfähige und flexible B2B E-Commerce-Plattformen, die wichtige B2B-spezifische Anforderungen bereits „ab Werk“ erfüllen, um zeit- und kostenintensive Anpassungen zu vermeiden. Hierzu zählen beispielsweise die Abbildung B2B-typischer Bestellprozesse sowie der reibungslose, bidirektionale Fluss von Produkt-, Kunden- und Transaktionsdaten in ERP-, PIM-, CRM- und CMS-Systeme.

Darüber hinaus bieten umfassende Self Services zur Kunden- und Bestellverwaltung die Möglichkeit, eigene Ressourcen zu entlasten und die Kundenzufriedenheit zu steigern. Auf dieser Basis lassen sich Vertriebs- und damit verbundene Prozesse erheblich schlanker gestalten und die Prozesskosten messbar senken.

Weitere Informationen und Kontakt

OXID eSales AG
Bertoldstraße 48
79098 Freiburg
Telefon: +49 761 36889-260
E-Mail: info@oxid-esales.com
www.oxid-esales.com



Impressum

OXID eSales AG
Bertoldstraße 48
79098 Freiburg
Deutschland
Fon: +49 (761) 36889 0
Fax: +49 (761) 36889 29
Vorstand: Roland Fesenmayr (Vorstandsvorsitzender), Dr. Marcus Klosterberg
Vorsitzender des Aufsichtsrats: Michael Schlenk
Sitz: Freiburg
Amtsgericht Freiburg i. Brsg.
HRB 701648