// Die Chancen des B2B-Commerce:
Zusammenspiel von ERP und Onlineshop



// INHALT

Einleitung 3

Technologische Sicht 4
- Datenübertragung in Echtzeit 4
- Zentrale Datenhaltung 4
- Flexible Interfacegestaltung 5
- Die richtige Datenstrategie 5

Vorteile einer Integration 6

In welcher Situation sind Sie? 7

1. Case: ERP-System vorhanden 8
- Ihre Strategie 9
- Konzept & User Interface 10
- Analyse Ihres bestehenden ERP-Systems 11
- Daten 12
- Technologie 13

2. Case: Onlineshop vorhanden 14
- Ihre Strategie 15
- Konzept & User Interface 16
- Analyse Ihres bestehenden Onlineshops 17

Lösungen 18
- 1. Lösung 18
- 2. Lösung 20
- 3. Lösung 22

Letzte Worte 24

Was macht e.bootis? 25



Hinweis zum Aufbau

Zu den zwei exemplarischen Ausgangssituationen haben wir Fragen gesammelt, die Ihnen helfen sollen, einen geeigneten Lösungsansatz zu wählen. Manche Fragen dienen als Denkansatz, manche führen je nach Beantwortung zu einer Lösung. Folgen Sie in Abhängigkeit Ihrer Antworten einfach den grünen und roten Linien zum nächsten Fragenblock.

Viel Spaß!

Interaktiver Ratgeber

Die mit einem ❗ gekennzeichneten Abschnitte enthalten weiterführende Links. Dies können z.B. erklärende Videos, Whitepaper oder Vorlagen sein.

// EINLEITUNG

Dass E-Commerce auch im B2B immer wichtiger wird, wissen Sie sicher bereits. Die Zahlen sprechen da für sich: Immer mehr Entscheider im Einkauf setzen einen Onlineshop voraus. Die Anforderungen an einen solchen Onlineshop sind kundenseitig jedoch nicht ohne. Unkomplizierte und schnelle Check-Outs, einfache Nachbestellungen, schnelle Lieferung und die Verfolgung dieser, eine große Produktauswahl und, und, und. Er bietet Ihren Kunden die Möglichkeit, alle Informationen auch außerhalb Ihrer Öffnungszeiten einzusehen.

Die Liste ist lang, die Kriterien werden mehr und mehr. Über kurz oder lang wird so ein Onlineshop nicht mehr nur "nice-to-have" sein, sondern zum "must-have" werden, auch im B2B. Denn auch hier sitzen Menschen hinter den Monitoren, die Einkäufe tätigen.

Doch was bedeutet das für Sie als Händler? Dass ein Onlineshop her muss, ist klar. Doch um Mehrarbeit oder gar doppelte Arbeit zu vermeiden, müssen ERP und Onlineshop ineinandergreifen.

Das führt nicht nur zu mehr Effizienz, sondern verhindert auch Redundanzen in Ihren Daten. Bei der Entscheidungsfindung verlassen Sie sich außerdem nicht mehr nur auf Ihr Bauchgefühl, sondern auf knallharte Fakten. Fokussieren Sie sich mit einem integrierten Onlineshop auf das, worauf es wirklich ankommt: Ihre Kunden.

In diesem Whitepaper ist Ihre Interaktivität gefragt! Klicken Sie sich mit Hilfe der Schaltflächen durch das Dokument, um den für Sie passenden Denkprozess zu durchlaufen. Je nach Ist-Situation, ändern sich die Fragen, die Sie sich in Bezug auf Ihre IT stellen sollten.

Beantworten Sie die Fragen ehrlich und nehmen Sie interne Prozesse ggf. genauer unter die Lupe. Andernfalls schießen Sie sich damit womöglich ins eigene Knie, wenn auf Grundlage der Antworten auf die Fragen, die falschen Entscheidungen getroffen werden.

// TECHNOLOGISCHE SICHT

Welche technologischen Faktoren beeinflussen Ihren E-Commerce Erfolg?

DATENÜBERTRAGUNG IN ECHTZEIT

Voraussetzung für immer aktuelle Daten und volle Flexibilität im Falle von Veränderungen, ist die Datenübertragung in Echtzeit. Vor allem aus Kundensicht muss hier immer alles topaktuell sein. Egal ob Lagerabfragen, Lieferfähigkeiten oder Lieferanteninformationen. Bewegungsdaten sind oft zeitkritisch und profitieren daher von Echtzeitübertragung. Ein Onlineshop als weitere Facette Ihres Unternehmens hat es hier nicht leicht.



ZENTRALE DATENHALTUNG

Egal wo Ihr Kunde einkaufen will, Sie sind da. Mobil, vor Ort oder ganz einfach per Telefon. Und egal welchen Distributionsweg er nutzen will, Sie haben alle Informationen über Ihren Kunden parat. Für den Kunden bedeutet das: enorme Entlastung. Egal wo einloggen, egal wo anrufen – man weiß direkt, woran man ist! Und damit das auch mit Ihrem Shop der Fall sein kann, müssen Daten entsprechend gehalten werden. Nur so ist Omni-Channel-Distribution keine Zukunftsmusik mehr.

Und ein echt netter Zusatz: Automatisierung. Da eventuell notwendige Datenketten nicht erst manuell gebaut werden müssen, ist Automatisierung ohne viel zusätzlichen Aufwand möglich. Mit einem Shop aus dem ERP-System heraus, müssen viele Brücken nicht erst gebaut werden – die Datenschiffe legen sowieso im selben Hafen an.



FLEXIBLE INTERFACEGESTALTUNG

Wenn Ihr Kunde privat ein Geschenk für den nächsten Kindergeburtstag bestellt oder das vergessene Weihnachtsgeschenk für die Schwiegereltern auf die Schnelle da sein muss, passiert das meistens online – am liebsten mobil! Dieses Verhalten färbt auch immer mehr auf die Berufswelt ab: Online bestellen zu können, beraten zu werden oder einfach seinen Bestellstatus zu überprüfen, ist schon heute ein Muss.

Und genau hier kommt die Flexibilität Ihrer Interfaces ins Spiel. Die Geschäftslogiken hinter einer Desktopversion oder der mobilen Version eines Shops gehören längst zusammen. Denn auch der Servicetechniker, der gerade bei einem Kunden ist, sollte die kaputten Bauteile direkt mobil oder vom Tablet aus nachbestellen können. Dem Personal vor Ort sollten dann auch direkt Wartungshistorie und installierte Maschine angezeigt werden.



DIE RICHTIGE DATENSTRATEGIE

Um Daten effektiv nutzen zu können, sollten diese einige Eigenschaften besitzen, die das ermöglichen:

- **Zentral gehalten und gesteuert werden**
  Das verhindert Redundanzen und ermöglicht eine effiziente Arbeitsweise. Außerdem können Automatisierungsprozesse mit weniger Aufwand implementiert werden.

- **Optimierte und voraggregierte Datenmodelle**
  Nicht jede Datenabfrage muss Ihre gesamten Datenbanken durchkämmen. Optimierte Datenmodelle für bestimmte Use Cases sollten hier den Alltag bestimmen. Rechenleistung und Datenübertragung gilt es so schlank wie möglich zu halten. Vor allem mobil entscheidet das, wie nutzerfreundlich und effizient Mitarbeiter und Kunden arbeiten können!



// VORTEILE EINER INTEGRATION

Die Verknüpfung Ihres Onlineshops mit einem ERP-System bringt eine Vielzahl von Vorteilen mit sich.

Neben der Zeit und den Kosten, die Sie sparen, kann auch Ihr Vertrieb effizienter arbeiten. Durch die Zentrierung Ihrer Bemühungen auf den Kunden und seine Vorlieben, steigt auch dessen Zufriedenheit. Und da alles digitalisiert ist, sind Sie auch bei etwaigen Marktveränderungen voll flexibel.

ZEIT- UND KOSTENERSPARNIS

Schlankere Prozesse bedeuten immer auch weniger Zeitaufwand. Im Rückschluss bedeutet das auch immer: geringere Kosten.



ENTLASTUNG IHRES VERTRIEBS

Auf der anderen Seite sitzt da dann Ihr Vertrieb. Kunden, die direkt über den Shop einkaufen bedeuten für Ihren Vertrieb ganz einfach: mehr Zeit für die wichtigen Dinge. Die persönliche Beratung kann endlich wieder in den Vordergrund rücken. Preisstaffelungen, Rabattierungen und Skonti können mit dem richtigen Level an Integration ganz einfach über den Shop gehandhabt werden, für jeden Kunden individuell und automatisiert.



FLEXIBILITÄT BEI MARKTVERÄNDERUNGEN

Digital ist zwar schön und gut, aber digital muss auch immer schnell und flexibel bedeuten. Egal ob Produktinformationen angepasst werden müssen oder es neue Hersteller gibt, die es an Ihr System anzubinden gilt.



KUNDENZENTRIERTES ARBEITEN

Ihr Kunde will immer wissen, wovon er wann wie viel bestellt hat. Er will wissen, welche Preisstaffelungen es gibt und welche Angebote Sie ihm unterbreiten können. Mit wenigen Clicks will er Bestellungen abschließen, Auskunften einholen oder wissen, wie er Sie am besten erreichen kann. So machen Sie Ihren Kunden glücklich und nur ein glücklicher Kunde ist ein Kunde, der auch wiederkommt.



// IN WELCHER SITUATION SIND SIE?

Nicht für jeden Shop gelten hier die selben Regeln. Ihre Ausgangslage bestimmt maßgeblich, wie tief Sie integrieren müssen, was es vorweg zu klären gilt und in welchem Umfang Sie von einer Integration profitieren können.

Wir haben zwei mögliche Fälle für Sie abgebildet:

ERP-System vorhanden:
ERP-System: ✓ Onlineshop: ✗

ZU CASE 1 ›

Onlineshop vorhanden:
ERP-System: ✗ Onlineshop: ✓

ZU CASE 2 ›

// 1. CASE:
ERP-SYSTEM IST VORHANDEN

ERP-System: ✅ Onlineshop: ❌

Hand aufs Herz: Wie alt ist Ihr ERP-System, und wenn ja, wieso haben Sie noch kein Neues? Spaß beiseite. Je nach Alter Ihres ERP-Systems, kann es zu Komplikationen kommen, wenn es um etwaige Systemschnittstellen geht.

Gibt es überhaupt Schnittstellen in Ihrem ERP?
Wenn nicht, dann werden Sie wohl oder übel über ein komplett neues System nachdenken müssen. Denn nicht nur Ihre eigenen, sondern auch die Systeme Ihrer Partner müssen hier ihren Platz finden können. Das geht weit über einen Onlineshop hinaus.

Erklärungsbedürfte Produkte online verkaufen
Wenn Ihre Produkte und Dienstleistungen ein gewisses Level an Komplexität erreicht haben und eine entsprechend hohe Beratungsleistung fordern, sind auch die Anforderungen an Ihren Shop anders, als bei einem vergleichsweise einfachen Massenprodukt.

Integrieren Sie schon, oder importieren Sie noch?
Für Ihren Shop sind hier vor allem multimediale Daten gefragt. Ein gut gepflegtes PIM (Product Information Management System), ist bereits die halbe Miete für eine zielgruppenorientierte Darstellung Ihrer Produkte im Shop. Der Vorteil bei vielen ERP-Systemen heute ist, dass Sie direkt multimediale PIM-Funktionen mitbringen. Das spart die Anbindung eines externen PIMs.





Bevor wir also über Technologien sprechen, ist es notwendig zunächst eine klare Strategie für Ihr anstehendes E-Commerce-Projekt zu haben. Daraus ergeben sich auch direkt die Ziele, die mit dem Shop verfolgt werden sollen.

Außerdem gibt eine klare Strategie, erste Anhaltspunkte für die Beurteilung von Lösungsmöglichkeiten. Passt eine Lösung nicht zur übergeordneten Strategie, sollte man sich vielleicht doch nochmal umschauen.

Je nach Strategie setzen Sie bereits also erste Schwerpunkte für die spätere Umsetzung. So wird das Fundament für ein erfolgreiches Onlineshop-Projekt gelegt.



// IHRE STRATEGIE

- Wie genau sieht Ihr Business Case für den Onlineshop aus?
- Welche Strategie soll zukünftig mit Ihrer IT verfolgt werden?
- Welche Ziele sollen mit dieser IT-Strategie verfolgt werden?
- Welche Zielgruppen sollen mit dem Onlineshop angesprochen werden?
- Habe ich schon einen Zugang zur Zielgruppe oder muss ich noch aufwändig Neukundenakquise betreiben?
- Warum sollte die Zielgruppe den Onlineshop nutzen? Welche Mehrwerte haben sie dadurch?
- Wie sieht die Situation aus, in der ein Kunde den Onlineshop nutzt? Bspw. am Rechner im Büro im Gegensatz zu dem mobilen Einsatz auf einer Baustelle.

// 1. CASE:
ERP-SYSTEM IST VORHANDEN

ERP-System: ✔ Onlineshop: ✖

ZEIT- UND KOSTENERSPARNIS

Nicht nur das Aussehen spielt beim User Interface (UI) eine große Rolle. Ihr UI entscheidet, wie Ihr Kunde von A nach B kommt, und wie leicht er durch den Shop geleitet wird. Entsprechend früh in der Shop-Planung sollten Kernfragen zu dem Thema geklärt werden. Sind beispielsweise nicht immer alle Daten für Ihre Kunden von Bedeutung, kann die Aggregation der für den Kunden relevanten Daten im Vorfeld von enormem Vorteil sein.

Umreißen Sie das Konzept vor der Wahl einer technischen Lösung so umfassend wie möglich. Die in diesem Schritt getroffenen Entscheidungen sollten bei der Entscheidung für eine Technologie mit berücksichtigt werden, um ein unnötiges hin und her zu umgehen.



// KONZEPT & USER INTERFACE

- Welche Daten sind im Shop notwendig, um ein gutes Kundenerlebnis zu ermöglichen?
- Wie erklärungsbedürftig ist mein Sortiment? Welche Daten benötige ich für die Artikeldarstellung?
- Suche & Filter: Über welche Artikel- und Produktgruppenmerkmale soll gesucht/gefiltert werden?
- Wie unterstützt das Shopsystem den Suchenden?
- Soll es eine (automatisierte) Recommendation-Strategie („Kunden kauften auch“, Up-Selling, Cross-Selling) geben?
- Woher kommen die Daten im Falle einer Automatisierung? Wo liegt die Logik der Recommendation?
- Wird das User-Interface Inhouse realisiert oder bspw. durch eine externe Agentur?
- Wie gestaltet sich die Preisfindung? Gibt es kundenindividuelle Preislisten?
  Wie muss der anzubindende Shop damit umgehen können? Wie greift der Shop diese Preise aus dem ERP-System ab?

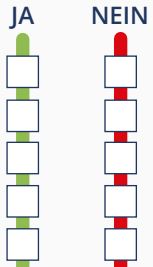
E-Commerce ist eine Investition in die Zukunft. Wer wettbewerbsfähig bleiben will, muss auch online sein.

Um das zu gewährleisten, muss auch Ihre ERP-Software mitziehen und nicht bei einer neuen Shopanbindung vor die Wand fahren. Die folgenden Fragen sind als Anregung zu sehen. Pauschalisieren ist hier (leider) nicht möglich, entscheiden Sie ehrlich für Ihr eigenes Unternehmen:
ja oder nein?



// ANALYSE IHRES BESTEHENDEN ERP-SYSTEMS

- Unterstützt das aktuelle ERP-System die langfristige Unternehmensstrategie?
- Nutzt das ERP die aktuellste Releaseversion und ist auf dem aktuellen Stand?
- Kann das ERP alle unternehmensspezifischen Anforderungen lösen?
- Ist das ERP kürzer als 5 Jahre im Einsatz?
- Sind die Mitarbeiter/Nutzer mit dem Leistungsumfang des ERPs zufrieden?



Sollten Sie ehrlicher Weise überwiegend **„Nein“** sagen müssen, schauen Sie sich gleich unsere Lösung zu Ihrem Problem an:

ZU LÖSUNG 3

// 1. CASE:
ERP-SYSTEM IST VORHANDEN

ERP-System: ✅ Onlineshop: ❌

Wenn Sie bei der Analyse Ihres jetzigen ERP-Systems einen Großteil der Fragen mit „Ja“ beantworten konnten, dann erstmal Glückwunsch an dieser Stelle - es ist nicht alle Hoffnung verloren!

Hier geht es dann weiter mit dem nächsten Checkpoint, Ihren Daten:



// DATEN

	JA	NEIN
› Besitzt das ERP ein anpassbares Klassifikationssystem für Stammdaten (z.B. Artikel, Kunden etc.)?	☑	☐
› Unterstützt das ERP die Bereitstellung von multimedialen Inhalten?	☑	☐
› Ermöglicht das ERP individuelle Preisfindungen nach Kundensegmenten?	☑	☐

Mehr "Nein" als "Ja" angeklickt??
Dann macht Lösung Nummer 3 Sinn:

ZU LÖSUNG 3 ›



// TECHNOLOGIE

- Besitzt das ERP eine offene Systemarchitektur?
- Ermöglicht es eine einfache Anbindung von Fremdsystemen?
- Nutzt es Webservices zur Kommunikation zwischen Systemen?

JA NEIN

Sie konnten alle bisherigen Fragen mit einem ganz einfachen **„Ja“** beantworten? Technologie, Daten und ERP-Analyse sind alle zufriedenstellend? Super! Dann finden Sie die Lösung zu diesem Problem hier:

ZU LÖSUNG 1

Sind die Antworten überwiegend mit **„Nein“** beantwortet, springen Sie gleich zu unserem Lösungsvorschlag!

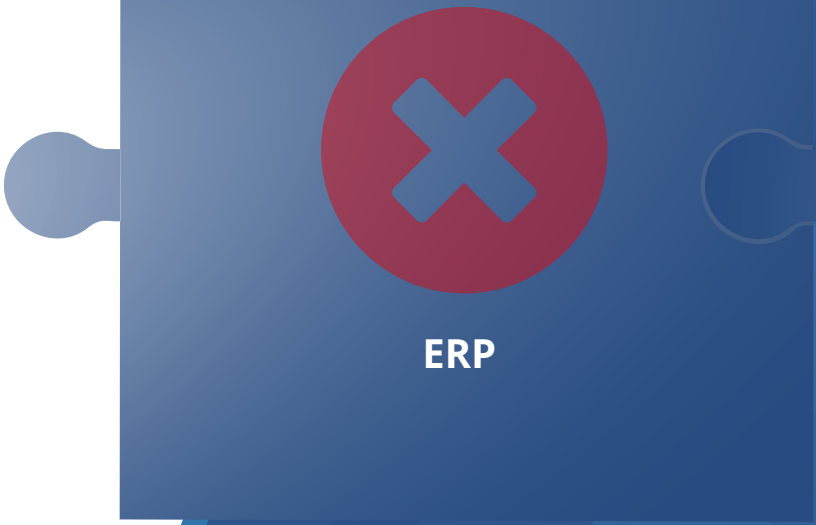
ZU LÖSUNG 3

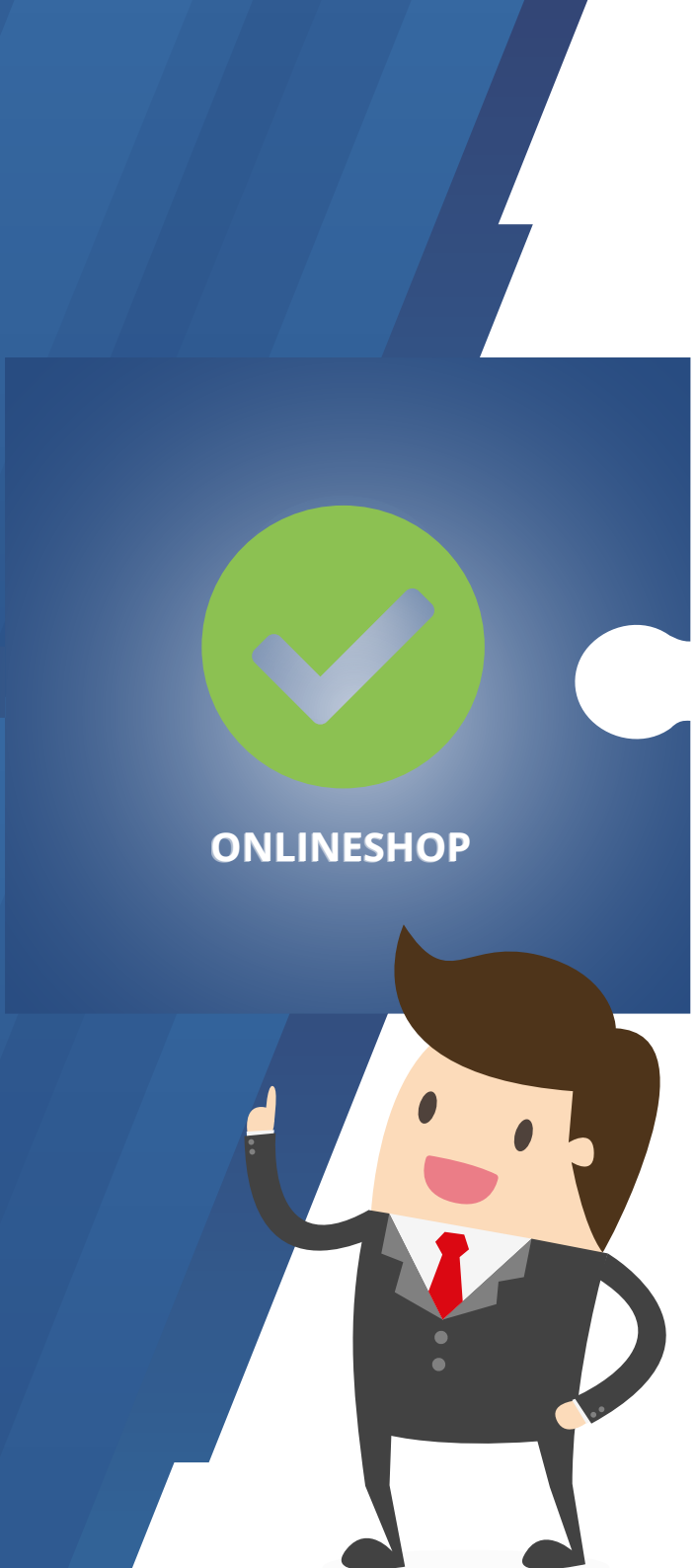
// 2. CASE:
ONLINESHOP IST VORHANDEN

ERP-System: ✗ Onlineshop: ✓

Sie können sich an immer mehr Umsatz erfreuen und das Geschäft boomt, jedoch merken Sie jetzt: Die bisherigen Funktionen reichen nicht mehr aus. Immer wieder stoßen Sie mit dem bestehenden Onlineshop an technische Grenzen. Hier eignet sich ein ERP-System früher oder später, um diese Grenzen zu überwinden. Gefragt sind häufig erweiterte Prozesse in der Beschaffung, den Bereichen Lager & Logistik oder beim Retourenmanagement. Die Daten, die aus diesen Teilbereichen gewonnen werden können, etwa durch Lieferantenbewertungen, geben neue Impulse für strategische Entscheidungen. Lagerorganisation oder optimierte Lieferzeiten geben mehr internen Planungsspielraum und somit eine höhere Flexibilität.

Hier sollten Sie darauf achten, dass sich Ihr zukünftiges System an Ihre Bedürfnisse und Wünsche anpassen lässt, und nicht umgekehrt. Ob nun hinsichtlich Schnittstellen, Funktionen oder Geschäftslogiken: Häufig ist eine standardisierte Individualsoftware, wie e.bootis sie anbietet, eine gute Lösung. Standardprozesse sind einfach schon im System vorhanden. Durch die Individualisierbarkeit mit Hilfe von Parametrisierung, sind jedoch auch spezifische Prozesse keine allzu große Sache.





Ähnlich wie bei der Überlegung für einen neuen Onlineshop, gilt es auch bei dem umgekehrten Weg vom Onlineshop zum ERP-System zunächst festzulegen, mit welcher Strategie welche Ziele verfolgt werden.
Machen Sie sich bewusst, warum Sie ein ERP-System zusätzlich zu Ihrem E-Commerce System benötigen und welche Probleme es beheben soll.

Bewerten Sie diese Probleme monetär, damit sie ein Gefühl bekommen, um wieviel Prozent Sie potentiell Ihren Umsatz/Gewinn langfristig (!) steigern könnten. Stecken Sie den Kostenrahmen ab, in dem das Projekt realisiert werden soll. Wenn Sie ein Auto kaufen, wissen Sie ja auch vorher ungefähr: Darf es ein Porsche werden oder eher ein Dacia.

// IHRE STRATEGIE

- Wie sieht der Business Case für Ihr ERP-System aus?
- Aus welchen Gründen wird ein ERP-System notwendig?
- Welche (Digitalisierungs-) Strategie wird mit dem neuen ERP-System verfolgt?
- Welche Ziele hat das Unternehmen mit dem neuen ERP-System?
- Welcher Mehrwert soll mit dem neuen ERP-System erzielt werden?

// 2. CASE: ONLINESHOP IST VORHANDEN

ERP-System: ✗ Onlineshop: ✓

Im Gegensatz zum ersten Case haben Sie hier den Vorteil, dass Sie bereits einen laufenden und erprobten Onlineshop besitzen.

Sofern keine Änderungen des Konzeptes anstehen, können Sie von den bestehenden Funktionen leichter die Anforderungen an ein ERP-System ableiten.

Doch Vorsicht! Behalten Sie auch hier die Zukunft im Auge: Passt das heutige Konzept noch zu den sich ändernden Anforderungen Ihrer Kunden? Wie leicht und flexibel muss der Shop anpassbar sein? Auch hierfür haben wir wieder eine Reihe an Fragen für Sie zusammengestellt, die Sie sich vorher stellen sollten:



// KONZEPT & USER INTERFACE

- Welche Daten aus dem ERP-System werden im Shop genutzt, um ein gutes User-Interface Erlebnis zu ermöglichen?
- Suche & Filter: Über welche Artikel- und Produktgruppenmerkmale wird gesucht/gefiltert? Welche Anforderungen hinsichtlich Verwaltung von Merkmalen & Klassifikationen werden dadurch an das ERP-System gestellt?
- Soll es eine (automatisierte) Recommendation-Strategie („Kunden kauften auch“, Upselling, Cross-Selling) geben?
- Woher kommen die Daten im Falle einer Automatisierung? Wo liegt die Logik der Recommendation?
- Soll das bestehende User-Interface genutzt werden oder nutzen Sie die Gelegenheit, das Design und den Aufbau zu überarbeiten?
- Gibt es individuelle Preislisten auf Kundenbasis?
- Werden Preise im ERP-System oder im Onlineshop gepflegt?

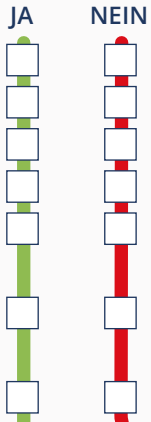
Mit der Einführung eines ERP-Systems verfolgen Sie eine klare Strategie, um Ihr bestehendes Geschäft noch besser auf Ihre Kunden auszurichten. Eine wesentliche Überlegung dabei ist, wie viele der angestrebten Mehrwerte in der Verbindung von E-Commerce und ERP-System liegen.

Die Entscheidung, ob Schnittstelle oder integrierter Shop ist schwer anhand von pauschalen Einzelfragen zu treffen. Zu sehr ist sie von Ihrer individuellen Situation abhängig. Daher können die nachfolgenden Fragen auch nur Denkanstöße liefern.



// ANALYSE IHRES BESTEHENDEN ONLINESHOPS

- Unterstützt das aktuelle Shopsystem die langfristige Unternehmensstrategie?
- Basiert der Onlineshop auf aktueller, moderner Technologie?
- Ist das Shopsystem flexibel genug, auch zukünftige Anforderungen zu lösen?
- Konnten alle Kundenanforderungen mit dem Shopsystem bedient werden?
- Ermöglicht es eine einfache Anbindung von Fremdsystemen?
- Übersteigen die Einführungskosten eines integrierten Shops die langfristig prognostizierten monetären Mehrwerte?
- Ist der Betrieb einer Schnittstellenlösung unter Betrachtung der gesamten Kosten langfristig günstiger?



Wenn Sie die Fragen zu diesem Case weitestgehend mit „Ja“ beantworten konnten, springen Sie gleich zur passenden Lösung!

ZU LÖSUNG 2

Keine Sorge. Selbst bei den vielen negativen Antworten, haben wir immer noch einen positiven Output für Sie:

ZU LÖSUNG 3

// 1. LÖSUNG:

BESTEHENDES ERP-SYSTEM MIT EXTERNEM SHOPSYSTEM

Es ist gut, wenn Ihr bestehendes ERP-System sowohl technologisch, als auch bei der Abdeckung von Prozessen gut aufgestellt ist. Damit ist der erste Stein gesetzt. Welche Aufgabe jetzt auf Sie zu kommt: Das passende Interface für Ihre Kunden. Und diese Aufgabe ist nicht zu unterschätzen. Einen Vorteil haben Sie, wenn Ihr ERP-System alle gewünschten Funktionen bereits abbildet. Die im Hintergrund laufenden Prozessketten funktionieren einwandfrei und ersparen Ihnen bereits heute eine Menge manueller Arbeit.

Dann ist die Basis für Ihren neuen Onlineshop eine schöne grüne Wiese, auf der Sie sich austoben können - ehrlich herrlich! Ein Traum für jeden Projektverantwortlichen. Doch haben Sie hier auch immer den gesamten Business Case im Blick. Dieser sollte bei jeder Lösung Einfluss auf Ihre Entscheidungen nehmen. Fragen Sie sich im Zweifelsfall immer: Erlauben mir meine Strategie und mein Business Case diese Entscheidung?



- Welche Anforderungen stellt die langfristige Unternehmensstrategie an ein Shopsystem?
- Welche Anforderungen stellen Kunden an ein Shopsystem?
- Welche Anforderungen stellen Marketingkanäle (z.B. SEA, SEO, Social Media) an das Shopsystem?
- Welche Funktionen muss das Shopsystem unterstützen, um Mehrwert für Kunden zu bieten?
- Welche Funktionen liegen davon tatsächlich im Shopsystem, wie viele entstammen dem ERP-System?
- Welche Daten werden benötigt, um den Shop kontinuierlich zu optimieren?
- Wie und wo werden diese Daten erhoben?
- Wo werden Daten ausgewertet?
- Wie einfach ist es, das User Interface (Aussehen) anzupassen?
- Gibt es ein Template-System und wie gut ist es dokumentiert?

Je nachdem wie Sie die obigen Fragen beantwortet haben, stehen in unserer ersten Lösung zunächst Fragen zur Schnittstelle an:

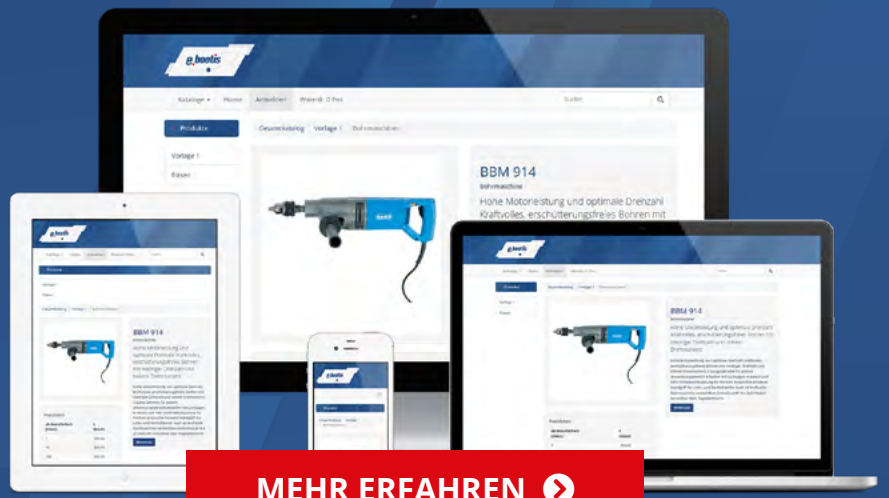
- Welche Daten müssen in Echtzeit verfügbar und aktuell sein?
- Welche Daten können einmal am Tag per Batch übertragen werden?
- Wo liegen welche Daten? Gibt es hier einen zentralen Ansatz im ERP oder erfolgt eine Aufteilung?
- Welche Daten sind essentiell für Ihren Betrieb?
- Welche Daten sind essentiell für spätere Optimierungen?
- Wie läuft ein Caching von Daten ab? Welche Daten sollen / dürfen gecached werden?
- Welche Schnittstellenformen unterstützt das bestehende ERP-System?

WIE KANN E.BOOTIS IHNEN DABEI HELFEN?

e.bootis liefert mit Digital Commerce ein E-Commerce-System, das sich dank der OpenEngine-Technologie flexibel an bestehende ERP-Systeme anbinden lässt.

Weitere Vorteile sind:

- Dynamische Template Technologie: Liefern Sie genau das Interface, was Ihre Kunden brauchen
- Optimierte Performance mit Server-Side-Rendering
- Native Solr-Suche: Product Discovery neu gedacht
- Beliebig viele Artikel ohne Zusatzkosten
- Einfache Internationalisierung



MEHR ERFAHREN

// 2. LÖSUNG:

NEUES ERP-SYSTEM MIT SCHNITTSTELLE ZU BESTEHENDEM SHOP

Toller Shop aber lahme Prozesse. Wir haben es geahnt. Der Klassiker. Konzeptionell ist das ERP-System der zentrale Punkt, in dem Informationen zusammenlaufen und aus dem diese auch wieder her kommen. Der Dreh- und Angelpunkt für Ihre Daten, wenn Sie so wollen. Doch vor allem bietet er auch neue Chancen zur Kundenbindung.

Stellen Sie sich den nächsten Großkunden vor, der eine EDI-Schnittstelle voraussetzt. Oder werden Sie zum bevorzugten Lieferanten Ihrer bestehenden Kunden, indem Sie Mehraufwand für händische Anfragen, durch EDI-Schnittstellen ersparen.

Zudem ermöglicht es, wie eingangs beschrieben, schlankere Prozesse in Einkauf, Lager und Logistik. Schlankheit bedeutet hier: Weniger Zeitaufwand, weniger Kosten, weniger Fehlerquellen durch Automatisierung. Durch die Übersichtlichkeit der Daten und den Knotenpunkt, an dem all diese zusammenlaufen, wird eine Multichannel-Betrachtung für Ihren Vertrieb möglich. Das erlaubt beispielsweise den Einsatz von Omni-Channel Distribution und erleichtertes Cross-Selling. Ein dickes Plus für Ihren Absatz!

Die Einführung eines ERP-Systems ist eine Mammutaufgabe, die es nicht zu unterschätzen gilt. Damit die Kosten bewertbar bleiben, sollte auch hier eine Business Case Betrachtung vorweg stattfinden.

Um Ihnen bei der Suche nach dem richtigen ERP-System zu helfen, haben wir eigens dafür einen ERP-Auswahlratgeber zusammengestellt:



DOWNLOAD

WIE KANN E.BOOTIS IHNEN DABEI HELFEN?

Ganz einfach: Mit unserem eigenständig entwickelten ERP-System e.bootis-ERP[II]. Die individualisierbare Standardsoftware wurde von Grundauf so konzipiert, dass sie sich ideal in bestehende IT-Umgebungen integrieren lässt. Durch die offene OpenEngine-Technologie wird die Anbindung eines vorhandenen Onlineshops zum Kinderspiel.

Dabei bietet e.bootis-ERP[II] die benötigte Flexibilität, einerseits neuen technologischen Anforderungen hinsichtlich Datenaustausch gerecht zu werden, andererseits bestehende Dateninseln in einer Lösung zu konzentrieren. Auf Deutsch gesagt: Sie erhalten eine Stelle, an der alle Informationen in Ihrem Unternehmen gesammelt, aufbereitet und ausgewertet werden.

Dank unserer Erfahrung aus über 30 Jahren im B2B Commerce identifizieren wir schnell Optimierungspotentiale, die wir mit zahlreichen Standardprozessen in e.bootis-ERP[II] heben.



- Wie offen ist die Systemarchitektur des angedachten ERP-Systems?
- Welche Funktionen muss das ERP-System unterstützen, um Mehrwert für Kunden zu bieten?
- Welche Funktionen liegen davon tatsächlich im Shopsystem, wie viele entstammen dem ERP-System?
- Wo werden zukünftig Artikeldaten gepflegt?
- Warum ergibt eine Teilung von ERP-System und Onlineshop Sinn?
- Wie flexibel ist das System hinsichtlich Klassfikationssystemen und Artikelmerkmalen?
- Sind Variantenartikel ein Thema? Können die bisherigen und zukünftigen Artikelstrukturen abgebildet werden?
- Wird ein Produktkonfigurator benötigt? Wie werden konfigurierte Produkte im ERP-System angelegt?
- Welche Informationen aus dem ERP müssen im Shop dargestellt werden (bspw. Auftragsarchiv, Rechnungen)?
- Muss Ihr Onlineshop zu einem Self-Service-Portal ausgebaut werden?

Lassen Sie uns doch mal darüber reden, wie e.bootis-ERP[II] Ihnen helfen kann.
Bernd Krüger, Vertrieb

TERMIN VEREINBAREN



// 3. LÖSUNG:

NEUES ERP-SYSTEM MIT INTEGRIERTEM SHOP

Die Vorteile bei dieser Art von Projekt werden vor allem dann spürbar, wenn Sie B2B-Commerce als eine langfristige, integrierte Strategie verstehen und umsetzen möchten.

Ein ERP-System ist hier der Drahtzieher im Hintergrund. Durch automatisierte Prozesse, werden enorm viele Kosten und sehr viel Zeit gespart. Die Integration von Onlineshop und E-Commerce ist also nicht nur als Mehrwert für den Kunden zu sehen, sondern auch als Hebel, um interne Prozesse zu optimieren und Fehler zu reduzieren. Ihr erklärte Ziel muss sein, die manuelle Erfassung von Aufträgen weitestgehend zu eleminieren, um die Vorteile von Automtaisierung wirklich nutzen zu können.

Was in der Denkweise noch oft getrennt betrachtet wird, sollte ganzheitlich gesehen werden. Dem Kunden ist es egal, mit welcher Technologie seine Bestellung bearbeitet wird. Er möchte umfassende Informationen vor, während und nach dem Kaufvorgang.

Ein beliebtes Beispiel sind hier Preislisten bei B2B-Kunden. Kann Ihr Onlineshop diese nicht kundenspezifisch abbilden, wird ohnehin wieder zum Telefon gegriffen und händisch bestellt. Das wäre nicht zielführend. Auch andere Prozesse, wie das Update von Produktzertifikaten, kann bei einmaliger Pflege im Artikelstamm, automatisch Prozesse anstoßen. Ein Kunde erhält so sein erneuertes Zertifikat bspw. voll automatisch.

Wir können nur betonen: ERP-Einführung = komplexes Mammutprojekt! Damit die Kosten bewertbar bleiben, sollte auch hier ein Business Case vorweg erstellt werden. Da Sie bestimmt nicht täglich eine ERP-Auswahl durchführen, haben wir unsere Tipps in einen umfangreichen Ratgeber gepackt:



DOWNLOAD



- Welche Anforderungen stellt die langfristige Unternehmensstrategie an ein integriertes ERP & Shopsystem?
- Welche Anforderungen stellen Kunden an das Unternehmen, die durch eine Integration von ERP und Shop einfacher zu lösen sind?
- Welche Anforderungen stellen Marketingkanäle (z.B. SEA, SEO, Social) an das Shopsystem?
- Welche Funktionen muss das Shopsystem unterstützen, um Mehrwerte für Kunden zu bilden?
- Auf welcher technologischen Basis laufen ERP-System und Onlineshop?
- Besitzt der Shop eine zukunftsträchtige Architektur oder werden veraltete Technologien genutzt?
- Ist die Darstellungsebene (Templates) von der Logikebene (z.B. Funktion des Warenkorbs) getrennt?
- Besitzt der Shop ein offenes Template-System oder sind die Darstellungsmöglichkeiten begrenzt?
- Ist der Shop auf klassische Shop-Funktionen begrenzt oder bietet das ERP-System eine Technologie, sodass Kunden beliebige Prozesse im ERP-System anstoßen?
- Wie kommunizieren Onlineshop und ERP-System miteinander?

WIE KANN E.BOOTIS IHNEN DABEI HELFEN?

Unser ERP-System e.bootis-ERP[II] besitzt mit Digital Commerce ein tief integriertes und von uns entwickeltes E-Commerce-System. Profitieren Sie von schnellen Prozessen und der deutlich höheren Transparenz einer integrierten Lösung.

Durch die zentrale Datenstrategie sind Sie in der Lage, Ihren Kunden maßgeschneiderte Oberflächen zu bieten, die alle im ERP-System vorhandenen Informationen ausliefern können. Auftragsstatus? Alte Rechnungen? Individuelle Preise? Können ohne Probleme im Onlineshop abgebildet werden!

Liefern Sie Ihren Kunden ein digitales B2B-Einkaufserlebnis, dass nebenbei auch noch Ihre internen Prozesse optimiert. Profitieren Sie von ausgefeilten Standardprozessen und umfangreichen Automtaisierungen in einem ERP-System, dass Ihr Unternehmen für die Herausforderungen der Zukunft wappnet.



Lassen Sie uns doch mal darüber reden, wie e.bootis-ERP[II] Ihnen helfen kann.
Bernd Krüger, Vertrieb

TERMIN VEREINBAREN

// LETZTE WORTE

„Change is inevitable. Growth is optional."
– John C. Maxwell

Fassen wir kurz zusammen, welche Facetten wir in diesem Whitepaper mit Ihnen durchleuchten wollten. Erster Showstopper in unserer Selbstanalyse ist die übergeordnete Strategie für Ihr Unternehmen mit dem Shop. Mit der User Interface-Thematik reden wir nicht nur von dem rein Gestalterischen. Auch über Daten und Automatismen müssen Sie sich im Zuge der UI-Fragen Gedanken machen. Zuletzt gilt es für Sie zu klären, welche technologischen Gegebenheiten Ihr Shop und Ihr ERP-System (falls vorhanden) haben.

Nach Ihrer Selbstanalyse ist eine Übersicht aller Anforderungen an Ihren Shop und Ihr ERP empfehlenswert. Und das von allen Seiten. Egal ob Kunden, Vertrieb & Marketing oder andere Anspruchsgruppen im Unternehmen. Machen Sie sich nicht nur Gedanken über die Funktionen, sondern haben Sie auch stets Prozesse im Blick.

Im Optimalfall haben Sie gleich mehrere angestoßene Prozesse für jede Funktion, die genutzt wird. Ihre Interfaces von morgen sollten diese Funktionen und Prozesse zielführend zusammenbringen, um intern sowie extern für eine schnelle und einfache Nutzung zu sorgen. Template-Systeme für Ihren Shop sollten von Geschäftslogiken getrennt sein, um die Darstellung Ihrer Shop-Seiten möglichst flexibel zu halten. Denn nur weil der Warenkorb jetzt links anstatt rechts ist, sollte sich dieser nicht in seiner Funktionalität ändern.

Sollten Sie zu Lösung 2 oder 3 gekommen sein, stehen Sie jetzt auch vor der Aufgabe ein neues ERP-System zu finden. Um Ihnen da Hilfestellung zu leisten und der Komplexität eines solchen Projekts entgegen zu wirken, haben wir einen eigenen Ratgeber zur ERP-Auswahl geschrieben:





DOWNLOAD

// WAS MACHT E.BOOTIS

Unser ERP-System für Ihren Erfolg

Als technologisch unabhängiger Hersteller für innovative Unternehmenssoftware „Made in Germany“ unterstützt die e.bootis ag mittelständische Firmen der D-A-CH Region in der Abbildung ihres profitablen Geschäftsbetriebs und der digitalen Vernetzung.

Seit über 35 Jahren widmet sich das familiengeführte Unternehmen, dank umfassenden Branchenkenntnissen, seinen Kunden aus verschiedenen Zielmärkten. Die vollständig auf Internettechnologien wie Java und .NET entwickelte ERP-Lösung „e.bootis-ERP^{II} Suite“ ist plattformunabhängig, voll skalierbar und höchst integrativ.

Die modular aufgebaute ERP-Komplettlösung vereint eine Vielzahl hoch funktionaler Anwendungen für die Anforderungen der verschiedenen Unternehmensbereiche. Umfangreiche Möglichkeiten zur Parametrisierung der Lösung schafft die nötige Flexibilität, um auf den stetigen Wandel mit individuellen Anpassungen reagieren zu können. Durch die Single Source Code-Philosophie ist eine 100%ige Release- und Wartungsfähigkeit der Standardlösung gegeben.

Erfahren Sie mehr auf unserer Website:

MEHR ERFAHREN





e.bootis ag

Nordsternstraße 71,

45329 Essen

Tel.: 0201 8596 0

Email: info@ebootis.de

Web: **www.ebootis.de**

© e. bootis ag

Dieses Material ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung der Inhalte (z.B. in Form von Vervielfältigungen, Übersetzungen oder Weiterverarbeitung in elektronischen Systemen) ohne die explizite Zustimmung der e.bootis ag ist nicht gestattet.