

E-Business im Reifenhandel AbaShop als strategische Erfolgskomponente

Die Shop-Lösung bei der Arthur Rüegg Fahrzeug-Zubehör AG basiert auf AbaShop und ist als E-Business-Projekt beispielhaft. Damit wurde ein zusätzliches Verkaufsinstrument geschaffen, das einerseits die Kundenbindung und andererseits die Beratungsqualität in der Kundenbetreuung erhöht. Anhand dieses Internet-Shops lässt sich exemplarisch aufzeigen, wie sich die Prozesskosten bei der Abwicklung von Routineaufträgen erheblich reduzieren lassen.



Das Unternehmen, die Branche, Produkte und Zielgruppe

Die Arthur Rüegg ist schweizweit führend im Handel mit Zweiradreifen und beliefert als Grossist den Fachhandel. Neben den Import-Marken Continental und Semperit werden alle übrigen namhaften Reifenmarken für Zweiräder angeboten.

Die Vielfalt der Reifenprodukte im Motor- und Fahrradbereich ist über die Jahre drastisch angestiegen. Heute führt die Arthur Rüegg insgesamt 2'717 Produkte und Varianten im Angebot. Diese stehen zudem immer häufiger in einer systemischen Abhängigkeit zueinander. Erst die richtigen Reifen in Kombination mit den richtigen Felgen und der richtigen Anwendung führen zur gewünschten Fahrdynamik eines Fahrzeuges und damit erst zu einem echten Fahrvergnügen. So standen bei der Einführung des E-Business neben der Beratungsleistung als Verkaufsargument vor allem die aus Kunden- und aus Unternehmenssicht effiziente Abwicklung von Aufträgen im Mittelpunkt der Überlegungen. Ziel war es, vor allem Kleinabnehmer und Routinekäufer auf automatisierte und somit günstige Absatzkanäle zu lenken, ohne dabei ihr Beratungsbedürfnis zu vernachlässigen.

E-Business-Strategie

Die Arthur Rüegg setzt bereits seit 1990 die ABACUS-Programme für die Auftragsabwicklung und das Finanzwesen ein. Neben dem persönlichen Engagement des Geschäftsführers waren für den zusätzlichen Einstieg ins E-Business der Arthur Rüegg vor allem eine notwendige Prozessreorganisation und Kostengründe ausschlaggebend. Das Internet sollte als zusätzlicher Verkaufskanal und den Kunden ein deutlich erweitertes Informationsangebot erschlossen werden.

Hauptziel der Bestellautomatisierung und der erweiterten Informationsbereitstellung war die Schaffung grösserer Freiräume für den Aussendienst zur Intensivierung von Beratungsleistungen.

“Wir haben erkannt, dass die Steigerung der Beratungsintensität vor allem gegenüber Grosskunden und die kostengünstige Abwicklung von Routineaufträgen nicht ohne den Einsatz von Instrumenten des E-Business möglich sind.”

Jürg Rüegg, Geschäftsführer der Arthur Rüegg Fahrzeug-Zubehör AG

Zusammenspiel von ERP-System und E-Business-Software

Bei der Entscheidung für die Einführung einer E-Business-Software war für die Arthur Rüegg als KMU vor allem wichtig, den Integrationsaufwand mit dem bestehenden ABACUS-ERP-System zu minimieren. Die E-Business-Lösung sollte möglichst schnittstellenarm sein und die existierende Systemlandschaft nicht unnötig erschweren.

Um einen bedarfsgerechten, ortsunabhängigen Zugriff auf Produkt- und Kundeninformationen zu gewährleisten, sollten auch die Aussendienstmitarbeiter mit dem Online-Tool arbeiten können, während Innendienstmitarbeiter weiterhin die vollumfängliche Funktionalität des ERP-Systems benötigen würden.



ARTHUR RÜEGG
FAHRZEUG-ZUBEHÖR AG

Arthur Rüegg Fahrzeug-Zubehör AG - Microsoft Internet Explorer

Adresse: http://www.abacus.ch/abashop?d=...&index.html&id=3910579048968&w=150

Online | Dienstleistungen | Portrait | Kontakt

Warenkorb füllen | Bestellung prüfen | Empfangsbestätigung

Suchergebnis: 18 Produkte gefunden.

| Code | Artikelbezeichnung | Info | Brutto | Netto | Rabatt % | VPE | Anz. |
|-------|---------------------------------------------------------|------|--------|-------|----------|-----|------|
| 26728 | Bridgestone Motopneu 180/55 ZR 17 (73W) TL BT 020 RU NT | R | 425.00 | | 48 | | |
| 26313 | Bridgestone Motopneu 120/70 ZR 17 (58W) TL BT 020 F | F | 304.00 | | 48 | | |
| 22288 | Bridgestone Motopneu 120/70 ZR 18 (59W) TL BT 020 FF | F | 313.00 | | 48 | | |
| 20924 | Bridgestone Motopneu 120/90 - 10 65J TL ML 16 A | R | 114.00 | | 48 | | |
| 27289 | Bridgestone Motopneu 170/60 ZR 17 (72W) TL BT 020 RF | R | 415.00 | | 48 | | |
| 26310 | Bridgestone Motopneu 160/55 ZR 17 (73W) TL BT 014 R | R | 446.00 | | 48 | | |
| 26306 | Bridgestone Motopneu 120/70 ZR 17 (58W) TL BT 014 F | F | 318.00 | | 48 | | |

Ihr Warenkorb

Kundennummer: 200112
Hans Shopmuster
8000 Zürich

| Code | Artikelbezeichnung | Brutto | Netto | Rabatt % | Ihr Preis | VPE | Anz. | Subtotal |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------------|--------|-------|----------|-----------|-----|------|--------------|
| 4065516 | Avon Motopneu 160/60 ZR 17 (69W) TL AV 46 | 365.00 | | 48 | 189.80 | 10 | | 1'898.00 |
| Total exkl. MWST (Lieferung portofrei ab 600.00) | | | | | | | | |
| 1'898.00 zu 7.6% MWST | | | | | | | | |
| | | | | | | | | 144.25 |
| | | | | | | | | CHF 2'042.25 |

Die wesentlichen Kriterien für die Entscheidung zu Gunsten einer AbaShop-Lösung waren ein solides Preis-Leistungs-Verhältnis, die bestehende Vertrauensbeziehung und ein optimales Integrationszenario, das sich aus der Erweiterung des ERP-Systems um ein E-Shop-Modul ergab.

Ein Webshop für Kunden und Aussendienst

Die E-Business-Lösung, die schliesslich Anfang 2004 bei Arthur Rüegg implementiert wurde, beinhaltet einen über die Firmen-Homepage zugänglichen Webshop. Dieser dient sowohl als Vertriebskanal für Warenbestellungen seitens der Kunden als auch der Vertriebsunterstützung für den Aussendienst der Firma. Aufgrund der hinterlegten Kundeninformationen können jedem Kunden individuell zugewiesene kundenspezifische Konditionen hinterlegt werden. Zusätzliche Informationen wie Datenblätter über Produktspezifikationen und Kontaktdaten vervollständigen die Web-Präsenz.

Geschäftsicht

Verbunden mit dem Ziel, die Kunden mit geringen Bestellmengen oder Routinebedarf auf den E-Shop als kostengünstigen Abwicklungskanal zu lenken, sollte auch die Verfügbarkeit des Produktangebots wesentlich erhöht werden. Die Kunden der Arthur Rüegg wurden durch den Webshop mit den umfassenden Produktinformationen unabhängiger. Einen weiteren Nutzenaspekt der Implementierung stellt die effiziente Aktualisierbarkeit des Produktkataloges dar. Häufige Änderungen im Produktportfolio können bei der Arthur Rüegg über den elektronischen Katalog des Webshops unmittelbar vollzogen werden, was zuvor über die jährlich erscheinenden Print-Kataloge unmöglich war.

Partner

Zur Realisierung einer E-Business-Vertriebslösung wurde der ABACUS-Vertriebspartner WData aus Abtwil bei St. Gallen beigezogen, der zur Umsetzung des Projektes den Einbezug der Firma Next als ausgewiesene Internet-Spezialistin empfahl. Next hat daraufhin die fachliche Leitung übernommen, wobei die Aufgabenteilung folgendermassen geregelt wurde: Next konzipierte die Website für die E-Business-Lösung, die Gestaltung und Navigation sowie interne und externe Kommunikationsmassnahmen. WData integrierte die konzeptionellen und gestalterischen Elemente der Next in die E-Shop-Lösung von ABACUS.

Zwei zentrale Aufgaben fielen an:

- Die Datenvorbereitung in der ABACUS-Auftragsbearbeitung. Implementierung der E-Shop-relevanten Produkte-Klassierungen, Aufbereitung von Bildmaterial sowie die Grundparametrierung des E-Shop-Clients.
- Gestützt auf die Vorleistungen der Next integrierte WData die Expertise im Shop-Umfeld der ABACUS-Software. Die Funktionalität der Auftragsbearbeitung zur Abwicklung von Kundenaufträgen mit der Preis- und Rabattfindung beispielsweise inklusive Online-Lagerinformationen konnte im AbaShop 1:1 dargestellt werden.

AbaShop

Frei werdende Kapazitäten bei den Mitarbeitern wurden nicht gestrichen, sondern für eine hochwertigere und intensivere Beratungsleistung eingesetzt. Die im elektronischen Laden vorhandenen Daten über bisherige Kundenbestellungen und -präferenzen dienen heute den Mitarbeitern im Aussendienst für eine individuelle auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnittene Beratung.

Prozesssicht

Mit der Einführung des Webshops wurde der Vertriebsprozess umgestaltet und optimiert. Ein Kunde kann nun zeitunabhängig auf ständig aktuelle Produktdaten zugreifen und sich somit unabhängig von den regulären Arbeitszeiten des Innendienstes über Produkte informieren. Beim Login wird er auf aktuelle Aktionsangebote und Innovationen aufmerksam gemacht. Im elektronischen Katalog kann der Kunde neben den allgemeinen Produktdaten die Verfügbarkeit der Produkte einsehen, aktuelle kundenspezifische Preiskonditionen und Produktrabatte sowie detaillierte Produktinformationen abfragen.

Insbesondere bei Nachkäufen erfolgen Bestellungen vermehrt direkt im E-Shop und werden eigenständig von den Kunden ausgelöst. Da es sich aber bei den Produkten der Arthur Rüegg zum Teil um beratungsintensive Produkte handelt, die durch eine alleinige Präsentation im Webshop schwer für den Kunden richtig zu wählen wären, bleibt die direkte Beratung immer noch sehr wichtig: Der Kunde wird über die Web-Seite ermutigt, Kontakt zur Beratung aufzunehmen. So sind die neu hinzugekommenen Vertriebskanäle ergänzend und nicht als ausschliessliche Alternative zu den traditionellen Vertriebskanälen zu verstehen. Situationsbedingt kann vom Kunden und vom Mitarbeiter im Aussendienst jeweils der optimale Kanal (Internet, E-Mail, Fax, Brief, Innendienst, Aussendienst) gewählt werden.

Implementierung

Softwarelösung / Programmierung

Die Prozessanalyse des Ist-Zustands, der Entwurf der grafischen Elemente und der Erstellung der Navigation wurde von der Next durchgeführt und mit der Arthur Rüegg abgestimmt. Auf Basis der im Pflichtenheft festgelegten Funktionsanforderungen wurde der Shop-spezifische Ablauf der Funktionen festgelegt, so dass eine optimale Bedienbarkeit und aus Benutzersicht einfache Logik gewährleistet war.

Gestützt auf die Vorleistungen der Next integrierte WData die Expertise im Shop-Umfeld von ABACUS. Die Anforderungen der Kunden-Auftragsbearbeitung wie beispielsweise die Preis- und Rabattfindung und die Online-Lagerinformationen wurden im AbaShop 1:1 dargestellt.

Change Management

Um die beiden Benutzergruppen Aussendienstmitarbeiter und Kunden mit dem neuen System vertraut zu machen, wurden zunächst die Mitarbeiter geschult, welche Kundenberatungen direkt am System vornehmen und vor Ort Bestellungen erfassen. In einem weiteren Schritt wurden sie aufgefordert, den Kunden bei Besuchen zusätzlich zur Produktberatung auch eine Einführung in den Webshop zu geben. Der Kunde sollte soweit geschult werden, dass er selbständig in der Lage ist, den E-Shop zu bedienen.

Erfahrungen aus dem Betrieb

Anwendung und Unterhalt

Die Hardware und Infrastruktur zum Betrieb des ERP-Systems stehen physisch bei der Arthur Rüegg. Der Webshop hingegen wird bei ABACUS auf einem der AbacusCity-Server gehostet. Beides wird von WData gewartet. Für die Wartung bestand bereits ein langfristiger Kooperationsvertrag, der auf den Webshop erweitert werden konnte. Der Aufwand für die inhaltliche Pflege des elektronischen Ladens ist wegen der ständig anfallenden Pflege der Stammdaten in der Auftragsbearbeitung praktisch Null.

Die Akzeptanz der Anwender ist gross, werden doch die meisten Funktionen der E-Business-Lösung gemäss den Erwartungen auch genutzt. Der Anteil der Bestellungen über den Webshop konnte sukzessive gesteigert werden und liegt mittlerweile bei rund zehn Prozent und dies mit steigender Tendenz.

Zielerreichung

Ende 2004, rund ein drei viertel Jahr nach dem Start der E-Business-Lösung, zeigt sich die Lösungsbetreiberin Arthur Rüegg zufrieden mit dem Zielerreichungsgrad. Vor allem im Bereich Change Management liessen sich nachhaltige Erfolge verzeichnen: Die Aussendienstmitarbeiter sehen den Umgang mit dem Webshop als Unterstützung und nicht als Bedrohung ihrer Verkaufshoheit. Jürg Rüegg spricht von einem hochwertigeren Rollenverständnis des Aussendienstes, das durch einen gestiegenen Beratungsanteil im Vergleich zur Bestellabwicklung bewirkt wurde.

Die Investitionen für das E-Business-Projekt inklusive Schulungen beliefen sich für den Gesamtzeitraum von 2003-2004 auf unter 50'000 Franken externe Kosten und lagen damit tiefer als erwartet. Die Investitionssumme verteilt sich zur einen Hälfte auf die Applikation und ihre Implementierung durch die WData. Die andere Hälfte bilden Leistungen der Next wie etwa die Konzeptentwicklung, das Design, die Internet-Codierung (HTML, PHP etc.) und die Projektleitung.

Einsparungseffekte ergaben sich primär durch Stellenumschichtungen. Im Innendienst konnte eine Call-Center-Stelle durch natürliche Fluktuation eingespart werden. Der integrierte Bestellprozess durch die direkte Eingabemöglichkeit für Aussendienstmitarbeiter ohne telefonischen Umweg führt zu weiteren Effizienzgewinnen. Die Realisierung weiterer Nutzenpotenziale ergibt sich für Arthur Rüegg durch die erhöhte Verfügbarkeit und flexiblere Bestellmöglichkeiten über den Online-Vertriebskanal.





Erfolgsfaktoren: User-Akzeptanz und partnerschaftliche Zusammenarbeit

Weder der Zeitraum noch die benötigten Ressourcen dürfen unterschätzt werden, bis Benutzer eine E-Business-Lösung endgültig akzeptieren. Neben strukturierten Schulungen zum technischen Umgang mit der Lösung ist vor allem persönliche Überzeugungsarbeit notwendig, um den Nutzen der Neuerung für Mitarbeiter und Kunden zu kommunizieren.

Entscheidend für die erfolgreiche Durchführung dieses E-Business-Projekts war die partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen der Arthur Rüegg, Next und WData. Hierbei war hilfreich, dass ein natürliches, "instabiles Nutzengleichgewicht" bestand. Alle Parteien hätten gleichermaßen viel verlieren aber gemeinsam auch viel gewinnen können. Trotz dieser Möglichkeiten versteht Jürg Rüegg die Rolle des E-Business im Vertrieb als Ergänzung: Der persönliche Kundenkontakt steht auch weiterhin für ihn an erster Stelle. Die IT, so Rüegg, könne beim Verkauf nur unterstützen, aber letztlich sind für ein Geschäft wie seines die Kompetenz und das Geschick der Mitarbeiter im Aussendienst entscheidend. •

Für Auskünfte zum beschriebenen Projekt wenden Sie sich an:



to your needs

Next AG

Dr. Hans H. Meli
Hodlerstrasse 2
CH-9008 St. Gallen
www.nextag.ch
hans.meli@nextag.ch
Telefon +41 71 242 11 11
Fax +41 71 242 11 22
Direkt +41 71 242 11 12
Mobile +41 79 207 67 80

Facts zu AbaShop bei Arthur Rüegg Fahrzeug-Zubehör AG

Datenmengen

| | |
|----------------------------|-----------------------------|
| Bestellungen über den Shop | 500 pro Monat |
| Umsatzanteil über AbaShop | 10 % mit steigender Tendenz |
| Anzahl Artikel im Shop | 2'717 plus x Varianten |

Einmalige Kosten

| | |
|---------------------------------------------|---------------------|
| Shop-Software | Fr. 2'250.- |
| Konzept, Designanpassungen durch Next | Fr. 20'000.- |
| Shoperstellung, Implementierung durch WData | Fr. 20'000.- |
| Total | Fr. 42'250.- |

Wiederkehrende Kosten (pro Monat)

| | |
|------------------------------------------|-------------------|
| Hostinggebühr Provider | Fr. 9.90 |
| Hostinggebühr für AbaShop auf AbacusCity | Fr. 250.- |
| Total | Fr. 259.90 |

Next AG

Next ist ein IT-Dienstleistungsunternehmen, das auf Internet basierende Lösungen spezialisiert ist. Es hilft Firmen, optimale und nutzbringende E-Business-Lösungen zu realisieren. Next konzipiert Websites für E-Business-Lösungen, entwirft die Gestaltung und Navigation von Benutzerschnittstellen und berät Kunden über interne wie externe Kommunikationsmassnahmen. Zu diesen gehören unter anderem Internet-Announcement, Online-Werbung, PR-Massnahmen und Integrationsarbeiten in die klassischen Kommunikationskanäle. Next empfiehlt die ABACUS-Business-Software und hat damit bereits mehrere erfolgreiche elektronische Läden realisiert.



QUALITÄT DURCH PLANUNG

WData AG

Walter Weder
Auwiesenstrasse 24
CH-9030 Abtwil
www.wdata.ch
wweder@wdata.ch
Telefon +41 71 311 55 11
Fax +41 71 311 55 15