

ifm electronic: Direktvertrieb übers Internet mit IBM WebSphere Commerce Suite.



Überblick

■ Die Aufgabe

Schaffung eines neuen Vertriebskanals mit einer Anbindung an interne Prozesse

■ Die Lösung

IBM WebSphere Commerce Business Edition Version 5.4. ermöglicht der ifm electronic eine Internet-Shoplösung, mit der ihre Vertriebspartner und Kunden online schnell und einfach bestellen können

■ Die Vorteile

Durchgängige Geschäftsprozesse erlauben nun einen zügigen Bestellvorgang ohne Medienbrüche und optimieren so auch die interne Abwicklung eines Auftrags

Firmengeschichte.

ifm electronic ist ein weltweit tätiges Unternehmen, das seit über dreißig Jahren Komponenten und Systeme für die Erfassung, Übertragung und Auswertung von Signalen entwickelt, produziert und vertreibt: und das vom Standardsensor bis zur applikations-spezifischen Steuerungselektronik.

Ende 1969 gegründet, verzeichnete ifm von Beginn an ein stetiges Wachstum. Im Jahr 2002 hatte die Gruppe weltweit gut 2.500 Mitarbeiter und erzielte einen Umsatz von über 265 Mio. EUR. ifm entwickelt und produziert an mehreren Standorten in Deutschland und den USA. Sitz der Verwaltung und Vertriebsleitung ist Essen im Ruhrgebiet, Vertriebsniederlassungen hat sie in allen wichtigen Regionen und Ländern der Erde.

Jede Automatisierung, in welchem Bereich und in welcher Branche auch immer, lässt sich auf die Erfassung, Übertragung und Auswertung von Sig-

nalen zurückführen. Die ifm electronic entwickelt und produziert die für diese Technik erforderliche Hardware.

Eine neue Lösung für neue Vertriebswege.

Der Wunsch nach Vertriebsstrategien, die besonders auf den Direktvertrieb der ifm Produkte zugeschnitten sein sollten, war der Auslöser für die Entwicklung eines neuen Kozepts. Besonders die amerikanische Tochter war sehr daran interessiert – ohne zusätzliches Personal –, die Internetpräsenz durch einen kundenorientierten Direktvertrieb qualitativ aufzuwerten. Dem Endkunden sollte eine Möglichkeit geboten werden, die ifm Produkte im Internet nicht nur in Augenschein zu nehmen, sondern auch bequem zu bestellen.

Auf dem deutschen Markt konnten die Vertriebsbeauftragten, Großhändler und Endkunden den ifm electronic Produktkatalog schon auf Basis von Lotus Notes online ansehen. Auch eine Bestellung mit Hilfe eines einfachen Warenkorbs war möglich. Sie wurde dann per E-Mail verschickt. D. h. es gab keine Verbindung zum hauseigenen BaaN-System: ifm Mitarbeiter mussten den Auftrag entgegennehmen, in das ERP-System eingeben und teilweise noch Angebote mit entsprechenden Preisen erstellen und prüfen, ob die Artikel lieferbar waren. Zusatzauskunft wie eine Historie über die getätigten Online-Bestellungen oder individuelle Preisstellungen waren nicht verfügbar.

Ein durchgängiges Gesamtkonzept sollte Abhilfe schaffen.

Zunächst wurde der Internetauftritt für den amerikanischen Markt um den E-Shop ergänzt. Hier sollten neben kundenspezifischen Preisen und mengenabhängigen Staffelpreisen auch die Versandkosten berechnet und eine Zahlung per Kreditkarte ermöglicht werden. Die platzierten Aufträge sollten automatisiert in das ERP-System BaaN eingespielt werden.

Warum IBM?

Die ifm electronic evaluierte mehrere auf dem Markt verfügbaren Produkte. Wichtig war ihr, dass zwar der Shop, aber nicht ihr internes ERP-System 24 Stunden am Tag aktiv verfügbar sein sollte. D. h. man suchte eine Art Off-line-Lösung. Auch eine gute Java®-Unterstützung war gefragt, da intern bereits eine sehr gute Java-Kenntnis vorhanden war. Und eine Anbindung an Lotus Domino war gefragt, da in diesem System die Produktinfos und technischen Spezifikationen abgelegt werden. Letztlich entschied man sich für die IBM WebSphere Commerce Edition, da sie allen diesen Kriterien genügte und zusätzlich die IBM Strategie, die Produkte WebSphere und Domino enger zu verknüpfen, in das Konzept passte.

Die Lösung.

Die amerikanischen Kunden können ihre Produktwahl nun online direkt oder per Eingabe der Artikelnummer eingeben. Dazu werden aus dem Lotus Domino-System die Produktdaten in die WebSphere Commerce Suite geholt und aus dem ERP BaaN die kundenspezifischen Preise ermittelt. Diese Daten werden in einem selbstprogrammierten Java-Replikationsprozess immer wieder

abgefragt und dann in einer Oracle-Datenbank, auf die Commerce Suite offline zugreift, zur Verfügung gestellt.

Nun werden – per Anfrage bei UPS – nach Menge, Umfang und Gewicht die Frachtkosten ermittelt. Mit dem Internet Service CyberSource können die Kunden dann die bestellte Ware mit Kreditkarte bezahlen. Diese erste Shoplösung für den amerikanischen Markt ist seit dem 1. September 2003 aktiv. Als nicht so einfach erwies sich die Berechnung der Mehrwertsteuer, da jeder Kunde in den USA je nach Wohnort einen anderen Steuersatz haben kann. Doch auch diesen Punkt klärt CyberSource, per Online-Abfrage. So erhält der Kunde den tatsächlichen Preis der Lieferung schnell und aktuell. Die Ware kann daraufhin abgeschickt werden. Beim Eingang der Bestellung und auch bei Ausgang des Pakets wird automatisch eine Bestellbestätigung verschickt.

Die Vorteile für die Mitarbeiter.

Die Lageristen erhalten die Bestellung nun direkt. Und sie konfektionieren die Pakete, verschicken sie mit UPS. Es wurde auch ein Link von UPS zum ifm Shop geknüpft, so dass der Kunde per UPS-Paketnummer verfolgen kann, wo sich seine Sendung gerade befindet. Diese Shoplösung für den amerikanischen Markt erlaubte es, ohne zusätzlichen Personalaufwand neue Vertriebswege zu schaffen und die Effizienz in der Auftragsbearbeitung zu erhöhen.

Wie geht es weiter?

Das nächste Shop-Projekt ist für den deutschen Markt geplant. Es soll vor allem die Auftragsbearbeiter entlasten. Ifm erhofft sich von diesem Vertriebskanal auch eine Stärkung der Bindung der Bestandskunden an das Haus. Und mehr Präsenz in Ländern, in denen man nur mit kleinen Niederlassungen oder gar nicht vertreten ist.

Natürlich sind für jeden neuen Ländershop Anpassungen vorzunehmen. Aber das können die ifm Mitarbeiter dank ihrer Projekterfahrung erledigen.

Besuchen Sie den ifm electronic Shop doch einfach mal im Internet unter: eshop.ifm-electronic.com

Weitere Informationen:

Weitere Informationen zu IBM WebSphere Software erhalten Sie von Ihrem IBM Vertriebsbeauftragten oder im Internet unter:

ibm.com/de/software/websphere



IBM Deutschland GmbH
70548 Stuttgart
ibm.com/de

IBM Österreich
Obere Donaustraße 95
1020 Wien
ibm.com/at

IBM Schweiz
Bändliweg 21, Postfach
8010 Zürich
ibm.com/ch

Die IBM Homepage finden Sie unter:
ibm.com

IBM, das IBM Logo, das e-Logo, @server, WebSphere, Lotus und Domino sind Marken oder eingetragene Marken der International Business Machines Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

Java und alle Java-basierten Marken sind Marken oder eingetragene Marken der Sun Microsystems, Inc. in den USA und/oder anderen Ländern.

Diese Erfolgsgeschichte verdeutlicht, wie ein bestimmter IBM Kunde Technologien/Services von IBM und/oder einem IBM Business Partner einsetzt. Die hier beschriebenen Resultate und Vorteile wurden von zahlreichen Faktoren beeinflusst. IBM übernimmt keine Gewährleistung dafür, dass in anderen Kundensituationen ein vergleichbares Ergebnis erreicht werden kann. Alle hierin enthaltenen Informationen wurden vom jeweiligen Kunden und/oder IBM Business Partner bereitgestellt. IBM übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit dieser Informationen.

© Copyright IBM Corporation 2003
Alle Rechte vorbehalten.

IBM Form GK12-3882-00 (11/2003)