

B2B-Vertriebsportal für Liebherr-Hausgeräte

Informiert verkauft sich`besser

Seit Januar 2006 erleichtert ein B2B-Portal die Kommunikation zwischen Liebherr-Hausgeräte und den rund zehn internationalen Vertriebsgesellschaften. Sie können sich nun mit umfangreichen Informationen selbst versorgen und vielfältige Services bieten.

Gefrier- und Kühlschränke zu verkaufen ist ein aufwändiges Geschäft - vor allem wenn der Verkauf weltweit stattfindet wie bei Liebherr-Hausgeräte. Zehn Vertriebsgesellschaften sind dafür zuständig. Liebherr-Hausgeräte versorgt sie kontinuierlich mit Produkt-, Verkaufs- und Preisinformationen, Preisschildern, Werbemöglichkeiten wie beispielsweise Anzeigen und vielem mehr.

Die Vertriebsgesellschaften wiederum informieren Liebherr-Hausgeräte über ihre Kunden, Aufträge und Bestellungen. „Diese Kommunikationsprozesse wollten wir beschleunigen und verbessern und damit den Service für die Kunden steigern“, erklärt Anton Kramer, IT-Leiter bei Liebherr-Hausgeräte. Deswegen fiel bei Liebherr-Hausgeräte die Entscheidung, ein B2B-Portal als integrierte Kommunikations- und Bestellplattform einzuführen.

Extrem komplexes Projekt

Auf der Suche nach einem Spezialisten für B2B-Portale entschied sich Liebherr-Hausgeräte für die IT-Informatik. Sie hat für das Schwesterunternehmen Liebherr-Logistik bereits erfolgreich einen Merchandising-Shop entwickelt und umgesetzt. „Dabei hat die IT-Informatik bewiesen, dass sie sich optimal an Gegebenheiten anpasst – ohne starr oder unflexibel zu sein“, lobt Anton Kramer. Sie verfügt über umfangreiche Erfahrungen bei Portallösungen - „was bei diesem extrem komplexen Projekt sehr wichtig war“, erklärt Uli Schäfer, Geschäftsfeldleiter „Business Solutions“ der IT-Informatik.

Zunächst einmal galt es, die heterogenen ERP-Systeme aller Vertriebsgesellschaften an das Portal anzubinden, damit sich die Daten ohne Medienbrüche austauschen lassen. Dafür wurden insgesamt 37 Schnittstellen geschaffen. Eine weitere Herausforderung war die enorme Menge an Daten, die eine hohe Performance des Portals erfordert. Beispielsweise beträgt die Anzahl der Datensätze für die Produktinformationen über 600.000 – und zwar pro Sprache.

Viele Daten müssen zudem einmal täglich aktualisiert werden, beispielsweise zu Schulungen, Artikeln, Preisen, Kunden, Adressen und Sortimenten. Und schließlich sollte das Portal eine Menge Funktionen bieten, die genau an die Bedürfnisse von Liebherr-Hausgeräte angepasst werden mussten.

Stabil und erfolgreich

Einen ersten Prototyp des Portals entwickelte die IT-Informatik bis zum Sommer 2005. Er wurde bis Ende 2005 verfeinert, angepasst und getestet – so dass das Portal im Januar 2006 produktiv geschaltet werden konnte. Seitdem läuft das Portal stabil – im ASP-Betrieb (Application Service Provider) mit 7x24-Service im Rechenzentrum der IT-Informatik.

„Da das Portal weltweit ständig verfügbar sein muss, haben wir den Betrieb an einen Spezialisten vergeben“, begründet Wolfgang Kübler die Auslagerung. Das Portal läuft nicht nur stabil, sondern auch erfolgreich: „Wir haben viel Lob erhalten. Natürlich benötigen die Vertriebsgesellschaften eine gewisse Zeit, bis sie sich voll auf das Portal umgestellt haben. Aber die tägliche Zunahme der Zugriffe bestätigt uns darin, dass wir die richtige Lösung gewählt haben“, resümiert Wolfgang Kübler. Als erstes wurde die österreichische Vertriebsgesellschaft angebunden. Schrittweise wurden und werden nun die anderen integriert. Sie alle profitieren davon, dass sie sich selbst mit Informationen versorgen können. Das verkürzt die Durchlauf-, Reaktions- und Lieferzeiten. Fehler und Transaktionskosten sind minimiert. Mit den umfangreichen Funktionen lässt sich außerdem ein verbesserter Service bieten. All das freut auch die Kunden - weltweit.

The screenshot shows the Liebherr B2B portal interface. At the top, there is a navigation bar with 'Home | Logout | Rechtliche Hinweise | AGB' and the Liebherr logo. Below this is a menu with 'Bestellung', 'Auftragsbestand', 'Allgemein', 'Ihre Daten', and 'Administration'. The main content area displays product details for 'WK 1853-21'. It includes a table with columns for 'Menge/Warenkorb', 'Menge', 'Listenpreis', 'Preis/EKnet', 'Listennettopreis', 'Sondermaße', 'MAPin', 'VOLLSErv', and 'GüDef'. The table shows a quantity of 1, a list price of 526,00, and a net price of 613,48. Below the table, there are sections for 'Weitere Infos' (including 'Befüllungsanleitung', 'EnergieLabel', 'Produktdatenblatt', and 'Preisschild') and 'Techn. Daten' (including 'Ausstattung', 'Fassungsvermögen', and 'Funktion'). A small image of the wine cooler is visible on the right side of the page.

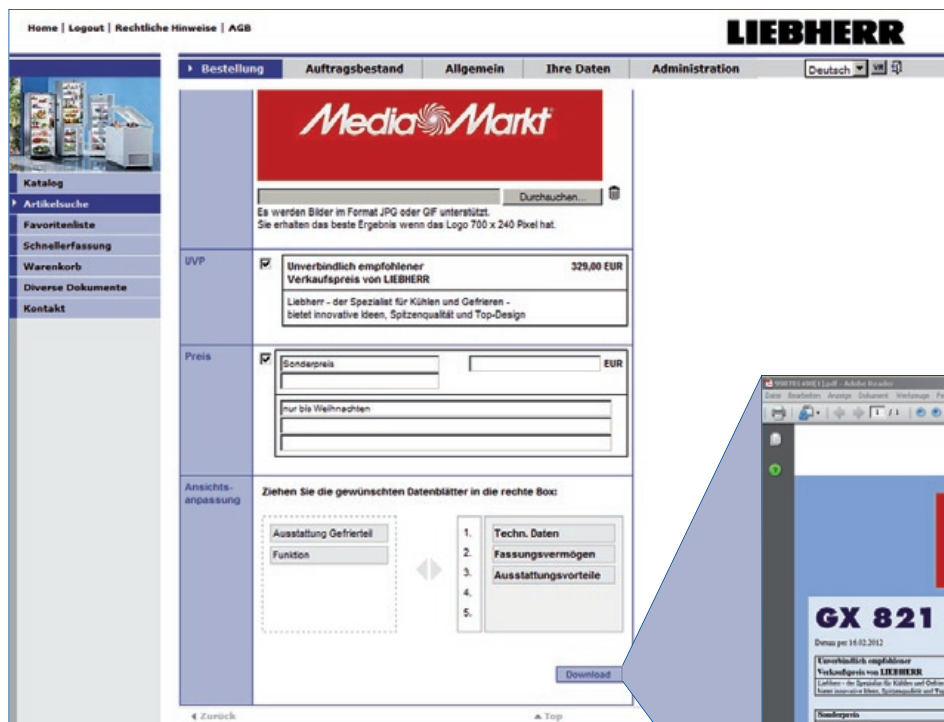


B2B-Vertriebsportal für Liebherr-Hausgeräte

Funktionen über Funktionen

Am wichtigsten ist natürlich die Download-Funktion, über die die Vertriebsgesellschaften alle Informationen, die sie benötigen, einfach und schnell herunterladen können. Integriert wurde als zusätzlicher Service eine Funktion zur PDF-Erstellung. Daneben gibt es eine Menge spezieller Funktionen. Dazu gehört zum Beispiel eine Liefer- und Verfügbarkeitsprüfung, mit der sofort ersichtlich ist, wann Ware geliefert wurde beziehungsweise wo sich die Ware befindet. Zusätzlich haben die Händler die Möglichkeit, Produkte aus den Rahmenverträgen monatlich von ihrem Kontingent abzurufen. Eine weitere wichtige Funktion ist, dass bei Verkaufsgesprächen per Knopfdruck sensible Artikel- und Preisinformationen ausgeblendet werden können.

Bei der Funktionsvielfalt kann man schnell den Überblick verlieren. Deswegen lassen sich viele Menüpunkte auch einfach ausschalten. „Die Vertriebsgesellschaften haben hier einen individuellen Spielraum, dennoch verfügen wir über ein Programm aus einem Guss“, beschreibt Wolfgang Kübler, IT-Projektleiter bei Liebherr-Hausgeräte.



Features

- Katalogbaum mit Artikelpräsentation
- Artikelsuche, Schnellerfassung
- Warenkorb und Preisfindung (Netto, Rabatte, VK...)
- Bestellbestätigung, Bestellarchiv
- Bestellung auf Rahmenvertrag
- Monatliche Abrufe
- Belegarchiv (Dokumente eines Vorgangs)
- Offene Positionen
- Statistikdaten
- LKW-Ladeliste
- Ersatzteile
- Download von Artikelstammdaten
- Printwerbung, Produktdatenblätter
- Preisschilder, Preislisten, Verkaufsunterlagen
- Verkaufsförderungsmaterial, Anzeigenvorschläge
- Beratungsprogramm, Newsletter-Tool
- Reservierung von Schulungen
- Ansprechpartner