

5. eXperience-Event: Was beim Kunden ankommt

Organisation und Informatik dienen indirekt dem Kundennutzen. Am 5. eXperience-Event zeigen Unternehmen wie sie es schaffen, im Wettbewerb den besten Kundennutzen zu bieten: Mit der richtigen Business Software.

Von Ralf Wölfe

Warme Luft ist bei eXperience nicht gefragt. Autoren mehrerer Schweizer Hochschulen haben bei verschiedenen Unternehmen nachgefragt, wie sie Informatik für den Kundennutzen einsetzen. Was sie herausgefunden haben erfahren Sie am eXperience-Event von den Unternehmern persönlich.

Schweizer Markenprodukte weltweit verkaufen

Es nicht einfach, den Vertrieb von Konsumgütern im Ausland auf die Beine zu stellen. Wer in der Schweiz produziert, wie beispielsweise die Gebrüder Freitag ihre Taschen, muss nicht nur die Vertriebskanäle, sondern auch die ganze Logistik von der Schweiz aus organisieren. Das kostet Geld, das nur wieder hereinkommt, wenn Verkauf und Auftragsabwicklung integriert sind. Bei Freitag spielt dabei der Online-Shop eine wichtige Rolle. Obwohl jeder einzelne Artikel der Kultmarke ein Unikat ist, lassen sich durchgängige IT-gestützte Geschäftsprozesse abbilden.

Scott Sports, als zweiter Case am eXperience-Event, ist bereits weiter. Der multinationale Anbieter von Winter-, Motor- und Fahrrad-sportartikeln steuert den Verkauf in vielen Ländern in seiner Europa-zentrale in Fribourg. Schwerpunkt der präsentierten Fallstudie ist das Management der Wiederverkäufer.

Performance im Handel

Wer Effizienz im Handel lernen will, kann dies in der IT- und Elektronikbranche tun: Riesige Sortimente mit einer hohen Veränderungsrate, grosse Preisschwankungen, unübersichtlicher Wettbewerb mit vielen Anbietern auf verschie-



Teilnehmer am letztjährigen eXperience-Event im Atrium des Peter-Merian-Hauses in Basel.

WER STECKT HINTER DER UNTERNEHMERZEITUNG?

Der 5. eXperience Event findet am 9. September an der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW in Basel statt. Dort können Sie Chefredaktorin Sandra Olar kennen lernen. 10 Leserinnen und Leser der Unternehmerzeitung nehmen kostenlos am eXperience-Event teil. Wenn Sie dabei sein wollen, melden Sie sich bei olar@unternehmerzeitung.ch. www.eXperience-event.ch

denen Kanälen und geringe Margen bei den meisten Produkten. ARP Datacon und Rotronic zeigen, wie sie es schaffen, ihre Kundenaufträge möglichst schnell zu erledigen. Das beginnt im Produktdatenmanagement, da konsistente Produktdaten für eine automatisierte Verarbeitung unabdingbar sind. Die Pro-

duktdaten gehen in verschiedene Verkaufskanäle ein, so dass die Unternehmen eine Multi-Brand- und Multi-Channel-Strategie fahren können. Dabei kommen im Hintergrund die gleiche Logistik und die gleichen IT-Systeme zum Einsatz.

Mit Kundendaten besser verkaufen

Kundendaten sind ein heikles Thema. Sollte man sie deshalb lieber liegen lassen? Nein, denn wer seinen Kunden echten Nutzen bringt, erhält auch die Erlaubnis, dessen Daten zu verwenden.

Es ist klar, dass jeder Kunde das für ihn beste Produkt sucht. Aber welches ist das Beste? KDMZ, die Drucksachen- und Materialzentrale des Kantons Zürich, setzt hier an. Unter der Annahme, dass alle KDMZ-Kunden zusammen das maximale Wissen über die Produkte und ihre Eignung haben, werden die Käufe aller Kunden ausgewertet und die gekauften Produkte

miteinander in Beziehung gesetzt. Daraus werden Empfehlungen zur Optimierung der Kundensortimente abgeleitet – natürlich automatisch.

Buch.ch, die Bücher, CDs und mehr über mehrere Internetmarken vertreiben und auch mit dem stationären Buchhandel kooperieren, hat das Kundenwissen ebenfalls als Ressource entdeckt. Gemeint sind nicht die im Online-Buchhandel bereits zum Standard gehörenden Empfehlungssysteme, sondern die Community-Plattform Alexandria, die interessierten Kunden virtuelle Bücherregale anderer Kunden zugänglich macht.

Anbieter und Kunden mit dem gleichen IT-System

Finanz- und Personalverantwortliche sollten hier die Ohren spitzen. Haben Sie sich nicht auch schon geärgert, für diese Commodity-Funktionen Investitionen in die Informatik tätigen zu müssen? Das muss nicht sein. Denn Dienstleister in diesem Bereich gehen dazu über, ihren Kunden die notwendige IT-Infrastruktur gleich mitzuliefern. Der Kunde braucht nur noch einen Internetzugang. Zum Beispiel bei BDO-Visura, die für ihre Kunden Treuhandfunktionen übernimmt und dafür auf ABACUS-Software zurückgreift. Dabei können die Kunden die Belege online selbst erfassen, ohne ausser Haus geben. Oder bei Swisspayroll, einem Dienstleister für Lohnabrechnungen. Ein drittes Beispiel zeigt, wie elektronische Archivierung mit Hilfe von Swiss Post E-Business Solutions gesetzteskonform gelöst wird.