

Online-Shops – Kundenservice überall und jederzeit.

Lösung aller (Vertriebs-) Probleme?

Ein Online-Shop ist eine elektronische Vertriebslösung, mit der Sie Ihre Produkte online über das Internet verkaufen können. Über diesen Vertriebsweg sind Sie weltweit vertreten, so dass Sie nicht nur neue Kunden finden können (oder von ihnen gefunden werden) sondern auch neue Märkte erschließen, die Sie sonst vielleicht nicht in Angriff genommen hätten.

Online-Shops einsetzen, das heißt:

- **Multimediale Darstellung Ihrer Produkte**
Nicht nur Abbildungen sondern auch dreidimensionale Grafiken, kurze Filme, Erklärungen zur Handhabung und viele weitere Informationen können gut präsentiert werden.
- **Dauerhafte Registrierung von Kundendaten**
Durch die elektronische Anmeldung Ihrer Kunden im Online-Shop werden alle relevanten Kundendaten wie z.B. Liefer- oder Rechnungsanschrift dauerhaft registriert und sind jederzeit abrufbar.
- **Informationen über Kaufgewohnheiten**
Im elektronischen „Warenkorb“ des jeweiligen Kunden können jederzeit alle getätigten Bestellungen abgerufen werden.
- **Automatische Bestellbestätigung**
Ihr Kunde erhält ohne Ihr manuelles Zutun eine Bestätigung seiner Bestellung.
- u.v.m.

Online-Shops kennen kein Ladenschlussgesetz

Das Internet kennt keine Öffnungszeiten und ist jederzeit verfügbar. So auch Ihr Online-Shop: Ihre Kunden können rund um die Uhr bei Ihnen einkaufen.

Ihre Vorteile auf einen Blick

- + **Öffnungszeiten rund um die Uhr**
- + **Weltweiter Vertrieb – neue Kunden, neue Märkte**
- + **Besserer Service für Ihre Kunden**
- + **Optimale Produktpräsentation – stets aktuell**
- + **Umsatzsteigerungen und Kosteneinsparungen**

Wichtig:

Die Basis für den Aufbau und Betrieb eines Online-Shops bilden eBusiness-Standards!

Warum?

Wer auf elektronischem Wege Geschäfte abwickeln möchte, muss sich mit seinen Geschäftspartnern auf eine „gemeinsame Sprache“ verständigen. eBusiness-Standards sind im elektronischen Geschäftsverkehr daher unerlässlich.

Was sind eBusiness-Standards?

Standards im eBusiness legen Datenformate fest, die dem Informationsaustausch innerhalb und zwischen Unternehmen zugrunde liegen.

Welche eBusiness-Standards sind für Online-Shops relevant?

- **Klassifikationsstandards**,
um die Artikel so zu beschreiben, dass sie z.B. von Kunden leichter gefunden werden.
- **Katalogaustauschformate**,
um die Struktur der Katalogdaten für eine standardisierte Übertragung festzulegen.

❖ Lesen Sie dazu auch unser Merkblatt **„eBusiness-Standards einsetzen – Die „gleiche Sprache“ sprechen.“**

Was Sie noch wissen sollten:

Exkurs: Der elektronische Katalog

Die multimediale Darstellung Ihrer Produkte und Dienstleistungen kann nur mittels eines elektronischen Kataloges erfolgen. Daher ist für den Betrieb eines Online-Shops die Erstellung eines elektronischen Kataloges unerlässlich.

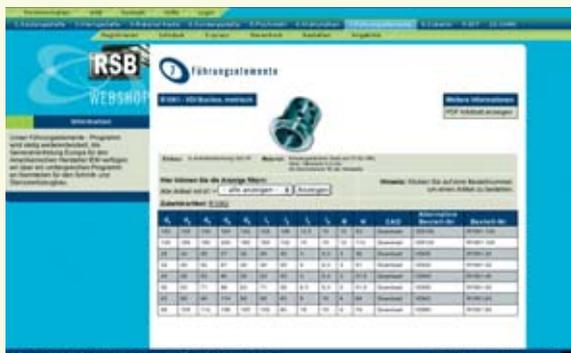
❖ Lesen Sie dazu auch unser Merkblatt **„Elektronischer Katalog – papierlos gut.“**

EIN BEISPIEL AUS DER PRAXIS:

Stahlverarbeitungsbetrieb aus Thüringen baut Online-Shop auf:

Das Unternehmen

Rationelle Stahlbearbeitung GmbH & Co. KG (RSB) aus Merkers wurde 1997 gegründet und beschäftigt 130 Mitarbeiter.



Die Produkte

Mit logistisch hochmodernen Stahlsägeeinrichtungen für Stabstahl, Bleche und Schmiedeblocke werden Halbzeuge und Fertigprodukte für den Werkzeug- und Formenbau auf CNC-Bearbeitungszentren hergestellt.

Warum ein Online-Shop?

„Mit der Einrichtung des Online-Shops möchten wir effizientere Arbeitsabläufe erzielen und damit unseren Kunden mehr Service bieten. Die elektronische Kommunikation mit allen Kunden und Lieferanten wird unter Nutzung moderner Kommunikationsstandards umgesetzt.“

Sowohl im Einkaufs- als auch im Verkaufsbereich von RSB wird das Warenwirtschaftssystem um die Fähigkeit der elektronischen Kommunikation auf XML-Basis erweitert und an den Online-Shop angebunden. Unsere Kunden erhalten somit die Möglichkeit, die im Online-Shop getätigten standardisierten Bestellungen in ihr eigenes Warenwirtschaftssystem zu übernehmen.“

Arno Volkmar, Leiter Normalien, RSB

❖ Mehr dazu auch unter: www.rsb-stahl.de

❖ Weitere Praxisbeispiele unter: tf.prozeus.de

Praxisbewährt:

1

Bedarf ermitteln Schritt 1

Erfüllt ein Online-Shop genau Ihren Bedarf?

Bevor Sie sich für oder gegen einen Online-Shop entscheiden, sollten Sie zunächst Ihren Bedarf ermitteln.

Wen möchten Sie mit einem Online-Shop erreichen?

Wenn Sie einen eigenen Online-Shop aufbauen, möchten Sie sicherlich einerseits Ihren bestehenden Kunden einen zusätzlichen Service bieten und andererseits neue Kunden gewinnen. Dafür sollten Sie kritisch prüfen, ob Ihre Zielgruppen im Internet einkaufen.

Was möchten Sie darstellen?

Mit einem Online-Shop präsentieren Sie sich – Ihr Unternehmen – und Ihre Produkte. Es lassen sich jedoch nicht alle Produkte gleichermaßen gut elektronisch darstellen. Die Eignung von Produkten für den Online-Verkauf richtet sich u.a. nach deren Erklärungsbedürftigkeit: Büromaterial ist z.B. leicht zu beschreiben, komplexe technische Anlagen dagegen nicht. Standardprodukte lassen sich ebenfalls einfacher darstellen als Sonderfertigungen.

Was sind Ihre Ziele?

Berücksichtigen Sie in Ihren Planungen außerdem Ihre Konkurrenz, die Sonderwünsche Ihrer Kunden, die Vertriebsstruktur Ihres Unternehmens und die Kapazitäten in Ihrem Unternehmen, um einen Online-Shop aufzubauen.

Das sollten Sie klären



- ✓ **Produkte:** Sind Ihre Produkte für den Vertrieb über einen Online-Shop geeignet?
- ✓ **Kunden:** Wie sieht Ihre Kundenstruktur aus? Kaufen Ihre Kunden online ein?
- ✓ **Konkurrenten:** Was macht Ihre Konkurrenz? Können Sie sich durch das Einrichten eines Online-Shops gegenüber Ihren Konkurrenten absetzen?
- ✓ **Markt:** Welche Märkte wollen Sie erreichen? Können Sie weltweit Märkte bedienen?
- ✓ **Beschaffung:** Nutzen Ihre Kunden Online-Shops? Setzen Ihre Großkunden eigene Beschaffungslösungen ein?
- ✓ **Vertrieb:** Ist die Vertriebsstruktur Ihres Unternehmens für eine Online-Absatzlösung geeignet?
- ✓ **Bestehende Systeme:** Können Sie den Online-Shop in die bestehende Systemlandschaft integrieren?

2

Kosten-Nutzen abwägen Schritt 2

Was kostet ein Online-Shop?

Zu Beginn entstehen Kosten für die Vorüberlegungen und Planungen des Shops. Dann folgen die konkreten Investitionskosten der Umsetzung – abhängig davon, ob Sie sich für eine Kauf- oder Mietlösung entscheiden. Die Höhe der Gesamtkosten kann stark variieren: Von unter 5.000 Euro bis zu über 100.000 Euro.

Was nützt ein Online-Shop?

Der Nutzen eines Online-Shops lässt sich nicht immer eindeutig in Euro beziffern. Der größte Vorteil jedoch ist die erhebliche Arbeitserleichterung bei der Bearbeitung Ihrer Aufträge.

Verständigungsfehler, z.B. aufgrund schlecht lesbarer Faxbestellungen, gehören der Vergangenheit an und Ihre Katalogdaten sind stets auf dem aktuellen Stand. Die Bestellungen, die per Online-Shop bei Ihnen eingehen, können direkt in Ihrem Warenwirtschaftssystem gebucht und Ihrem Kunden automatisch bestätigt werden. Das verringert Falschliefereien, steigert die Zufriedenheit Ihrer Kunden und gibt Ihnen die Möglichkeit, Ihre Mitarbeiter z.B. für aktive Vertriebsarbeit sinnvoller einzusetzen.

Diese Kosten sollten Sie berücksichtigen



- ✓ **Investitionskosten** für benötigte Hardware und Software (Kauf oder Miete)
- ✓ **Beratungskosten** Ihres Dienstleisters
- ✓ **Programmierkosten** und Kosten für Anpassungen
- ✓ **Projektkosten** Ihrer Mitarbeiter
- ✓ **Folgekosten** (Wartung, Lizenzgebühren, Updates etc.)

Ihre Vorteile auf einen Blick



- + **Reduzierung** von Verwaltungsarbeit in Auftragsbearbeitung und Kundenservice
- + **Steigerung** der Kundenzufriedenheit
- + **Steigerung** der Effizienz Ihres Personaleinsatzes
- + **Verringerung** von Fehlbestellungen und -lieferungen

4 Schritte zum Erfolg!

3

Dienstleister wählen

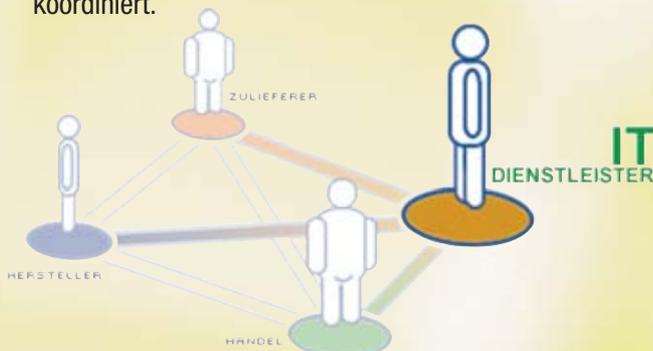
Schritt 3

Welcher Dienstleister ist der richtige für Ihren Online-Shop?

Bei eBusiness-Projekten empfiehlt es sich, externe Spezialisten einzubeziehen, die ohne „Betriebsblindheit“ objektiv unterstützen können und bereits Projekterfahrung im eBusiness haben.

Alles aus einer Hand oder viele Spezialisten?

Ob Sie einen einzigen Dienstleister wählen, der Ihnen Hard- und Software liefert, Sie bei der Umsetzung begleitet und Ihren Shop zukünftig verwaltet oder ob Sie für jeden Schritt einen Spezialisten wählen: die Entscheidung ist Ihnen überlassen. Die Praxis hat allerdings gezeigt: Wenn mehrere Dienstleister an einem Projekt arbeiten, können auftretende Fehler im Zweifelsfall nicht immer ursächlich zugeordnet werden. Es bietet sich hier an, einen Generalunternehmer zu bestimmen, der die Zusammenarbeit aller externen Dienstleister koordiniert.



Darauf sollten Sie achten



- ✓ **Hat der Dienstleister Erfahrung mit Online-Shops?**
Lassen Sie sich seine Referenzen zeigen.
- ✓ **Wünschen Sie persönliche Betreuung auch außerhalb der gewöhnlichen Geschäftszeiten?**
Kleine Dienstleistungs-Unternehmen können bei hoher Auslastung Kapazitätsengpässe bekommen, große Dienstleistungs-Unternehmen dagegen ziehen eventuell größere Projekte vor.
- ✓ **Vereinbaren Sie Festpreise**
(z.B. für einzelne Module). Wenn sich im Laufe des Projekts notwendige Ergänzungen ergeben, kann dies sonst zu Zusatzkosten führen!
- ✓ **Halten Sie Ihre Vereinbarungen schriftlich in einem Pflichtenheft fest!**

4

Pflichtenheft erstellen

Schritt 4

Was sollten Sie im Online-Shop-Pflichtenheft beachten?

Das Pflichtenheft ist wichtig, da es Vertragsgrundlage für die Vereinbarung mit Ihrem Dienstleister ist. Anforderungen, die nicht im Pflichtenheft stehen, sind nicht Vertragsbestandteil und können somit nachträglich berechnet werden. Und das kann für Sie teuer werden. Kalkulieren Sie daher ausreichend Zeit für die Erstellung des Pflichtenhefts ein.

Welche Anforderungen soll Ihr Shop erfüllen?

Halten Sie die Ergebnisse Ihrer Bedarfsanalyse im Pflichtenheft fest. Klären Sie mit Ihren Mitarbeitern, welche Funktionen Ihr Online-Shop bieten soll und lassen Sie sich von Ihrem Dienstleister erklären, welche technischen Voraussetzungen dafür notwendig sind. Wünschen Sie beispielsweise eine Online-Verfügbarkeitsabfrage, muss Ihr Shop an Ihr Warenwirtschaftssystem gekoppelt sein, so dass die Bestandsdaten laufend aktualisiert werden.

Arbeits- und Zeitplan: Projektarbeit läuft neben Tagesgeschäft

Entscheidend für einen reibungslosen Ablauf des Projekts ist ein gut ausgearbeiteter Arbeits- und Zeitplan. Definieren Sie Meilensteine und Arbeitspakete, um die eigenen Projektfortschritte sowie die Fortschritte des externen Dienstleisters kontrollieren zu können. Erstellen Sie eine realistische Ressourcenplanung, in der Sie Urlaubszeiten, Messen etc. und auch zeitliche Puffer für z.B. Ausfallzeiten einplanen.

Das sollte Ihr Pflichtenheft enthalten



- ✓ **Ausgangslage** (z.B. Fehlbestellquote zu hoch)
- ✓ **Zielsetzung** (z.B. Fehlbestellquote senken auf x%)
- ✓ **Anforderungen** an geplante Shoplösung
- ✓ **Umsetzung** und Anbindung an bestehende Systeme
- ✓ **Arbeits- und Zeitplan**
(Arbeitspakete, Meilensteine, Termine)
- ✓ **Kostenplan und Erfolgskontrolle**

Wer zeigt Ihnen wie es geht?

Kleine und mittlere Unternehmen stellen dar, wie sie eBusiness in ihrem Unternehmen umsetzen.

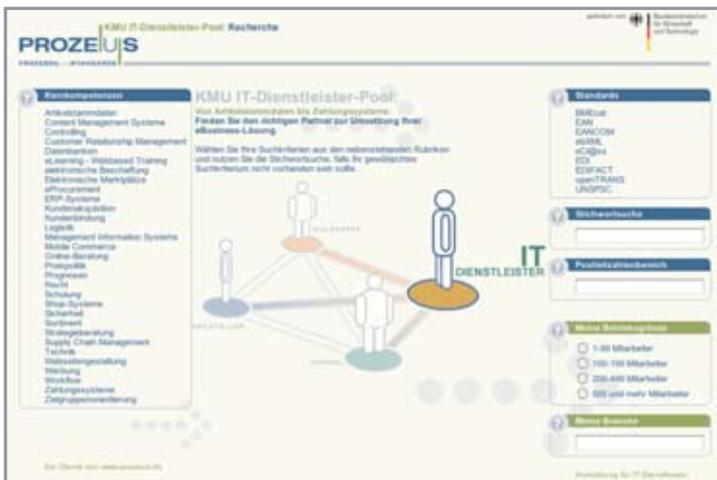
Unter www.prozeus.de können Sie nachlesen, wie Betriebe der Industrie und der Konsumgüterwirtschaft – von der Bäckerei bis zum Biotechnologie-Unternehmen – elektronische Marktplätze nutzen, Online-Shops erstellen und mit Hilfe von neuen Marketing- und Logistikstrategien ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen stärken. Basis ist dabei die Berücksichtigung von global einsetzbaren, definierten Prozessen und Standards.



Direkte Hilfe, schnell und kompetent:

Der KMU Dienstleister-Pool von PROZEUS für kleine und mittlere Unternehmen hilft Ihnen, den richtigen Spezialisten zur Umsetzung oder Begleitung Ihrer geplanten eBusiness-Aktivitäten zu finden.

Recherche unter: dl.prozeus.de



Kostenfreie Erstberatung bei eBusiness-Fragen bietet Ihnen das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr, ein Verbund von über 20 regionalen Kompetenzzentren, die kleinen und mittleren Unternehmen und dem Handwerk speziell bei den Themen Elektronische Beschaffung und Märkte, E-Logistik, E-Management, Kundenbeziehung und Marketing, Netz- und Informationssicherheit sowie Unternehmenskooperationen neutral mit Rat und Tat zur Seite stehen. Weitere Informationen unter: www.ec-net.de



PROZEUS steht für „Förderung der eBusiness-Kompetenz von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) zur Teilnahme an globalen Beschaffungs- und Absatzmärkten durch integrierte PROZESSE Und Standards“. Die GS1 Germany GmbH und das Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH (IW Consult) realisieren PROZEUS für Konsumgüterwirtschaft und Industrie gemeinsam als Verbundprojekt. Es wird gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi). Weitere Informationen zum Projekt selbst erhalten Sie unter: www.prozeus.de.



So erstellen Sie ein Pflichtenheft:

Am Anfang eines jeden eBusiness-Projektes steht die Planung. Wichtige Elemente des Projektes sollten zum Erhalt der Planungs- und Investitionssicherheit in einem Pflichtenheft festgehalten werden. Das PROZEUS Muster-Pflichtenheft für eBusiness-Projekte mit Kommentaren und Beispielen basiert auf den Erfahrungen der PROZEUS-Pilotunternehmen der Industrie. Es zeigt praxisorientiert Aufbau und Inhalte eines Pflichtenhefts für eBusiness-Projekte.

Kostenloser Download unter: www.prozeus.de/broschueren.htm

