

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Das Sortiment stimmt - Category Management und EANCOM im Bau- und Freizeitmarkt

Do It 5479 SILBERSPEER, Herr Wulf H. Forster 28.01.2010



www.prozeus.de



Institut der deutschen
Wirtschaft Köln Consult GmbH

Präsentationsinhalte

- Kurze Vorstellung von Unternehmen und Produkten/Dienstleistungen
- Motive für die Durchführung des eBusiness-Projekts
- Ausgangssituation, Beschreibung der eBusiness-Anwendung(en) inkl. eingesetzter Standards, Ziele
- Beschreibung der Umsetzung und dabei gemachte Erfahrungen (positive wie negative)
- Aussagen zu Nutzen und Wirtschaftlichkeit
- Zukunft des eBusiness im Unternehmen
- Fazit



www.prozeus.de

CM und EANCOM im Bau- und Freizeitmarkt

02.02.2010 Seite 2

Das Unternehmen

Die Firma Do It 5479 SILBERSPEER GmbH wurde 1984 gegründet.

Sie beliefert von ihrem Sitz in 56653 Wehr Fachgeschäfte hauptsächlich in der Bundesrepublik Deutschland mit Handwerkzeugen unter ihrer eigenen Marke:

SILBERSPEER : Werkzeuge der Spitzenqualität mit 5 Jahren Garantie

Mitarbeiter: 10

Jahresumsatz: 1,6 Mio EUR

Kontaktdaten:
Tel.: +49 2636 6008
Fax: +49 2636 6006
mail: info@silberspeer.de
Post: Gleeser Str. 16, 56653 Wehr



Das Partnerunternehmen

Knauber:

- traditionsreiches, mittelständisches Familienunternehmen
- über 1.000 Mitarbeitern.
- sieben Freizeitmärkten
- über 30 Sortimente mit einem in der Branche einzigartigen Mix
- Motto "Selbermachen, Wohlfühlen, Aufblühen".



Produkte & Dienstleistungen



- Handwerkzeuge für den Handwerker und ambitionierten Heimwerker
- Bedingt durch die Kundenstruktur ergibt sich folgendes Anforderungsprofil:
 - Flexibilität und schnelle Umsetzung von Produktneuheiten
 - Service bei der Beschaffung von Sonderartikeln
 - Zuverlässigkeit in puncto Lieferbereitschaft (über 98 %) und Liefergeschwindigkeit (max. 48 h)
 - kulante Reklamationsbearbeitung
 - Persönliche Betreuung der Kunden (durch Außendienstler oder Geschäftsleitung)

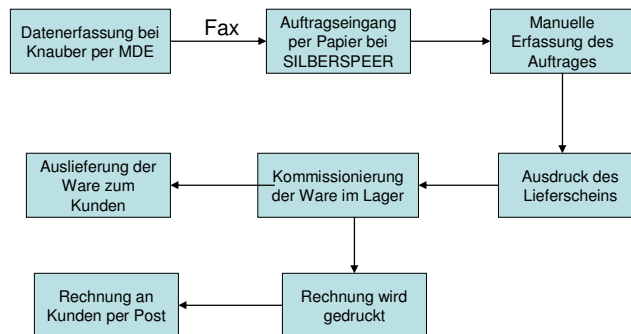


Motive für den Einsatz von eBusiness und eBusiness-Standards

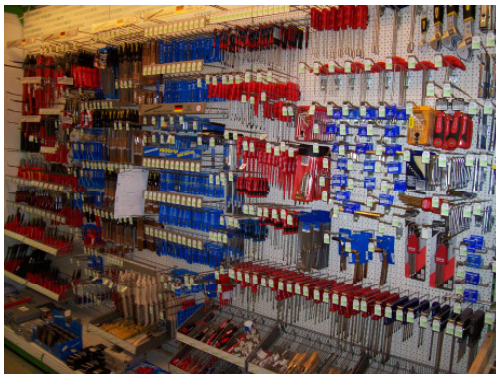
- Kundenbindung und erhöhten Servicegrad für den größten Einzelkunden von SILBERSPEER die Knauber Freizeit GmbH
- Möglichkeit der Anbindung anderer Kunden an die jetzt vorhandenen Strukturen
- Umstellung von manueller Datenverarbeitung hin zum elektronischen Austausch und die daraus resultierende Kostenersparnis



Darstellung der Ausgangssituation vor Projektbeginn - EDI



Darstellung Ausgangssituation - CM Projekt



- Schraubendreher nicht klar strukturiert nach Blockbildung aufgebaut
- Farbblöcke nicht getrennt
- Kundeninformationen über Klingengeometrie fehlen



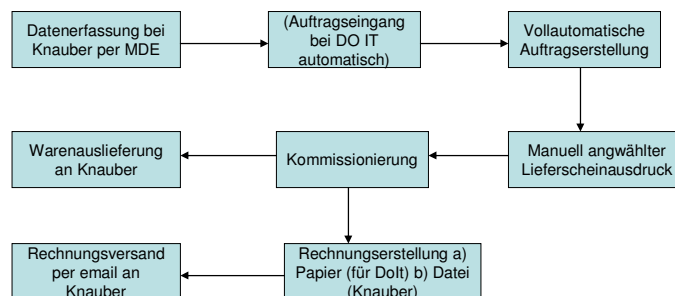
Geplante Projektinhalte mit Einsatz eBusiness-Standards

- EDI:
 - automatische Verarbeitung der Bestellungen unter Verwendung des Standards EANCOM ORDERS
 - automatische Rechnungserstellung und -versand mit EANCOM INVOIC

- CM Warengruppenmanagement:
 - Was sucht der Kunde wo?
 - Austausch von SalesReports → in diesem Projekt kein Einsatz



Darstellung der angestrebten Zielsituation nach Projektabschluss



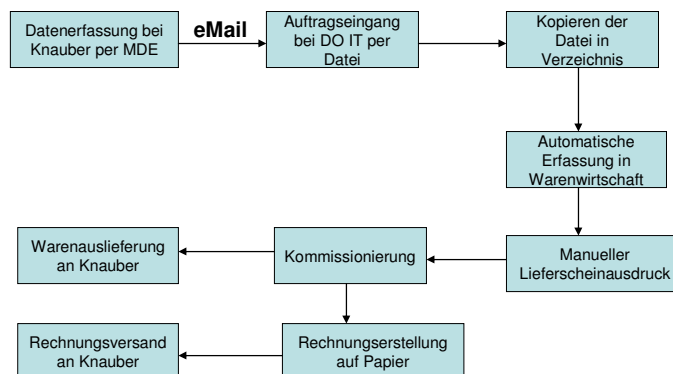
Ziel- und aktuelle Situation CM-Projekt



- klare Trennung der verschiedenen Schraubendreherausführungen
- Vertikale Blockbildung der Klingengeometrie
- Ruhiges Erscheinungsbild durch Farbblöcke
- zusätzlicher, zentraler Infoblock



Aktueller Status - EDI



Umsetzungserfahrungen

- Bei der Projektumsetzung überwiegen eindeutig die positiven Erfahrungen:
 - Kommunikation
 - Partnerauswahl
 - Zielumsetzung sehr effektiv
 - quantitative Ergebnisanalyse CM in diesem Zeitraum nicht möglich
 - Ausblick : Rahmenbedingungen für andere Kunden geschaffen



Nutzeneffekte Category Management

- Für SILBERSPEER und Kunden:
 - bessere Außendarstellung der Warenpräsentation
 - bessere Kundenführung im Regal → höhere SB-Fähigkeit der Wand
- ➔ höherer bzw. stabilisierter Umsatz und Ertrag



Nutzeneffekt E-Business

- a) für Knauber: Zeit und Geldersparnis ohne Investitionskosten
- b) für SILBERSPEER:
- Kundenbindung
 - Angebot für andere Kunden
 - Ansprüche der Kunden gerecht werden → „Fit für die Zukunft“
 - Positionierung gegenüber dem Wettbewerb auf administrativer Ebene gefestigt



Wirtschaftlichkeit CM

Beschränkung auf qualitative Vorteile, da

- 1.) Ausgangssituation sehr gut war
 - durch Full-Service war Regalpflege,
 - Sortimentsauswahl,
 - Warenpräsentation
 - und die Warenverfügbarkeit auf hohem Niveau
- 2.) Partnerunternehmen Knauber hat einen hohen Anteil an Beratungskundschaft



Fazit

CM-Projekt:

- hohe Abhängigkeit der Ausgangssituation
- mittelfristigen Zielerreichung

EDI-Projekte

- Erhöhung des Leistungsspektrums gegenüber der Kunden
- Vorteile durch Einsatz langfristiger Dienstleister
- Kostenersparnis

Empfehlung:

- **CM-Projekte zur Kundenbindung mit langem Atem verfolgen**
- **EDI stärkt im Wettbewerb und ist wirtschaftlich**



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Wulf H. Forster
Geschäftsführer SILBERSPEER
Tel.: +49 2636 6008
Fax: +49 2636 6006
mail: info@silberspeer.de
Post: Gleeser Str. 16, 56653 Wehr



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

durchgeführt von



Institut der deutschen
Wirtschaft Köln Consult GmbH

Kooperationspartner

