

eBusiness



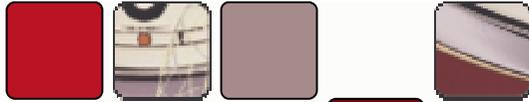
Heiko Armbruster



Olbricht, Seehaus & Co. Consulting GmbH
Tattersallstr. 15 - 17
D - 68165 Mannheim

Tel.: +49 621 156 20-35
Fax: +49 621 156 20-44
eMail: harmbruster@osco.de

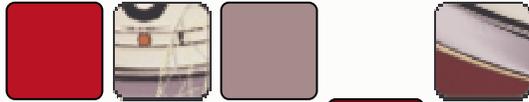
www.osco.de



eBusiness



- Warum e-business ?
- Ziele des e-Business
- Trends und Potenziale



eBusiness



Wo findet e-Business seine Anwendung ?

- Logistik

- SCM

- E-Procurement

- Vertrieb

- CRM

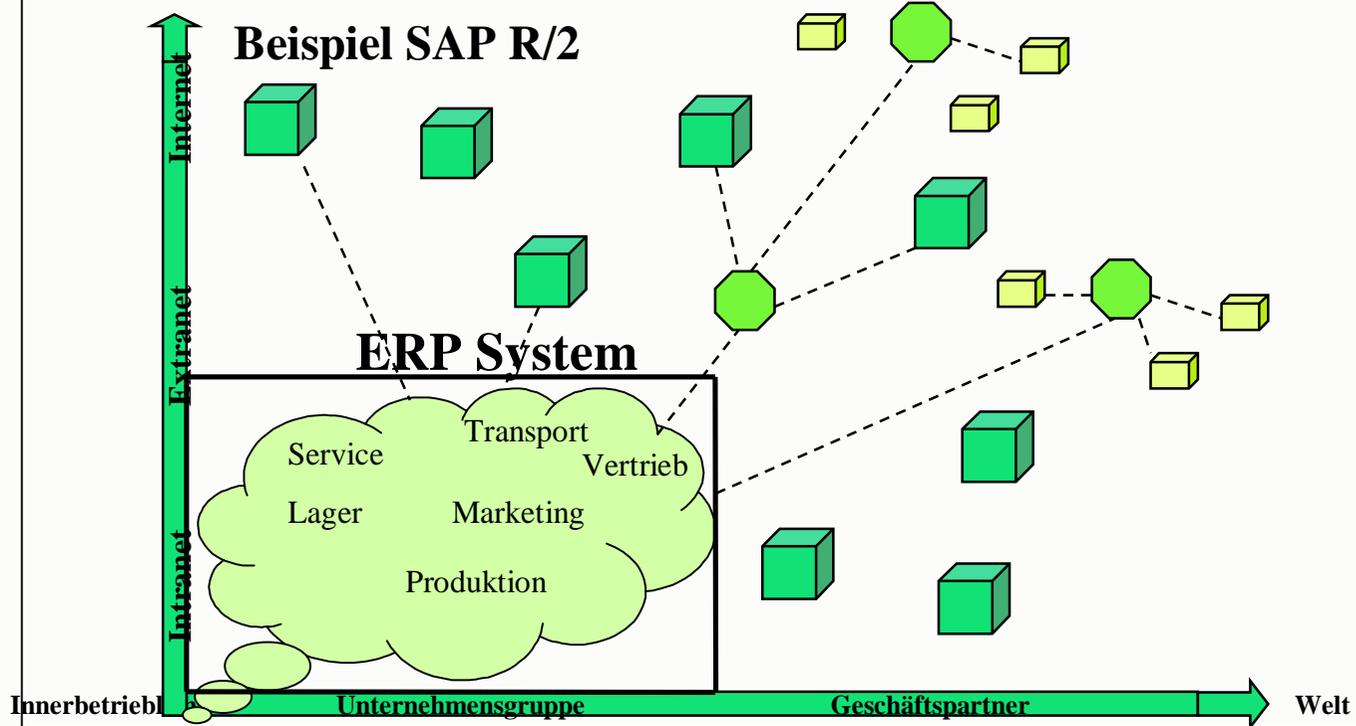


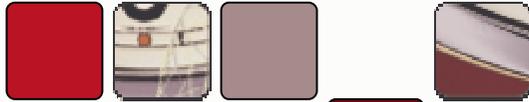
Zusammenfassung



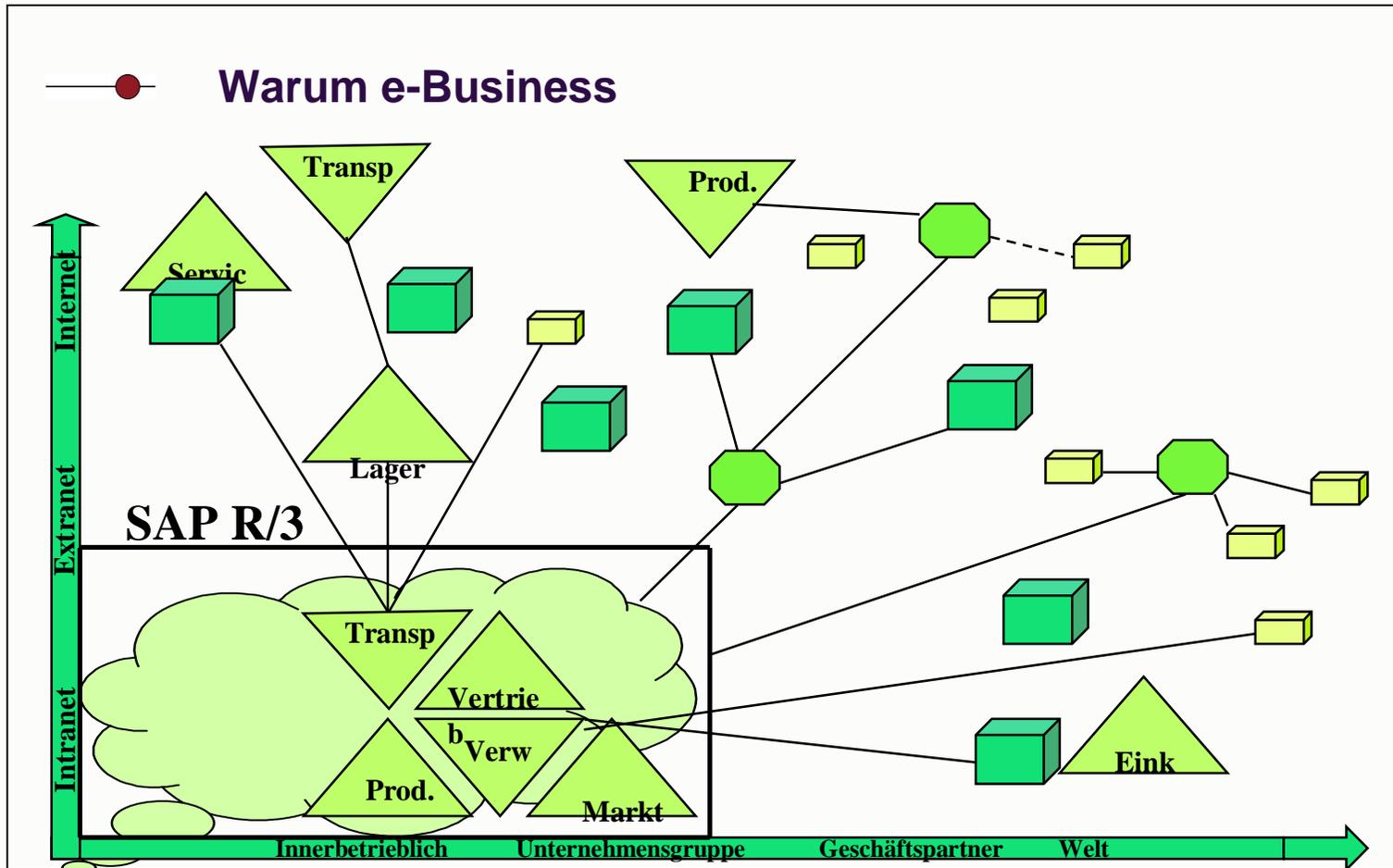
eBusiness

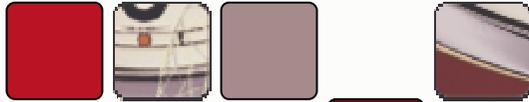
Warum e-Business





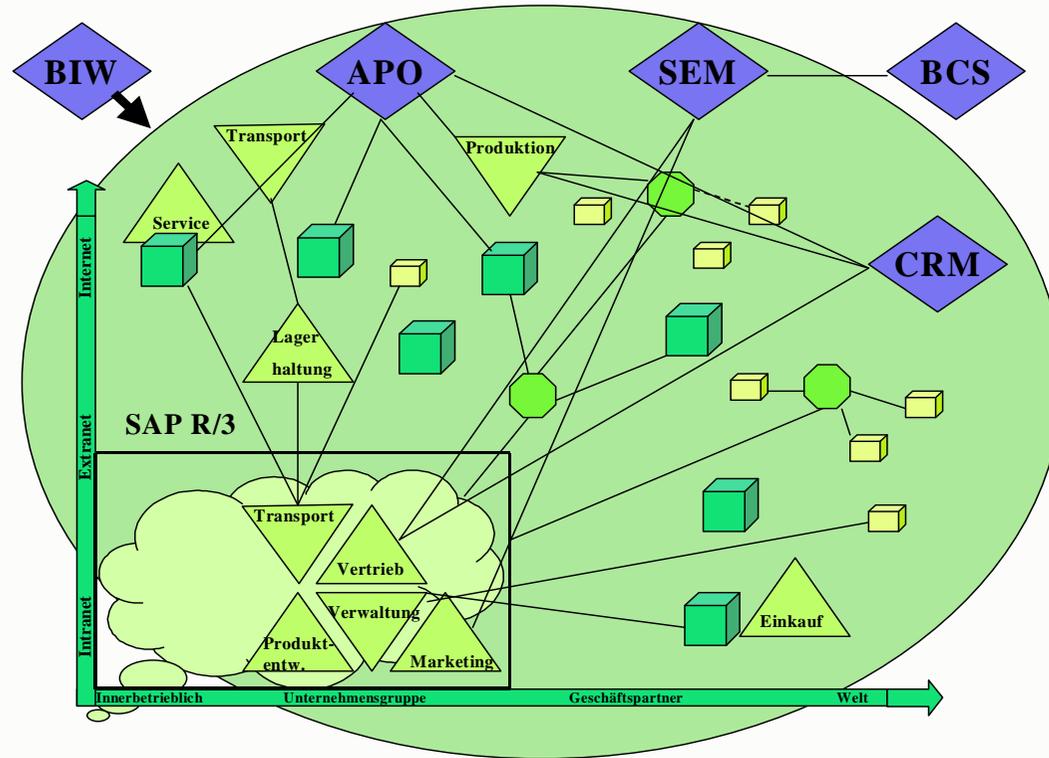
eBusiness

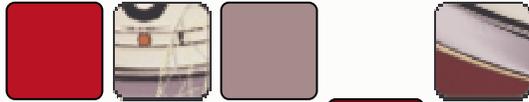




eBusiness

Warum e-Business





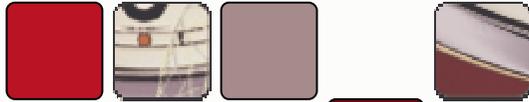
eBusiness

—● Ziele des e-Business

CRM (Customer Relation Management)

Dem Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil verschaffen

- Höhere Kundenzufriedenheit und -bindung
- Konsistente und individuelle Kundenansprache
 - im Marketing
 - Vertrieb und Service über alle Kontaktkanäle
- Aktuelles Wissen über Kunden und Märkte
- Unternehmensübergreifende Zusammenarbeit



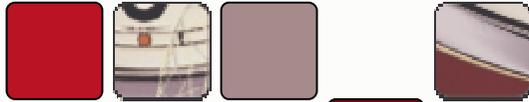
eBusiness

—● Ziele des e-Business

CRM (Customer Relation Management)

Den Wert und die Gewinne eines Unternehmens steigern

- **Effizientere Neukundengewinnung**
- **Gezieltes Cross- und Up-Selling**
- **Höhere Responseraten auf Direktmarketing-Aktivitäten**
- **Fokussieren auf profitable Kunden**
- **Geringere Kosten durch effizientere Prozesse**
- **Erschließen neuer Vertriebskanäle**



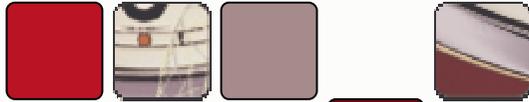
eBusiness

—● Ziele des e-Business

CRM (Customer Relation Management)

Dem Kunden einen Mehrwert verschaffen

- **Erstklassigen Service**
- **Schnellere Reaktion auf Kundenanfragen**
- **Individuelle Kundenansprache und personalisierte Angebote**
- **Freie Wahl, über welchen Kontaktkanal der Kunde mit Ihnen in Kontakt treten möchte**
- **Eine vielfältige Produktpalette, die den Kundenbedürfnissen angepasst werden kann**
- **Korrekte Preise durch dynamische Preisfindung**



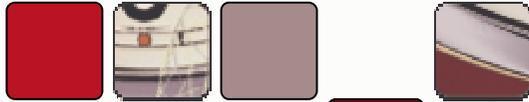
eBusiness

—● Ziele des e-Business

SCM (Supply Chain Management)

Die Geschäftsprozesse optimieren und besser abstimmen

- Verbesserung der Lieferzuverlässigkeit (Termintreue und Vollständigkeit)
- Just in Time Planung
- Kapazitätsplanung
- Planung der Transportstrecken
- Verbesserte Lagerabläufe
- Optimierte Bstandsführung



eBusiness

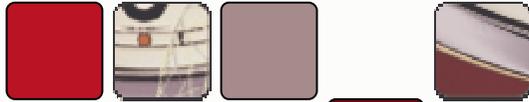


—● Ziele des e-Business

E-Procurement und SRM (Supplier Relationship Management)

Geringere Gesamtkosten im Einkauf

- Sinkende Materialkosten durch unternehmensweite Einkaufsrichtlinien.
- Mehr Qualität und weniger Versorgungsrisiko durch optimale Lieferantenauswahl.
- Spürbarer Zeitgewinn auf Grund effizienterer Zusammenarbeit mit Lieferanten.
- Einsparungen bei Transaktions- und Prozesskosten infolge automatisierter Beschaffung.



eBusiness

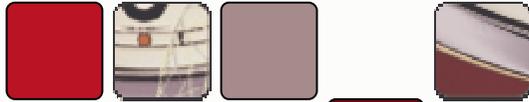


—● Ziele des e-Business

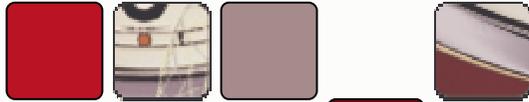
E-Procurement und SRM (Supplier Relationship Management)

Abdeckung aller Güter und Dienstleistungen über die komplette Lieferantenbeziehung

- Sie optimieren die Bezugsquellenfindung und Beschaffung direkter und indirekter Materialien, Waren, Einzelfertigungen, Dienstleistungen usw.
- Sie nutzen bereits getätigte Investitionen in Lösungen für Supply Chain Management, Product Lifecycle Management und Enterprise Resource Planning.



Customer Relationship



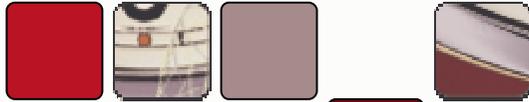
eBusiness

—● Ziele des e-Business

E-Procurement und SRM (Supplier Relationship Management)

Zusammenarbeit mit allen Lieferanten jeder Größe

- Mittels sogenannter "Hosted Services" können kleine und mittelständische Betriebe Bestellungen bearbeiten, Rechnungen erstellen und Kataloge aktualisieren - sie brauchen dafür nur einen Web-Browser.
- Größere Lieferanten können ihre Systeme mit Hilfe offener Internetstandards direkt anbinden (z. B. Marktplatz).
- Modernste Architektur erlaubt die Integration weiterer Web-Services, auch über Unternehmensgrenzen hinweg (z. B. Collaborative Room). So sorgen Lieferanten für mehr Zufriedenheit bei ihren Kunden.



eBusiness

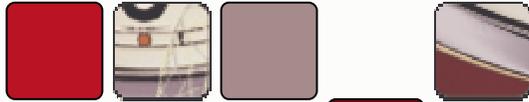


—● Trends und Potentiale

B2C **Business to Customer**

B2B **Business to Business**

- Heute – Früher (EDI)



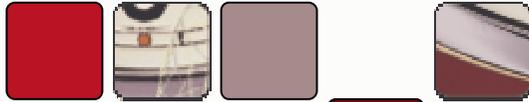
eBusiness

—●— **Wo findet e-Business seine Anwendung ?**

Thema SCM (Supply Chain Management)

Vernetzung

- [Privater Marktplatz](#) - liefert die Infrastruktur für einen virtuellen Marktplatz, mit dessen Hilfe Sie Ihre Logistikprozesse über Unternehmensgrenzen hinweg ausweiten und Lieferanten, Partner und Kunden einbinden können.
- [Logistikportal](#) - lässt alle Anwender mit Kollegen am anderen Ende des Flurs oder am anderen Ende der Welt zusammenarbeiten, sowohl innerhalb als auch außerhalb des Unternehmens.
- [Mobile Business](#) - weitet die Leistungsfähigkeit und Vorteile der vernetzten Logistikabwicklung auf alle Mitglieder dieses Logistiknetzes aus, unabhängig von deren Standort.



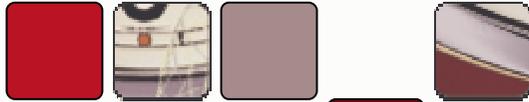
eBusiness

—●— **Wo findet e-Business seine Anwendung ?**

Thema SCM (Supply Chain Management)

Planung

- [Collaborative Demand and Supply Planning](#) - Käufer und Verkäufer können bei Absatz- und Bestellprognosen zusammenarbeiten und Ihre Pläne und Abläufe mit Hilfe eines dynamischen Informationsaustauschs abstimmen.
- [Supply Chain Design](#) - erlaubt Ihnen, Ihre logistische Infrastruktur an Veränderungen im Markt anzupassen, beispielsweise die Einführung neuer Produkte oder neue Kundensegmente. So erzielen Sie einen schnelleren Mehrwert.

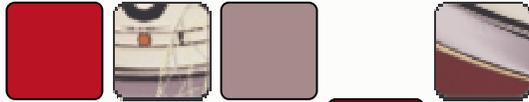


—●— **Wo findet e-Business seine Anwendung ?**

Thema SCM (Supply Chain Management)

Koordinierung

- [Supply Chain Event Management](#) - jede Phase des Logistikprozesses, von der Preiskalkulation bis zur Lieferung zum Kunden, wird überwacht. Im Falle von Planabweichungen werden Benachrichtigungen versandt.
- [Supply Chain Performance Management](#) - wichtige Kennzahlen und Zielvorgaben zur Performance der Logistikkette werden überwacht. Außerdem erhalten Sie Berichte über Kosten und Wertschöpfung im gesamten Logistiknetz.



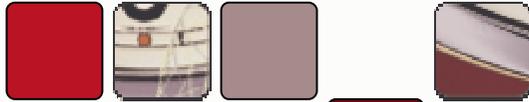
eBusiness

—●— **Wo findet e-Business seine Anwendung ?**

Thema SCM (Supply Chain Management)

Ausführung

- [Unternehmensübergreifende Beschaffung](#) - Der Einkauf im Internet wird integriert, einschließlich regelbasierter Beschaffung, automatisiertem Nachschub und Unterstützung mehrerer Lieferanten.
- [Unternehmensübergreifende Herstellung](#) - Verwaltung von Logistikketten in allen Phasen des Produktionsprozesses, selbst über Unternehmensgrenzen hinaus.
- [Unternehmensübergreifende Auftragsabwicklung](#) - ermöglicht Ihnen, schnell zu ermitteln, wo und wann Sie ein Produkt erhalten können, sorgt für Auftragsverwaltung, Verfügbarkeitsprüfungen und Transportverwaltung.



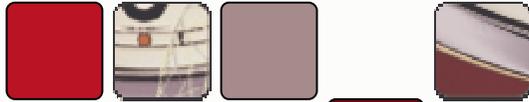
eBusiness

—●— **Wo findet e-Business seine Anwendung ?**

Thema e-Procurement/SRM

Was kauft man ein ?

- **Büromaterialien**
- **Machinenteile**
- **Ersatzteile**
- **Hard u. Software**
- **Dienstleistungen**
- **usw.**



eBusiness

—●— **Wo findet e-Business seine Anwendung ?**

Thema e-Procurement/SRM

Warum nutzt man dazu e-Business?

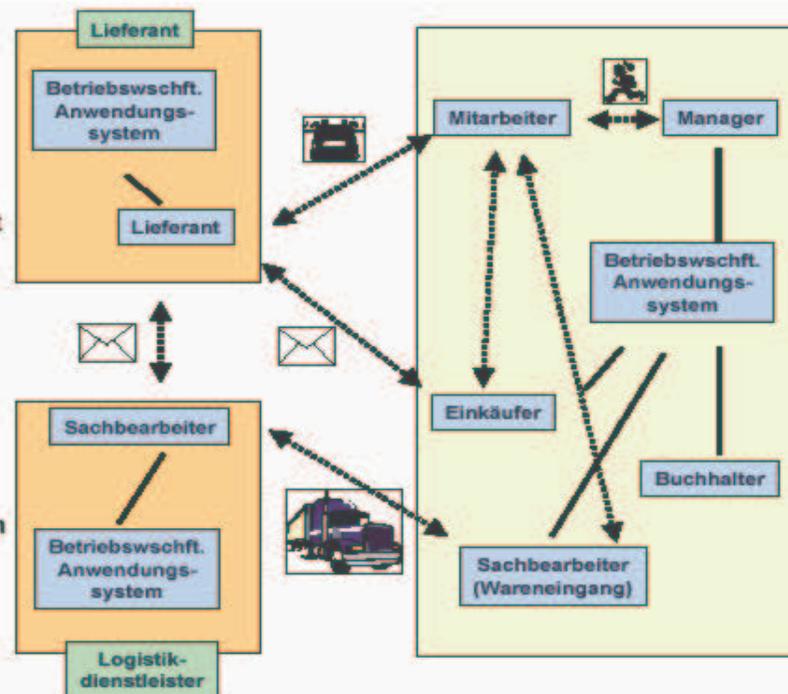
- **Hohe Beschaffungskosten beim Einkauf von geringwertigen Gütern**
- **Beschaffung nicht mehr am Einkauf vorbei**
- **Keine Papierbestellung mehr**

Dadurch Reduzierung der Beschaffungskosten Wie???

Wo findet e-Business seine Anwendung ?

Thema e-Procurement/SRM

- Zeitaufwendig
- papiergebunden
- unterschiedliche Qualität durch verschiedene Lieferanten
- zäher Informationsfluß
- Lieferantenauswahl nur mit Hilfe von Telefon, Fax und Post
- Anlieferung im allgemeinen Warenlager
- hohe Transaktionskosten
- viele Schnittstellen

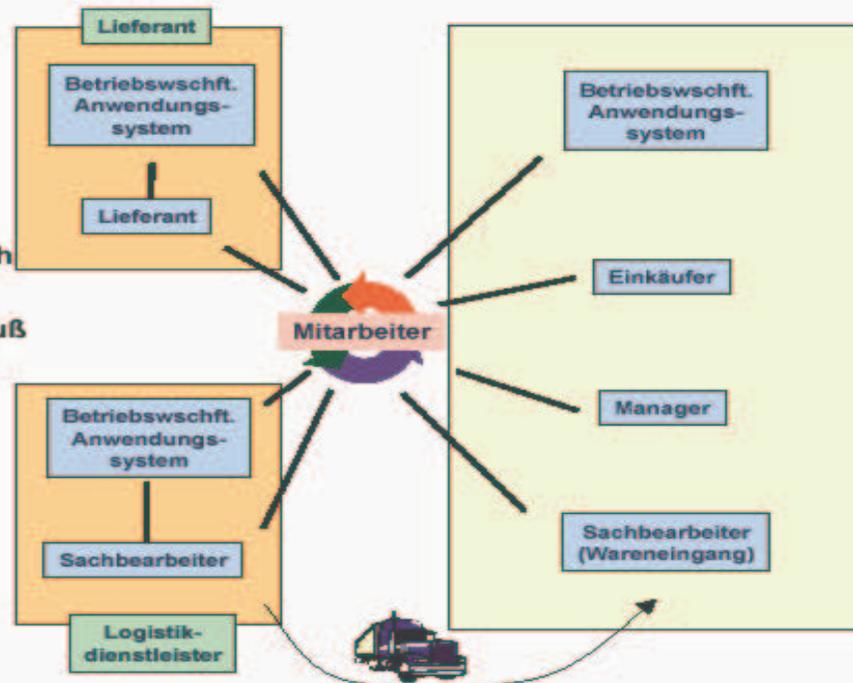


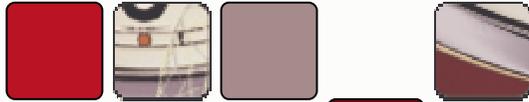


Wo findet e-Business seine Anwendung ?

Thema e-Procurement/SRM

- **Komplettlösung**
- **kürzere Durchlaufzeiten**
- **hoher Qualitätsstand durch Vorselektion der Lieferanten**
- **schnellerer Informationsfluß durch Internet-Technologie**
- **Anlieferung direkt beim Anforderer**
- **Workflow-Unterstützung**
- **geringere Prozeßkosten**



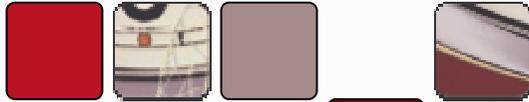


—●— **Wo findet e-Business seine Anwendung ?**

Thema CRM (Customer Relation Management)

Marketing

- Marketing- und Kampagnenplanung: Mit mySAP CRM können Sie Ihre Marketingpläne und Kampagnen flexibel planen und strukturieren sowie Ihre Budgets festlegen. Nutzen Sie dazu auch Informationen über Kunden, Vertriebssegmente, Vertriebskanäle, Wettbewerber, Rentabilität und Marktdaten von Drittanbietern und analysieren Sie diese zielgerichtet.
- Zielgruppenselektion: mySAP CRM versetzt Sie in die Lage, Ihre Kunden nach bestimmten Kriterien zu segmentieren, diesen dann personalisierte Angebote anzubieten und so Ihre Abschlussquote zu steigern.



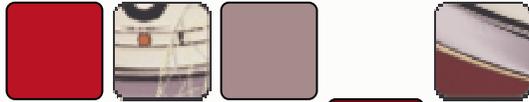
eBusiness

—●— **Wo findet e-Business seine Anwendung ?**

Thema CRM (Customer Relation Management)

Marketing

- Kampagnendurchführung: Führen Sie gezielte, personalisierte Kampagnen über alle Kundenkontaktkanäle aus: das Contact-Center, E-Mail mit Verweis auf Internetseiten sowie über SMS, Fax oder per Brief.
- Kampagnenanalyse: Mit Hilfe von mySAP Business Intelligence und mySAP CRM können Sie die Erfolge Ihrer Kampagnen messen und Kundenprofile für zukünftige Kampagnen optimieren. Diese Ergebnisanalysen belegen so zusätzlich den Wert Ihrer Marketingprogramme.

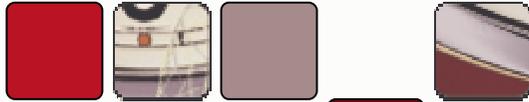


— ● Wo findet e-Business seine Anwendung ?

Thema CRM (Customer Relation Management)

Vertrieb

- **Opportunity Management:** Für das erfolgreiche Management von Vertriebsprojekten sind umfassende Informationen über alle kunden- und projektbezogenen Vorgänge von wesentlicher Bedeutung. Hiermit haben Sie das Instrument an der Hand, um den Status aller Vertriebsprojekte von Anfang bis zum Ende zu überwachen und zu steuern.
- **Aktivitäten- und Kontaktmanagement:** Mit dem Aktivitätenmanagement innerhalb von mySAP Customer Relationship Management (mySAP CRM) sind alle Verkaufsaktivitäten im Vertriebsprozess transparent. Darüber hinaus vereinfacht es die Planung sämtlicher Aktivitäten, die im Rahmen komplexer Vertriebsprozesse anfallen: z.B. Terminvereinbarungen, Anrufe, Korrespondenz, Kundenbesuche

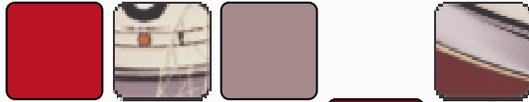


—●— **Wo findet e-Business seine Anwendung ?**

Thema CRM (Customer Relation Management)

Vertrieb

•**Angebot, Verkaufsabschluss und Abwicklung:** mySAP CRM unterstützt Sie bei der Verwaltung und Erstellung von Vertriebsdokumenten wie Anfragen, Angeboten, Aufträgen und Verträgen. Es ermöglicht Ihnen, Ihre Auftragsbearbeitung in Ihr Back-Office-System zu integrieren, um dort die weitere Bearbeitung anzustoßen. Darüber hinaus stehen Ihnen alle für den Vertragsabschluss benötigten Informationen wie Preise, Konditionen und Kontrakte zur Verfügung.



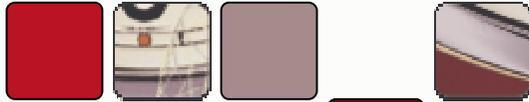
eBusiness

—● Wo findet e-Business seine Anwendung ?

Thema CRM (Customer Relation Management)

Service

- **E-Service:** Ihre Kunden haben die Möglichkeit, selbst rund um die Uhr im Internet nach Lösungen zu suchen. Über E-Service haben sie Zugriff auf häufig gestellte Fragen und können ihre Problemmeldung in eine Lösungsdatenbank eingeben, die ihnen schnell die Lösung des Problems liefert. Darüber hinaus besteht im Internet die Möglichkeit, eine Serviceanforderung aufzugeben. So schaffen Sie mit E-Service eine kostengünstige Alternative zum Interaction Center und technischen Kundendienst.



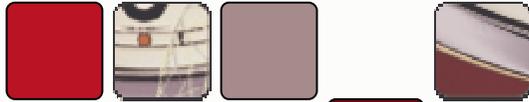
eBusiness

—● Wo findet e-Business seine Anwendung ?

Thema CRM (Customer Relation Management)

Service

•**Interaction Center:** Ihre Kunden können sich mit Reklamationen an Ihr Contact-Center wenden. Da Ihre Mitarbeiter im Contact-Center Zugriff auf alle relevanten Informationen haben, sind sie umfassend über den Kunden informiert. In einer intelligenten Lösungsdatenbank finden die Contact-Center Mitarbeiter Lösungen für das Kundenproblem, die sie daraufhin dem Kunden direkt zur Verfügung stellen können - telefonisch, per E-Mail, Fax oder Brief. Darüber hinaus werden im Interaction Center Chat, Voice over IP und Co-Browsing unterstützt. Kann das Kundenproblem nicht gelöst werden, legt der Mitarbeiter einen Serviceauftrag für den Kundendienst an.



eBusiness

—●— **Wo findet e-Business seine Anwendung ?**

Thema CRM (Customer Relation Management)

Service

- Field Service: Über die Einsatzplanung wird der Serviceauftrag einem freien Servicetechniker zugeteilt. mySAP CRM Field Service bietet dem Kundendienst einen Gesamtüberblick über z.B. den Kunden, Serviceaufträge, Installationen, Verträge und Reparaturinformationen. Dadurch ist der Servicetechniker bestens auf den Besuch beim Kunden vorbereitet. Nach Erbringung der Serviceleistung kann der Servicetechniker die erforderlichen Rückmeldungen vornehmen. Durch den besseren Informationsaustausch werden die Kundenwünsche schneller und besser erfüllt.