

CRM WebChannel

Mit Web-Shops und Web-Channels neue Vertriebskanäle erschließen.

Eine einfache und schnelle Kommunikation zwischen Unternehmen, Kunden und Partnern zählt in vielen Branchen mittlerweile als kritischer Erfolgsfaktor. Immer mehr Unternehmen integrieren aus diesem Grund internetbasierende Lösungen in Ihre Prozessabläufe, um Prozesse zu optimieren, Kommunikation zu beschleunigen und Durchlaufzeiten zu reduzieren, um so einen wesentlichen Wettbewerbsvorteil zu erlangen. Internetbasierende Lösungen steigern die Effizienz, unabhängig davon ob sie den Vertrieb, das Marketing oder den Bereich des Endkunden-Service betreffen.



Vertrieb über das Internet

Mit dem Internet steht ein moderner und kostengünstiger Vertriebskanal zur Verfügung. Es entstehen völlig neue Verkaufschancen, da Kunden weltweit, 24 Stunden am Tag, 365 Tage im Jahr auf die Produktportfolios der Anbieter zugreifen können. Durch eine entsprechende Platzierung des Webauftritts ist es einfach und kostengünstig möglich, neue Interessenten und Neukunden zu gewinnen. Die Effizienz Ihrer internen Geschäftsprozesse wird erhöht, da Internetanfragen und Bestellungen automatisch mit Preisen und Verfügbarkeitsinformationen bereitgestellt werden können. Somit entfallen manuelle Eingriffe in die Prozesse, welche in der Vergangenheit zu langen Durchlaufzeiten und langsamen Reaktionszeiten führten. Folgende Prozesse stehen Ihnen zur Verfügung:

- Ausprägung der Szenarien Business to Business oder Business to Consumer
- Verkauf von konfigurierbaren Produkten
- Automatische Angebots- und Auftragsabwicklung mit Verfügbarkeitsprüfung und Auftragsverfolgung
- Kundenindividuelle Preise und Vertragsmanagement
- Produktpräsentation und Anzeige von Echtzeit-Verfügbarkeiten
- Kreditkartenabwicklung
- Anpassung des Webshops an Ihr Corporate Design
- Web-Auktionen
- Einfache Katalogpflege durch Nutzung bestehender Produkt-Stammdaten

E-Commerce für SAP ERP oder WebChannel für SAP CRM

Die Anbindung eines Webshops kann auf Basis der SAP CRM-Lösung (WebChannel für SAP CRM) oder mit einer direkten Integration in das SAP ERP-System (E-Commerce für SAP ERP) erfolgen.

Umfassende Marketing-Funktionalitäten nutzbar:

Der Webshop auf Basis der SAP CRM-Lösung bietet die Möglichkeit, umfassende Marketing-Funktionalitäten zu nutzen (z.B. Cross- und Up-Selling oder zielgruppenspezifische Sichten auf die angebotenen Produkte).

Der Webshop auf Basis von SAP ERP richtet sich beispielsweise an Unternehmen, die noch kein SAP CRM im Einsatz haben. Alle Daten werden aus dem SAP-Backend verwendet und Bestellungen direkt dort angelegt. Falls zu einem späteren Zeitpunkt ein SAP CRM-System verfügbar ist, besteht die Möglichkeit diese Shops zu wandeln, so dass sich die zusätzlichen CRM-Funktionen problemlos nutzen lassen.



Gegenüberstellung der beiden Lösungen:

Funktionalität	E-Commerce for SAP ERP	WebChannel for SAP CRM
Userverwaltung		
Login (B2B)	X	X
Benutzerverwaltung (B2B)	X	X
Registrierung (B2C)	X	X
Rollenbasierte Berechtigungen	X	X
Produktkatalog/Inhalte		
Produktkatalog	X	X
Produktkatalog Staging		X
Produktsuche	X	X
Produktvergleich	X	X
Kundenmaterialnummern		X
Information zu Verkaufsbelegen	X	X
Kundenindividuelle Preise (B2B)	X	X
Verfügbarkeitsprüfung	X	X
Konfiguration	X	X
Warenkorb	X	X
Angebot	X	X
Auftrag	X	X
Zahlungsmethoden, Rechnung, Vorkasse, Kreditkarte	X	X
Integration Vertragsmanagement		X
Marketing/Personalisierung		
Cross-Selling	X	X
Up- und Down-Selling		X
Zubehör		X
Bestseller Listen		X
Top N Listen		X
Persönliche Produktempfehlung		X
E-Mail-Kampagnen		X
Coupons		X
Händlersuche		X
Newsletter Abonnement		X
Kundenindividuelle Sichten auf Produktkatalog		X

Als Einstieg in die webbasierte Verkaufslösung bietet sich die E-Commerce for SAP ERP-Lösung an, da diese bereits Bestandteil der ERP-Lösung ist und so mit überschaubarem Projektaufwand umgesetzt werden kann. Soll der neue Webshop jedoch schon von Beginn an als strategischer Vertriebskanal ausgelegt werden, empfiehlt es sich die WebChannel for SAP CRM-Lösung zu verwenden.

WebChannel Möglichkeiten mit SAP CRM

Der SAP WebChannel wird oft mit dem Webshop gleichgesetzt. Der Online-Vertriebskanal spiegelt aber nur einen Teil der umfassenden SAP WebChannel Möglichkeiten wider. Denn der SAP WebChannel bietet für erfolgreiches Kundenbeziehungsmanagement u.a. folgende Zusatzfunktionalitäten:

E-Marketing

Effizienzsteigerung Ihrer Marketing-Aktivitäten.

Erweitern Sie den Nutzen für Ihr Marketing: Mit SAP CRM können Sie Web- und E-Mail-Kampagnen realisieren. Darüber hinaus haben Sie die Möglichkeit, Produktbeschreibungen oder Produkt-Content online verfügbar zu stellen. Mit der Möglichkeit der Personalisierung können Sie Inhalte individuell auf jeden Kunden abstimmen und je nach Nutzer angepasste, personalisierte Produktempfehlungen und Inhalte anzeigen lassen. Dadurch steigern Sie die Effizienz Ihrer Marketing-Aktivitäten.

E-Service

Kundenzufriedenheit als Basis für eine langfristige Kundenbindung kann durch Online-Service über das Internet sichergestellt werden. Intuitive Self-Service Funktionen für Produktregistrierungen oder einfache Problembehandlungen (etwa über FAQs – Frequently Asked Questions) geben dem Kunden das Gefühl, auch außerhalb der Geschäftszeiten optimal betreut zu werden. Web Chat Agenten können bei Service-Anfragen schnell und mit wenig Personalaufwand unterstützen. E-Service ermöglicht zudem die automatische Abwicklung von Beschwerden und Retouren sowie die Zahlungsabwicklung über das Internet.

WebChannel Analytics

Nutzerverhalten analysieren, Lösung optimieren.

Mit WebChannel Analytics kann der Erfolg der eingesetzten WebChannel-Lösung analysiert werden. Man gewinnt wertvolle Informationen über das Verhalten der Nutzer: Die Art der Navigation, die tatsächlich gekauften Produkte, aber auch die Produkte, die vom Webshop-User lediglich angesehen werden. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse lassen sich so permanent zur Optimierung der Lösung einsetzen. Zudem erhalten Sie wichtige Informationen zu Ihren Service-Aktivitäten im Internet. Darüberhinaus bietet die Lösung technische Analysen über den Zustand und die Performance des Webshops.

Portal Integration

Personalisierung und Individualisierung Ihres Contents.

Mit der SAP WebChannel-Lösung lassen sich Portale für die jeweiligen Nutzer personalisieren und Inhalte damit individuell zuschneiden. Der Vorteil: Der Nutzer wird bei der Anmeldung vom System erkannt, so können ihm personalisierte Informationen direkt zur Verfügung gestellt werden. Es besteht z.B. im Shop die Möglichkeit, dem Kunden automatisch bestimmte Produktvorschläge zu unterbreiten, kundenindividuelle Kataloge oder individuell vereinbarte Preise anzuzeigen. Der Kunde meldet sich über einen zentralen Zugang an und kann alle für ihn vorgesehenen Bereiche (z.B. Service, Einkauf, Produktinformationen, Auftragsverfolgung, etc.) erreichen. Mit SAP WebChannel lassen sich nicht nur Kundenportale realisieren, sondern auch Lösungen für Geschäftspartner, wie etwa Beschaffungsportale, Partnerportale, usw.

Nutzen für Ihr Unternehmen

Exemplarisch seien die folgenden Nutzen aufgeführt:

- Reduktion von Transaktionskosten
- Schlanke, vollautomatisierte Prozesse
- Steigerung der Produktivität durch effiziente Geschäftsprozesse
- Erhöhte Kundenbindung und bessere Kundenzufriedenheit
- Umsatzsteigerung durch weitere Absatzkanäle und neue Kunden
- Weltweite Marktpräsenz
- Serviceverfügbarkeit rund um die Uhr
- Reduzierung der Servicekosten
- Informationsplattform mit aktuellen, individualisierten Daten für Kunden
- Direkter Kommunikationskanal für Marketing Maßnahmen
- Vollständige Integration von Coupons Kampagnen

E-Marketing	E-Commerce*	E-Service	E-Analytics
Nachfrage wecken Web- und E-Mail-Kampagnen	Webshop Online-Verkaufsplattform	Knowledge Management FAQs, Informationssuche, etc.	Analyse des Web Channel Erfolgs
Produktkatalog und Content Management Produktbeschreibungen, weiterführende Produkt-Informationen, etc.	Preisfestlegung und Vertragsmanagement Up-to-date Preise und Vertragsbedingungen, individuell angepasst, etc.	Service Management Beschwerden- und Retourenabwicklung, etc.	Analyse des Web-Verhaltens
Personalisierung für jeden Kunden individuell angepasste Produkt-empfehlungen, Inhalte, etc.	Angebots- und Auftragsmanagement Online-Verhandlung von Angeboten	Zahlungsabwicklung Rechnung, Kreditkarte, Nachnahme, etc.	Technische Analyse
WebChannel Plattform (SAP NetWeaver)			

* auch mit SAP ERP möglich

Autor: Jürgen Kieser



Kurzvita

Name: **Jürgen Kieser**
Experte für CRM

Seit: 2004 bei der itelligence AG in Bielefeld tätig

Beratungsschwerpunkte: SAP CRM, E-Commerce, Projektleitung