

Bestellung und Nachorder vereinfacht

Die Bedeutung der Online-Kommunikation zwischen Industrie und Handel wächst

Der Modehandel kommuniziert mit seinen Lieferanten immer häufiger online, das heißt per B2B-Webshop. Diese Beobachtung macht man gegenwärtig bei Texdata Software, Karlsruhe. Laut Produktmanager Daniel Plohnke sind es vor allem Schnelligkeit und Einfachheit bei (Nach-)Bestellungen, die das Thema B2B-Kommunikation gegenwärtig antreiben.

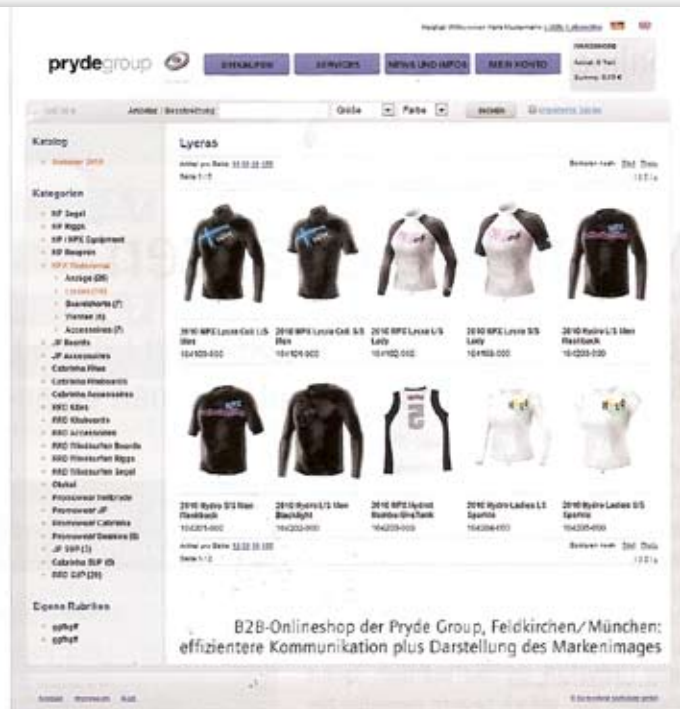


Daniel Plohnke, Produktmanagement Texdata, Karlsruhe: „Die B2B-Onlinekommunikation vereinfacht und beschleunigt die Bestellabwicklung zwischen Handel und Lieferanten.“

Texdata, ein Hersteller von Business-Software für Großhändler und Produzenten in der Bekleidungsindustrie, agiert in diesem Markt mit der Lösung Webfashion.

Das System basiert auf dem bekannten Online-Shop der Firma Oxid e-sales, Freiburg. Webfashion erweitert dieses System. Das bedeutet laut Plohnke maximale Skalierbarkeit, hohe Sicherheitsstandards und offene Schnittstellen zu weiteren Systemen, wie z.B. marktgängigen Warenwirtschaftssystemen oder auch den Systemen der Kreditkartenanbieter.

Webfashion ist als so genannte Ready-to-work-Software konzipiert. Das heißt unter anderem, dass das Design des Web-Shops mit geringem Aufwand der jeweiligen Marke angepasst werden kann. „Auf diese Weise ist gewährleistet, dass der B2B-Webshop das Markenimage unterstützt“, erklärt Plohnke. Vertriebt ein Unternehmen mehrere Marken, so kann Webfashion je Marke ein individuelles ‚Gesicht‘ haben. Das System agiert in mehreren Sprachen, so dass auch international aufgestellte Unternehmen mit Webfashion arbeiten können.



B2B-Online-Shop der Pryde Group, Feldkirchen/München: effizientere Kommunikation plus Darstellung des Markenimages

Im Gespräch mit dem mb erläuterte der Fachmann die Vorteile eines B2B-Webshops im Detail.

Vorteile für die Lieferanten:

Die Kommunikation via B2B-Online-Shop dient im Kern einer effizienteren Bestellabwicklung und Kundenbetreuung. Das bedeutet:

- Weniger Aufwand bei der Bestellabwicklung: Die Bestellungen werden vom Telefon oder Fax ins Internet verlagert. „Der persönliche Aufwand bei der Bestellerfassung entfällt. So kann vor allem bei der Auftragserfassung von kleineren Händlern Zeit gespart werden“, berichtet Plohnke.

- Verbesserte Kundenkommunikation: Webfashion, der B2B-Online-Shop von Texdata, ist zusätzlich auch ein Informationsportal. Händler können gezielt mit Informationen versorgt werden. Diese Option zielt auf eine höhere Kundenzufriedenheit und eine verbesserte Servicequalität.

- Zusätzliche Bestellungen: Mit einer attraktiven visuellen Darstellung der Artikel, einer themenrelevanten Gruppierung und intelligenten Suchmöglichkeiten können zusätzliche Bestellungen ausgelöst werden. „Ohne personellen Aufwand können in guten B2B-Online-

Shops Verkaufskampagnen gestartet werden, zum Beispiel auf Basis von Newslettern und Rabattaktionen“, so Plohnke weiter.

Vorteile für den Handel:

Die Vereinfachung von Bestellung und Nachorder von Ware stehen im Mittelpunkt. Konkret bedeutet das:

- Bestellen zu jeder Zeit und an jedem Ort: B2B-Lösungen wie Webfashion aus dem Hause Texdata ermöglichen Bestellungen rund um die Uhr, auch nach Ladenschluss und an Sonntagen.

- Virtueller Artikelkatalog mit aktuellen Verfügbarkeiten: Webfashion dient nicht nur der vereinfachten Bestellung, sondern auch der visuellen Darstellung der Produkte mit all ihren Merkmalen und Eigenschaften. „Der Händler muss nicht mehr auf Basis nichts sagender Artikellisten bestellen. Zudem wird er – anders als bei einer Bestellliste – sofort über den aktuellen Verfügbarkeitsstand und die Lieferzeit informiert“, ergänzt Plohnke.

- Mehr Transparenz: Der Status der Bestellabwicklung kann vom Händler durch Order-Tracking beobachtet werden. Er kann Informationen über den Stand seiner Order abrufen und gegebenenfalls seine eigenen Kunden informieren. BR