



Waser Bürocenter AG: Onlineshop mit direkter ERP-Anbindung

waserbüro
Im Büro zuhause

Eventsponsor

Microsoft
Business
Solutions

Themensponsoren



Opacc True Business
Automation



Sponsoren

Ecademy^{CH}

itelligence

INFORMING
your business - our software

Medienpartner

KMUMANAGER
Die Unternehmer-Zeitung

netzwoche

HANDELSZEITUNG
ARGUMENTE FÜR ENTSCHEIDER

Gliederung



- **Kurzvorstellung Waser Bürocenter AG**
 - **Branche, Produkte, strategische Ausrichtung**
 - **Die Bedeutung des E-Shops bei Waser**
- **Der Onlineshop von Waser**
 - **Geschäfts- und Prozesssicht**
 - **Integration und Technologie**
- **Erfahrungen und kritische Erfolgsfaktoren**
- **Fazit**

Kurzvorstellung des Unternehmens



- **Handelsunternehmen mit 160-jähriger Tradition**
- **Direktlieferungen von Büromaterial und Computerzubehör**
- **Zielgruppen: Mittlere und grosse Unternehmen in der Schweiz**
- **Aber auch: Waser Shops in Basel, Bern und Zürich (Papeterie-Detailhandel)**
- **Eckdaten**
 - **Rund 190 Mitarbeitende**
 - **70 Mio. Umsatz/Jahr**
 - **> 60 % des Umsatzes über Direktliefergeschäft**
 - **Sitz in Buchs ZH**

Strategische Ausrichtung von Waser



- Angestrebt wird **Leistungsführerschaft**

- **Mehrwerte für die Kunden schaffen durch**
 - **Unterstützung der Kundenprozesse bei C-Artikel-Bestellungen**
 - **Kundenindividuelle Gestaltung des Sortiments**
 - **Einheitlicher Bestellprozess für Waser- und Fremdprodukte**

 - **Individualisierung der Logistik-Dienstleistungen**
 - **Joint Venture mit *Antalis AG*. Ziel: Bestellung und Lieferung von Artikeln beider Unternehmen in demselben Bestellprozess**
 - **Partnerschaft mit *Corporate Express*, einem weltweit führenden Unternehmen der Bürowirtschaft. Ziel: Vereinfachung des Beschaffungsprozesses für international tätige Kunden mit Sitz in CH**

Bedeutung des E-Shops bei Waser



- **Stellenwert von IuK-Technologie bei Waser**
 - ...ist ein wichtiges Instrument zur Gestaltung kundenbezogener Prozesse
 - ...soll als Instrument zur Individualisierung kundenbezogener Prozesse verwendet werden
- **Der E-Shop als strategisches Instrument**
 - Instrument zur Integration der Bestellprozesse beim Kunden
 - Instrument zur Kundenbindung
- **Vorteile aus Sicht des Kunden**
 - Abwicklung der Bestellung von C-Artikeln über nur eine Plattform
 - Einheitliche Abwicklung des Bestellprozesses führt zu Verringerung von Prozesskosten
 - Verbessertes Beschaffungscontrolling von C-Artikeln

Anforderungen an E-Shop



- **Erkenntnis:**
 - **60-80 % aller Lieferanten eines Unternehmens liefern C-Artikel**
 - **Aber nur 5% des Einkaufsvolumens fallen auf C-Artikel**

- **Strategisch bedeutsame Anforderungen an den Waser E-Shop**
 - **Plattform zur einheitlichen Bestellabwicklung von C-Artikeln**
 - **Erweiterbare und individuell konfigurierbare Integrationsplattform zur Bestellung von Waser-Artikeln und Fremdsortimenten**
 - **«Bestellportal»**
 - **Fremdsortimente müssen integriert werden können.**
 - **Kundenindividuelle Funktionalitäten müssen «wartbar» implementiert werden können.**
 - **Integration in Waser-ERP-System für integrierte Bestellabwicklung von Waser-Artikeln.**

Der E-Shop als Bestellportal



Willkommen im Raiffeisen-Einkaufsportal

Online Shop

- Büromaterial
- Bürogeräte
- Verbrauchsmaterial
- Raiffeisen Sortiment

Leihmaterial

- Startnummer Shirt
- Kopfloch Startnummer
- Leichtathletik Startnummer
- Fahnen
- Flaggen
- Werbebänder
- [Einwegstartnummern](#)

Abo-Service

Individuelle Aufträge

- [Ausstellungsservice](#)
- [Expo-Snap](#)
- [Bestnoten](#)
- [Clic-System](#)
- [Visitenkarten / Korrespondenzkarten](#)
- [Kuverts mit Eindruck](#)
- [Kalender / Agenden](#)
- [Beschaffungsanfrage](#)

Auftragsverfolgung

Die Benutzung des Raiffeisen-Einkaufsportals setzt das Einverständnis mit den allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs) voraus. Die AGBs sowie die Benutzerdokumentation sind auf der Einkaufsplattform verfügbar.

Bitte beachten Sie, dass auf Bestellungen der Büromaterialartikel unter Fr. 50.- Warenwert eine Bearbeitungsgebühr von Fr. 10.- verrechnet wird. Die Bestellungen aus dem Raiffeisen-Sortiment sind gebührenfrei. Bei den gemischten Bestellungen (Büromaterial und Raiffeisenartikel) ist nur der Teil "Büromaterialartikel" gebührenpflichtig.

Für allfällige Fragen stehen Ihnen die Ansprechpartner aus dem SVRB Verkaufsteam zur Verfügung.

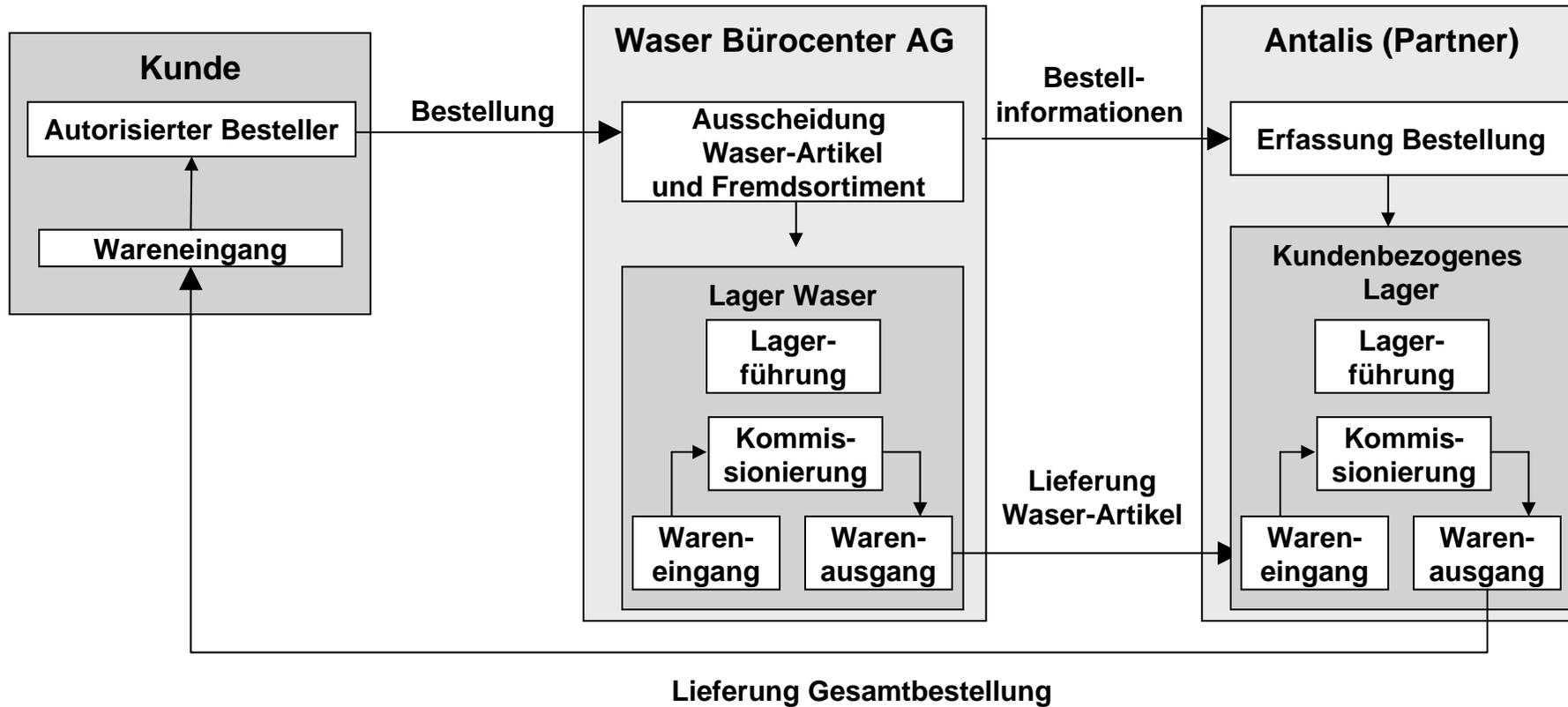
Besten Dank und viel Vergnügen bei Ihrem Büromaterial Einkauf!

Waser-Büromaterial und Fremdsortiment

Reservierung für Leihmaterialien

Bestellung «komplexer» Artikel

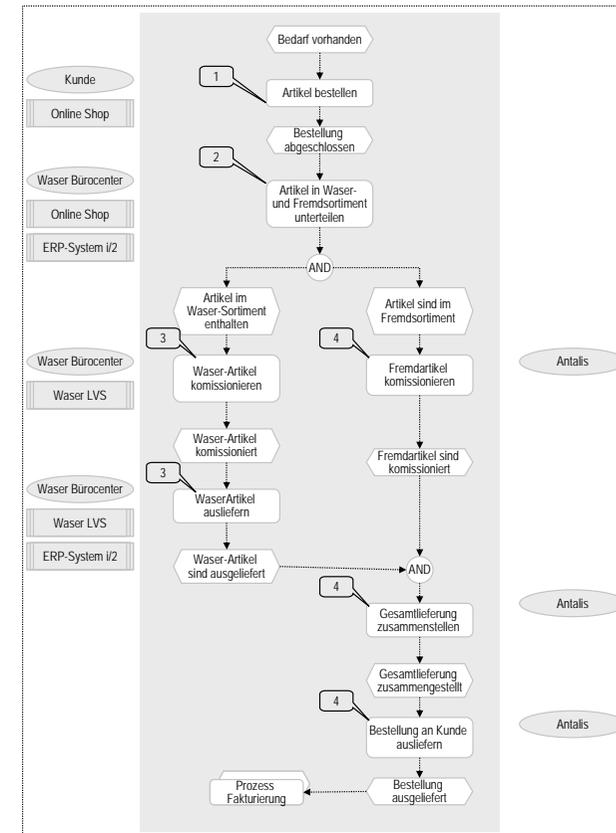
Szenario: Bestellabwicklung mit Antalis



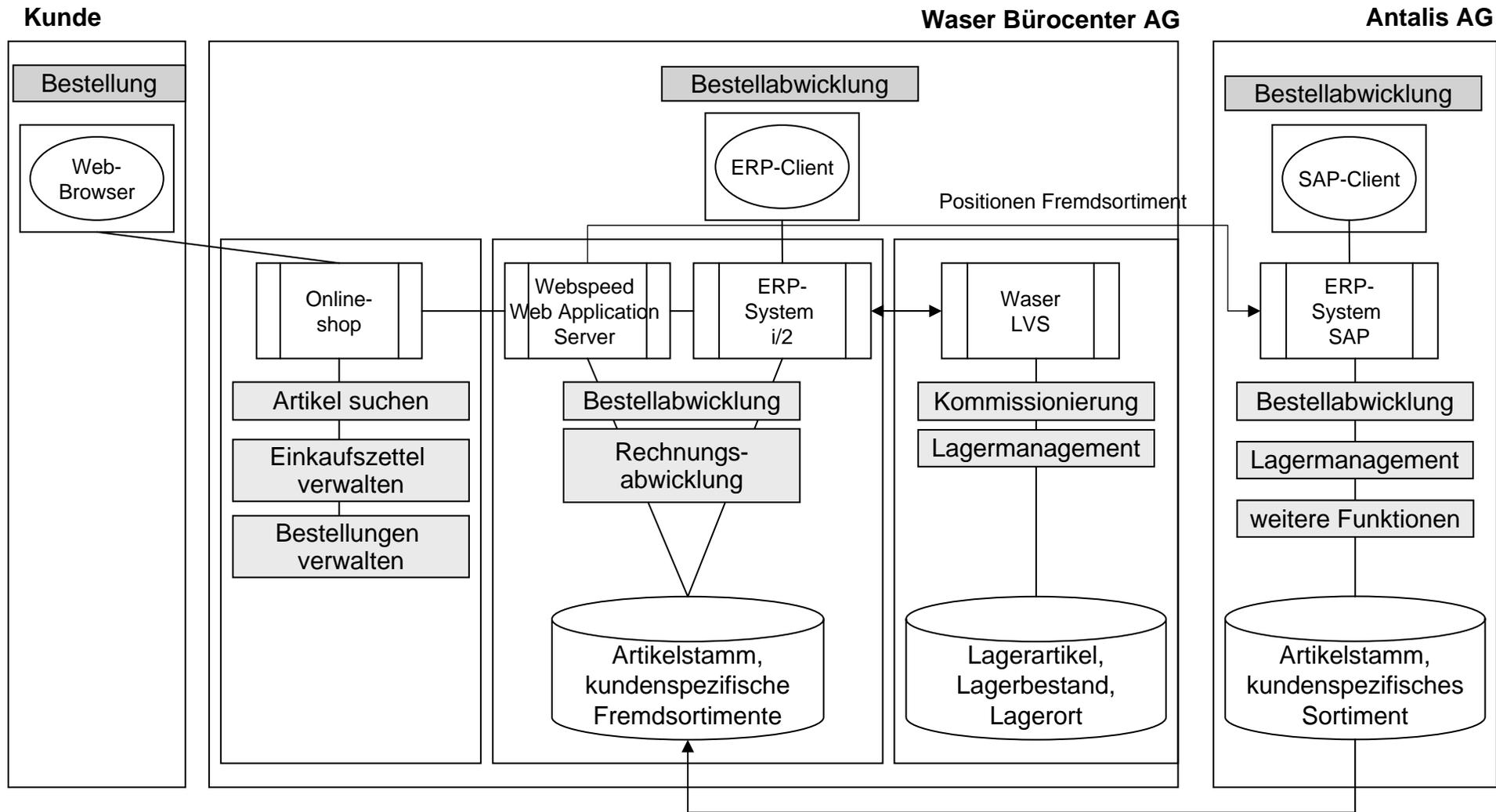
Prozess der Bestellabwicklung



- **Ad 1: Bestellung via Onlineshop**
 - Einkaufszettel
 - Synonym-Suche, Suchwörter
 - Verfügbarkeits- und Produktinformationen
 - Unterteilung in Kern- und Fremdsortiment(e)
- **Ad 2: Triage über Bestellpositionen**
 - Fremdsortiment-Bestellungen an Partner-Lieferant
 - Erzeugen Bestellauftrag für Wasser-Artikel
- **Ad 3: Kommissionierung der Wasser-Artikel**
- **Ad 4: Kommissionierung Artikel bei Antalis**



Technische Sicht auf den E-Shop



Erfahrungen



- **Mehr als 70 % der Kundenaufträge werden heute über den Waser E-Shop abgewickelt**
- **Ca. 30 % der Kunden bestellen «traditionell»**
 - **Gründe**
 - **Bedenken bezüglich Datenschutz**
 - **Bedenken bezüglich Datensicherheit**
 - **«Berührungängste»**
 - **Der E-Shop wird häufig als Onlinekatalog verwendet**
- **Regelmässige Release-Sitzungen sind notwendig**
 - **Prüfung kundenbezogener Anforderungen**
 - **Release-Planung mit Anbieter Polynorm AG**

Kritische Erfolgsfaktoren



- **Integration von Fremdsortimenten im ERP-System**
 - **Bewirtschaftung der Fremdsortimente**
 - **«Point-to-Point»-Schnittstellen zu (ERP-)Systemen der Partnerunternehmen**
 - **Komplexität der Schnittstellen-Wartung**
 - **Aufwand bei funktionalen Anpassungen**
- **Verfügbarkeit des E-Shops ist abhängig von Verfügbarkeit des ERP-System i/2**
- **Funktionale Änderungen müssen sowohl im i/2 als auch im E-Shop implementiert werden**
 - **Funktionen werden kundenspezifisch unterschiedlich genutzt**
 - **E-Shop muss Funktionen kundenspezifisch bereitstellen**

Fazit



- **Der E-Shop ist wichtig für die Umsetzung der Waser-Strategie**
- **Das Ziel einer verbesserten Kundenbindung wurde klar erreicht**
 - **Hoher Umsatz über den E-Shop, Vorteile werden offenbar erkannt**
 - **Zahlreiche Kunden nutzen ausschliesslich den E-Shop für die Abwicklung von C-Artikeln**
 - **Grosses Interesse an funktionalen Erweiterungen**
 - **Funktionen zur Konfiguration und Bestellung individueller Artikel**
 - **Retourenmanagement**
 - **Anlagenbezogene Ersatzteillisten**
- **Hohe Anforderungen an die Verfügbarkeit des E-Shops**
- **Anbindung von Partnern (Fremdsortimente) wird zunehmend aufwändiger**



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Gerne beantworten wir jetzt Ihre Fragen.

Eventsponsor



Themensponsoren



Sponsoren



Medienpartner

