

Sterling Commerce bringt Geschäftskundenshop von Best Buy auf Trab



Geschäftssitz:
Minneapolis, Minnesota (USA)

Branche:
Einzelhandel

Herausforderung:
Klein- und Mittelständler, Regierungsstellen sowie Bildungseinrichtungen sollten in den Genuss eines kundenorientierten und nahtlosen Einkaufserlebnisses kommen, egal ob diese über das Telefon, das Internet oder in den Filialen vor Ort mit Best Buy in Kontakt treten

Sterling Commerce Lösung
Sterling Multi-Channel Selling

Vorteile

- Personalisierter E-Business mit Self-Service-Funktionalität
- Kontrolle über Preisgestaltung und Promotion-Aktivitäten
- Automatisierte Bestellmanagement-, Tracking- und Abwicklungsfunktionalität für fehlerlose Abwicklung über Drittunternehmen



Best Buy

Das Unternehmen Best Buy / Best Buy for Business

Best Buy ist ein innovatives FORTUNE® 100 Unternehmen, das Unterhaltungselektronik, Home Office-Produkte, Unterhaltungssoftware, Haushaltsgeräte und zugehörige Dienstleistungen in mehr als 840 Filialen in den USA und Kanada vertreibt. Das Unternehmen ist der führende Einzelhändler für Unterhaltungselektronik in Nordamerika. Grundlage für den Erfolg bildet die konsequente Kundenorientierung sowie das stets aktuelle Produktsortiment. Darüber hinaus ist das Unternehmen stets bemüht, die Lieferkette, Kapitalzuteilungen und administrative Tätigkeiten zu optimieren.

Ausgangssituation

Um die Position im umkämpften Verbrauchermarkt weiter auszubauen, wurde das Unternehmen Best Buy for Business gegründet, das für das Geschäft mit klein- und mittelständischen Unternehmen aus Wirtschaft, öffentlicher Verwaltung und Bildung verantwortlich zeichnet. Ziel von Best Buy for Business ist es, Geschäftskunden das gleiche Einkaufserlebnis wie Kunden von Best Buy zu bieten – angereichert mit personalisierten Informationen, Produktangeboten und Diensten.

Herausforderung

Der amerikanische Handelsriese Best Buy hatte kürzlich sein Einzelhandelsmodell, den Onlineverkauf sowie die dahinter stehenden Systemtechnologien gründlich unter die Lupe genommen. Dabei stellten die Verantwortlichen fest, dass das Endkundenmodell nicht mehr ausreicht, um den Anforderungen von Geschäftskunden gerecht zu werden. Für erfolgreichen Geschäftskundenvertrieb benötigte das Unternehmen spezielle Lösungen, die sofort erfassen, wer der Kunde ist, um diesen im Anschluss ein personalisiertes und maßgeschneidertes Einkaufserlebnis bieten zu können.

Best Buy war demnach auf der Suche nach einer Lösung, die die Kataloge sämtlicher Zulieferer integriert und ständig aktualisiert. Zudem sollte die Anwendung in der Lage sein, alle Prozesse – sowohl auf Beschaffungs- als auch auf Abwicklungsseite – reibungslos auszuführen und individuell vereinbarte Rahmenverträge automatisch in der Preiskalkulation zu berücksichtigen. Darüber hinaus galt es, das Vertriebsteam, die Call Center sowie die Geschäftskundenberater der Filialen in den gesamten Verkaufsprozess zu integrieren. Alles in allem sollte die Lösung sicherstellen, dass Klein- und

„Sterling Commerce hat Best Buy dabei unterstützt, innerhalb kürzester Zeit ein Online-Pendant des neuen Verkaufskanals Best Buy for Business für klein- und mittelständische Unternehmen zu implementieren. Wir wollen unseren Marktanteil im Geschäftskundensegment weiter ausbauen und bieten weiterhin den bewährten Service, den auch die Kunden von Best Buy erwarten.“

Tom Frenchu, Director Best Buy for Business Best Bay Co., Inc.

Mittelständler, Regierungsstellen sowie Bildungseinrichtungen in den Genuss eines kundenorientierten und nahtlosen Einkaufserlebnisses kommen, egal ob diese über das Telefon, das Internet oder in den Filialen vor Ort mit Best Buy in Kontakt treten.

Auf der Suche nach dem geeigneten Anbieter prüfte Best Buy for Business fünf Technologieunternehmen auf Herz und Nieren. Letztendlich entschied sich das Unternehmen für Multi-Channel Selling von Sterling Commerce, da sich die umfangreiche Anwendungssuite in alle existierenden Systeme leicht integrieren lässt und nachweislich den Grad der Kundenzufriedenheit und den Unternehmenserfolg steigert.

Die Lösung

Sterling Multi-Channel Selling beinhaltet eine umfassende E-Business-Lösung ausgestattet mit Self-Service- sowie Bestell- und Betriebsfunktionalitäten, die ganz auf die Zielgruppe von Best Buy – Klein- und Mittelständlern, öffentliche

Verwaltung und Bildungseinrichtungen – zugeschnitten ist. Dank erweiterter Suchfunktionen können Kunden bestimmte Produkte gezielt über Schlagwörter, Preisspannen, Kategorien, Hersteller und Plattformen recherchieren. Besonders anschaulich: Um bestimmte Waren miteinander vergleichen zu können, lassen diese sich nebeneinander anordnen – dies gilt auch für Produkteigenschaften oder technische Spezifika. Die integrierte Preis Engine trägt dafür Sorge, dass Waren kundenspezifisch bepreist werden und berücksichtigt Gutscheine, Rabattaktionen und Geschenkkarten. Das Suchergebnis wird darüber hinaus durch weitere Artikelvorschläge wie Accessoires oder Garantien angereichert.

Um Lieferverzögerungen oder Engpässe zu vermeiden, erstellt die Anwendung eine Echtzeitübersicht zu den Lagerbeständen, auf die nicht nur Best Buy sondern auch alle Vertragslieferanten (Ingram Micro, Synnex, D&H und Tech Data) zugreifen können. Neben dem aktuellen Auftragsstatus liefert die Suite detaillierte Informationen, die weit über die Angaben „Rechnung“ oder „Lieferung“ hinausgehen. Befindet sich beispielsweise ein Auftrag im System „in Bearbeitung“, können die Mitarbeiter von Best Buy zusätzlich daraus ablesen, ob dieser quittiert oder teilweise berechnet wurde oder ob Lieferrückstände ganz oder teilweise abzarbeiten sind.

Für die Angestellten im Call Center liefert die Lösung wertvolle Informationen über spezifische Kundenrabatte und weitere Details, die während des Kundengesprächs auf dem Bildschirm angezeigt werden. Dies erhöht nicht nur die Kundenzufriedenheit, sondern auch die Chance auf eventuelle Zusatzverkäufe.

Vorteile und Nutzen für Best Buy

Mit Einsatz von Sterling Multi-Channel Selling hat Best Buy for Business den zusätzlichen Verkaufskanal in weniger als zwölf Monaten realisiert. Geschäftskunden können nun über die verschiedensten Absatzkanäle die Produkte des Handelsunternehmens beziehen und erhalten darüber hinaus personalisierten und maßgeschneiderten Service. Die Online-Plattform punktet durch die selbsterklärende Navigation und verbessertem Self-Service inklusive Preisgestaltung und Verkaufsfaktionen. Das Vertriebspersonal kann wiederum alle Parameter für Preisdefinition und Promotion-Aktivitäten kundenspezifisch einstellen und die täglich auflaufenden Vorgänge überprüfen. Dank der automatisierten Bestellmanagement-, Tracking- und Abwicklungsfunktionalität können Bestellungen auch über Drittunternehmen einfacher und bequemer bearbeitet werden.

Über Sterling Commerce

Sterling Commerce, ein Unternehmen von AT&T Inc. (NYSE:T), unterstützt ihre Kunden dabei, Business Communities, Geschäftsprozesse, Menschen und Technologien auf intelligente Weise miteinander zu verbinden und ermöglicht es ihnen somit, in der globalen Wirtschaft erfolgreich zu sein. Um die Wirtschaftlichkeit auch über die eigenen Wände hinaus zu steigern, vertrauen mehr als 30.000 Kunden weltweit – darunter 80 Prozent der FORTUNE® 500 Unternehmen – auf die Lösungen von Sterling Commerce für die Integration von Geschäftsprozessen sowie für Supply Chain Management. Der Hauptsitz von Sterling Commerce befindet sich in Columbus, Ohio. Zudem unterhält Sterling Commerce Niederlassungen in 19 Ländern und in vielen großen Städten rund um den Globus, in Zentraleuropa ist die Hauptniederlassung in Düsseldorf. Für mehr Informationen besuchen Sie uns im Internet unter www.sterlingcommerce.de.



Weitere Informationen

info_germany@stercomm.com

©2008, Sterling Commerce, Inc.

ALLE RECHTE VORBEHALTEN. Sterling Commerce und das Sterling Commerce-Logo sind Marken der Sterling Commerce Inc. Oder seiner angeschlossenen Unternehmen. Alle genannten Produkte sind Dienstleistungsmarken, Marken oder eingetragene Marken der jeweiligen Eigentümer. Gedruckt in der EU