

E2E Bridge im Einsatz bei **PKZ**

Multi-Channel E-Commerce-Integration

Die führende Schweizer Modehauskette hat mit der Scheer E2E AG eine zentrale Datendrehscheibe als Lösung realisiert, um die Umstellung ihrer Bestellverarbeitung zum 24x7 Echtzeitgeschäft zu bewältigen.

Herausforderung

- Verändertes Kaufverhalten der Konsumenten
- Vom Ladengeschäft zum Multi-Channel E-Commerce
- Umstellung von der Batch- zur Echtzeitverarbeitung

Lösung

- Anpassung des bestehenden ERPs an Echtzeitbetrieb
- Cloud-Dienste für CRM, Zahlung, Warenrückgabe, etc.
- Daten-, Service- und Prozessintegration via E2E

Vorteile

- Eine universelle Kommunikationsbasis
- Alle Verantwortlichen sind permanent involviert
- Einfaches Qualitätsmanagement für Verkaufsdaten

“ Mit der E2E Bridge haben wir die volle Kontrolle über jeden einzelnen Schritt bei der Restrukturierung unserer Vertriebsprozesse.

– Peter Temperli
CFO, PKZ Gruppe



Über die PKZ Gruppe

Die PKZ-Gruppe mit Sitz in Urdorf ist eine der führenden Einzelhandels- unternehmungen der Schweiz. Sie besteht aus den Modehausketten Burger, PKZ, Feldpausch, Blue Dog und Paul Kehl. Die Gruppe befindet sich bis heute in Familienbesitz, beschäftigt rund 700 Mitarbeiter und erwirtschaftete 2011 einen Umsatz von CHF 204 Millionen.

www.pkz.ch

PKZ

“ E2E bringt technische und nicht-technische Verantwortliche an einen Tisch. Damit wird eine geschäftsorientierte Prozessintegration ohne Missverständnisse gewährleistet.

– Peter Temperli
CFO, PKZ Gruppe

Herausforderung

PKZ setzte in der Vergangenheit auf ein klassisches Geschäftsmodell basierend auf einem eigenen, markenbezogenen Filialnetz. Der Umsatz wurde über Kassensysteme eingespield und das Geschäft mit einem individuell entwickelten ERP-System verwaltet, was Transaktionen einmal täglich im Batchverfahren verarbeitete. Die Internetpräsenz diente in erster Linie der Stützung der Marke.

Die Unternehmensleitung erkannte in der Neustrukturierung von Verkaufsprozessen rund um ein sich veränderndes Kaufverhalten der Konsumenten eine Chance, die Wachstumsstrategie weiter voranzutreiben. Deshalb wurde entschieden, einen modernen 7x24 Multi-Channel E-Commerce-Ansatz zu verfolgen, um Synergien zwischen Verkaufsfilialen, Online-Shop und dem Kundenbindungsprogramm im Sinne eines optimalen Einkaufserlebnis für die Konsumenten nutzen zu können. So sollten Kunden in Zukunft zum Beispiel online bestellen und die Ware in der Filiale abholen können. Im Online-Handel erworbene Produkte sollten in der Filiale retourniert werden können, inklusive eingesetzter Bonuspunkte.

Diese Transformation vom Batchbetrieb zum modernen Multi-Channel E-Commerce in Echtzeit war kein triviales Unterfangen. Substantielle Anpassungen waren bei den Geschäftsprozessen, bei der Organisation, und auch bei den unterstützenden Systemen notwendig. Gleichzeitig sollte die Modernisierungsinitiative das Tagesgeschäft nicht stören – ein scheinbarer Widerspruch.



Abb. 1: PKZ Kundentreueportal mit integriertem E-Shop

Lösung

Um diese Neuausrichtung zeitnah umsetzen zu können, entschied das Unternehmen, essentielle Systeminfrastruktur, wie zum Beispiel das bestehende ERP-System, nicht zu ersetzen, sondern lediglich für den Echtzeitbetrieb anzupassen. Geschäftliche Grundfunktionen sollten durch kosteneffiziente externe Cloud-Dienste ersetzt werden, wie zum Beispiel das neue CRM, Zahlungsabläufe, Kreditreferenzen oder die Warenrückgabe.

Der modellbasierte Ansatz der Scheer E2E AG spielte bei der Umsetzung dieser Initiative nicht nur die Rolle der zentralen Datendrehscheibe zur Verknüpfung der neuen Systeme an die bestehende ERP-Welt, sondern stellte auch die Kommunikationsbasis für alle Verantwortlichen aus Fach- und IT-Abteilung dar, um eine geschäftsorientierte Prozessintegration zu ermöglichen.

Mit derart vielen, potentiell riskanten Veränderungen im Visier wurden scheinbar schwierige Aufgabenstellungen auf technischer wie auch auf organisatorischer Ebene zu Beginn mit Hilfe eines wertschöpfenden Proof-of-Concepts geprüft. Als Beispielprozess diente das Qualitätsmanagement von Verkaufsdaten. Ziel dieses Prozesses war die Isolierung inkonsistenter Verkaufsinformationen zur manuellen Korrektur während der Umstellung der kassenbasierten Umsatzverarbeitung vom Batchbetrieb zum Online-Geschäft. Beim Proof-of-Concept wurden wesentliche Geschäftsfunktionen bis zur Produktionsreife umgesetzt, was lediglich drei Tage dauerte.

Der Proof-of-Concept bestätigte die technische und organisatorische Machbarkeit der Modernisierungsinitiative und legte den Grundstein für (1) die Einführung eines Kundenbindungsprogramms und dem damit verbundenen Cloud-basierten CRM, sowie (2) den Launch des neuen E-Shops, zwei kritische Meilensteine in der Unternehmensentwicklung, die mittlerweile erfolgreich abgeschlossen wurden.

Vorteile

- Reduzierung der Komplexität in Entwicklung und Betrieb durch Einsatz eines multifunktionalen Werkzeugs
- Universelle Kommunikationsbasis für Verkaufstransformation, alle Verantwortlichen sind permanent involviert
- Automatisierung und Integration manueller Abläufe ergibt einfaches, transparentes Qualitätsmanagement für Verkaufsdaten