



Herausforderung

Um wettbewerbsfähiger zu werden, wollte der Photovoltaik Großhändler Krannich Solar einerseits seinen Kunden zusätzliche Anreize bieten und andererseits den Zeitaufwand seiner Verkäufer für die Bearbeitung einfacher Aufträge reduzieren.

Umsetzung

Krannich Solar führte einen hochmodernen Online-Shop ein, über den Kunden aktuelle Preise und Lagerbestände in Echtzeit ansehen und Waren rund um die Uhr direkt bestellen können.

Vorteile:

30 %

aller Bestellungen erfolgen online, was 20 Prozent des Gesamtumsatzes ausmacht

Schnellere

Routineaufgaben ermöglichen den Mitarbeitern eine stärkere Konzentration auf komplexere Anfragen

30 % mehr

Kunden durch ein verbessertes Serviceangebot

Krannich Solar Erweiterung des Kundenstamms um 30 Prozent dank eines rund um die Uhr verfügbaren Self-Service-Portals

Krannich Solar ist ein führender Photovoltaik Großhändler in Europa. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Weil der Stadt/Hausen nahe Stuttgart, unterhält 24 Tochtergesellschaften in 15 Ländern und beschäftigt rund 300 Mitarbeiter.

„Das neue Webportal ist bei unseren Kunden sehr gut angekommen. Heute bestellen sie ihre Waren ganz bequem selbst – ohne Unterstützung des Vertriebspersonals.“

Anita Hartmeyer
Leiterin Marketing
Krannich Solar

Teilen



Ein stark spezialisiertes Marktumfeld bedienen

Das Unternehmen vertreibt Photovoltaik-Module, Wechselrichter, Installationssysteme, Leistungsoptimierer und Zubehör für Solaranlagen. Auch die Planung vollständiger Photovoltaik-Anlagen gehört zum Angebot. Tausenden von Solaranlagen-Installationsfirmen steht ein riesiger Produktkatalog zur Verfügung.

Ulrike Wiest, Leiterin E-Commerce bei Krannich Solar, erläutert: „Bislang mussten unsere Kunden neue Produkte per Telefon bestellen oder eine Bestellanfrage im bestehenden Online-Shop abgeben. Anschließend mussten Mitarbeiter manuell die Bestände prüfen und die individuellen Konditionen und Rabattsätze ermitteln, bevor die Anfrage beantwortet werden konnte. Dieses zeitraubende Verfahren führte immer wieder zu Verzögerungen bei der Angebotserstellung – vor allem dann, wenn das Vertriebspersonal besonders viel zu tun hatte.“

Krannich Solar erkannte, dass die vorhandenen Bestellprozesse für Kunden und Mitarbeiter sehr umständlich und für die Gewinnung neuer Kunden hinderlich waren.



Durch eine Optimierung der Online-Präsenz ließe sich das Angebot für Kunden deutlich verbessern und der Arbeitsaufwand des Vertriebsteams bei der Annahme einfacher Bestellungen spürbar reduzieren. Deshalb beauftragte Krannich Solar den IBM Business Partner novomind mit der Suche nach einer neuen Lösung.

„Um gegen andere Großhändler bestehen zu können, müssen wir einen herausragenden Kundenservice bieten – und genau das tun wir jetzt mithilfe von WebSphere Commerce.“

Anita Hartmeyer, Leiterin Marketing, Krannich Solar

Deutliche Stärkung der Online-Präsenz

In Zusammenarbeit mit novomind führte Krannich Solar unter Verwendung von IBM® WebSphere® Commerce Software einen hochmodernen Online-Shop ein. Im neuen Webportal können die Kunden nun nach Belieben aus 1.300 Produkten wählen.

Anita Hartmeyer, Leiterin Marketing bei Krannich Solar, erklärt: „Unser Partner novomind hat sich unsere Anforderungen ganz genau angehört und uns bei der raschen und reibungslosen Implementierung des Webportals hervorragend unterstützt. Die WebSphere Commerce Lösung bietet umfassende Funktionalität, Datenzugriff in Echtzeit sowie einzigartige Performance – das ist die ideale Kombination für unsere Anforderungen.“

Das Webportal integriert Informationen über Kunden und Produkte aus dem ERP-System, dem Logistiksystem und den IBM DB2® Datenbanken von Krannich Solar. Dank dieser Integration kann das Unternehmen Kunden ganz individuelle Versionen des Online-Shops anbieten. Die angezeigten Preise beinhalten automatisch alle gültigen Rabatte für den jeweiligen Kunden.

Kunden können die Bestände sämtlicher Produkte in Echtzeit einsehen und unter alternativen Lieferterminen auswählen. Auch die Abholung in einer lokalen Niederlassung ist möglich. Dazu ist keine Unterstützung durch Mitarbeiter von Krannich Solar erforderlich. Außerdem lässt sich auf dem Webportal der Status von Warenlieferungen verfolgen und die Bestellhistorie anzeigen.

Zur Einführung des Webportals bot Krannich Solar spezielle Rabatte an, die ausschließlich im Online-Shop gültig waren, um die Bestandskunden zur Nutzung der neuen Plattform zu animieren.

Anita Hartmeyer berichtet: „Viele unserer langjährigen Kunden, die sich an die Bestellung per Telefon gewöhnt hatten, waren anfangs skeptisch, ob sie den gleichen Service auch online erhalten würden. Aber die beeindruckende Performance und hohe Anwenderfreundlichkeit des Webportals haben auch diese Kunden überzeugt. So konnten wir den Anteil der Online-Shop-Nutzer in den ersten zwei Jahren nach Einführung des Service-Portals nahezu vervierfachen.“

Nach erfolgreicher Einführung auf dem deutschen Markt erweiterte Krannich Solar das Webportal um zusätzliche Sprachen und machte es auch in anderen Ländern verfügbar.



Nun können auch internationale Kunden das Angebot ganz einfach nutzen – der vorherige Online-Shop war im Vergleich dazu ausschließlich in deutscher Sprache verfügbar. Heute erfolgen 30 Prozent der Käufe mit einem Umsatzanteil von 20 Prozent online.

„Wir gehen davon aus, dass wir dank unserer verbesserten Online-Präsenz Marktanteile hinzugewinnen können, besonders auch durch die Expansion in weitere Länder.“

Anita Hartmeyer, Leiterin Marketing, Krannich Solar

Zusätzliche Vorteile für Kunden stehen im Mittelpunkt

Mit der Umsetzung seines hochmodernen Service-Portals konnte Krannich Solar noch weitere wichtige Vorteile schaffen, um neue Kunden zu gewinnen.

Ulrike Wiest erläutert: „Früher mussten unsere Kunden zur Aufgabe ihrer Bestellungen während unserer Geschäftszeiten anrufen. Heute können sie über die Online-Service-Plattform viele Produkte rund um die Uhr bestellen. Dies ist ein großer Vorteil – vor allem für kleinere Kunden, die nur ein oder zwei Mitarbeiter haben und den Großteil ihrer Zeit mit Installationsarbeiten beim Kunden verbringen.“

Da die Kunden von Krannich Solar die für sie gültigen Produktpreise nun unmittelbar einsehen können und nicht mehr auf ein Angebot ihres Vertriebsmitarbeiters warten müssen, sind sie in der Lage, ihren eigenen Kunden deutlich schneller die richtigen Preise zu nennen. So erzielen sie Abschlüsse häufig eher als ihre Konkurrenz. Und während die Kunden online ihre Aufträge zusammenstellen, können sie auch gleich auf insgesamt 1.500 technische Dokumente wie Produktspezifikationen, Garantiebedingungen und Installationsanweisungen zugreifen. Separate Anfragen sind dafür nicht mehr erforderlich.

So können die Photovoltaikinstallateure das gesamte Angebot an ihre Kunden ohne Hilfe von Vertriebsmitarbeitern online kalkulieren.

Außerdem belohnt Krannich Solar die Kunden, die das gesamte Bestellverfahren online abschließen, mit zusätzlichen Rabatten. Dadurch gewinnt diese Kaufmethode noch stärker an Attraktivität.

Seitdem die hochqualifizierten Vertriebs-spezialisten von Krannich Solar einfache Bestellungen viel seltener per Telefon annehmen müssen, können sie sich auf Kunden mit komplexeren Anfragen konzentrieren – und so die Kundenbetreuung verbessern.

Anita Hartmeyer fügt hinzu: „Um gegen andere Großhändler bestehen zu können, müssen wir einen herausragenden Kundenservice bieten – und genau das tun wir jetzt mithilfe von WebSphere Commerce. In den letzten zwei Jahren ist es uns gelungen, unseren Kundenstamm um 30 Prozent zu vergrößern. Wir glauben, dass unser umfassendes Online-Angebot ein sehr wichtiger Faktor für diesen Erfolg war.“



„Wir gehen davon aus, dass wir dank unserer verbesserten Online-Präsenz Marktanteile hinzugewinnen können, besonders auch durch die Expansion in weitere Länder.“

Lösungskomponenten

- IBM® DB2®
- IBM WebSphere® Commerce

Weitere Informationen

Der IT-Dienstleister novomind AG hat sich auf E-Commerce-Lösungen spezialisiert und bietet seinen Kunden umfassende Beratungs- und Implementierungsservices, um die erfolgreiche Einführung von Multi-Channel-Lösungen zu unterstützen. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Hamburg und beschäftigt mehr als 190 Mitarbeiter. Wenn Sie mehr über die Produkte und Dienstleistungen von novomind erfahren möchten, besuchen Sie: www.novomind.com

Wenn Sie mehr über IBM WebSphere Commerce erfahren möchten, wenden Sie sich an Ihren IBM Ansprechpartner, IBM Business Partner oder besuchen Sie uns unter: ibm.com/software/products/de/category/commerce

In Kontakt bleiben



© Copyright IBM Corporation 2016, IBM Corporation, 1 New Orchard Road, Armonk, NY 10504 U.S.A. Produced in the United States of America, August 2016.

IBM, the IBM logo, ibm.com, DB2, and WebSphere are trademarks of International Business Machines Corp., registered in many jurisdictions worldwide. Other product and service names might be trademarks of IBM or other companies. A current list of IBM trademarks is available on the Web at "Copyright and trademark information" at ibm.com/legal/us/en/copytrade.shtml.

This document is current as of the initial date of publication and may be changed by IBM at any time. Not all offerings are available in every country in which IBM operates. The performance data and client examples cited are presented for illustrative purposes only. Actual performance results may vary depending on specific configurations and operating conditions. THE INFORMATION IN THIS DOCUMENT IS PROVIDED "AS IS" WITHOUT ANY WARRANTY, EXPRESS OR IMPLIED, INCLUDING WITHOUT ANY WARRANTIES OF MERCHANTABILITY, FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE AND ANY WARRANTY OR CONDITION OF NON-INFRINGEMENT. IBM products are warranted according to the terms and conditions of the agreements under which they are provided.