

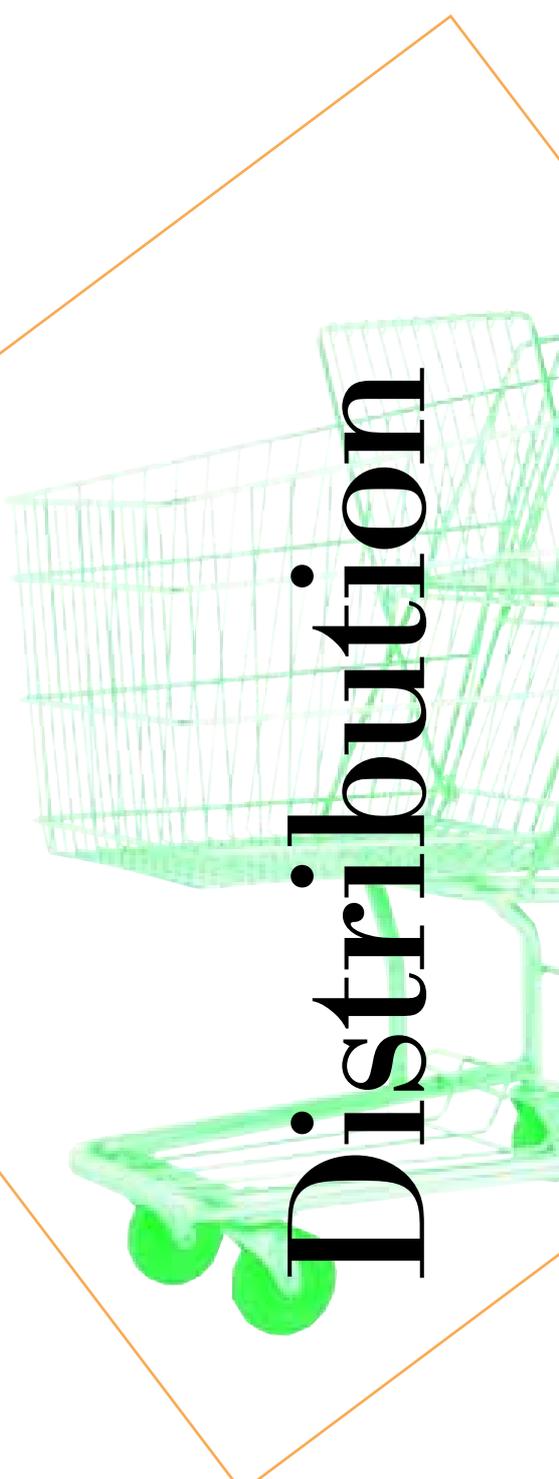
eNetwork Software-Lösung für die Host-Integration

*“Wir haben Kunden verloren, und unsere Umsätze sind geschrumpft, bis wir angefangen haben, Daten über gemeinsame Kunden mit anderen Supermärkten auszutauschen. Kundentreue, durchschnittliche Einkaufsmenge und Lagerumschlag haben sich drastisch verbessert.” **

– Geschäftsführer eines Einzelhandelsunternehmens

Eine große, etablierte Discount-Kette hat an einen stark expandierenden Mitbewerber, der neuere Geschäfte und moderne Informationssysteme hat, zusehends Kunden und Umsatz verloren. Zur Umsatzsteigerung hat der Einzelhändler verschiedene Werbemaßnahmen wie Zeitungsanzeigen und Sonderangebote ausprobiert. Diese Maßnahmen erreichen einen breiten Kundenstamm, aber Untersuchungen zeigen, daß Kunden kaum auf die Werbung ansprechen und sie nicht zur Kundentreue beiträgt. Zwar werden bestimmte Artikel im Geschäft gekauft, aber Stammkunden werden nicht gewonnen.

Der Geschäftsführer des Discount-Geschäfts sucht nach einer Lösung, um die Kundentreue zu verbessern und den Marktanteil zu erhöhen. “Wenn möglich, möchte ich die üblichen drastischen Methoden vermeiden – Kündigungen, Schließungen oder Bankrott -, um das Betriebsergebnis zu verbessern”, erklärte der Geschäftsführer der Einzelhandelskette bei einer Vorstandssitzung, die kürzlich statt fand. “Um in der Branche wettbewerbsfähiger zu werden und den Umsatz zu steigern, müssen wir kreativ sein.”



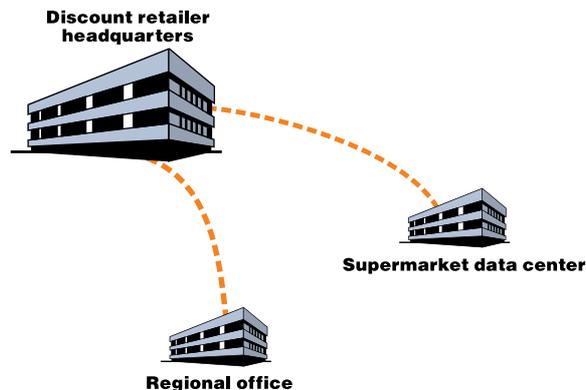
Distribution

“Bei dieser Partnerschaft haben alle einen Vorteil. Durch die Zusammenarbeit mit dem Discount-Geschäft konnten wir unsere Werbeausgaben pro Kampagne senken und dadurch mehr Kampagnen durchführen. Durch die höheren Einnahmen können wir mehr in das Geschäft investieren, wovon das gesamte Einkaufszentrum profitiert.”

– Marketing-Leiter des Supermarkts

Geschäftslösung

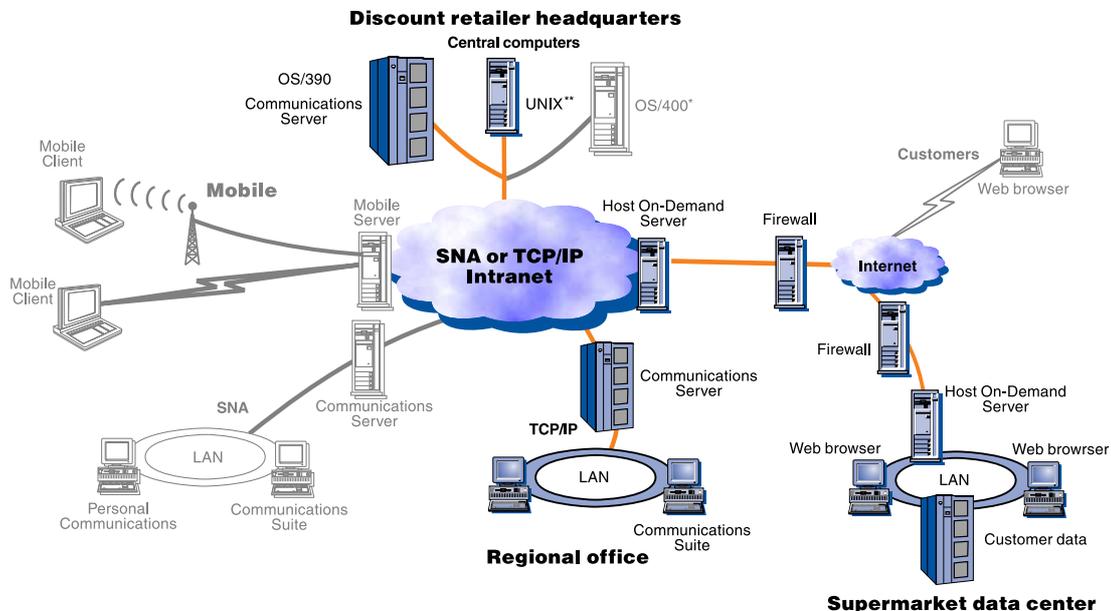
Nach ausgiebigen Untersuchungen entschied sich der Geschäftsführer für ein Joint Venture mit regionalen Supermarktketten. Die Discount-Kette bietet bei Lebensmitteln ein eingeschränktes Sortiment an und hat in denselben Einkaufszentren Niederlassungen wie der Supermarkt. Einzelhändler und Supermarkt können gemeinsam auf Daten ihrer Stammkunden zugreifen, um Werbemaßnahmen gezielter durchzuführen. Der Geschäftsführer vertrat die Meinung: “Wir können unseren Umsatz und die Gewinnmarge verbessern, wenn wir wertvolle Marktinformationen, wie z. B. beliebte Marken und regelmäßig gekaufte Produkte, erfassen und sie mit unseren Supermarktpartnern teilen. Wertvolle Informationen über Trends und Kundenvorlieben sind bei uns bisher unbeachtet geblieben.”



Der Discounter und der Supermarkt werden anhand von Marketing-Maßnahmen – Kundenkarten, Plakate und Gutscheine – darauf hinwirken, daß Kunden in beiden Geschäften einkaufen. Wenn ein Kunde z. B. das Discount-Geschäft besucht, befindet sich auf der Rückseite des Kassenbons ein Gutschein für den Supermarkt. Der Supermarktkunde erhält auch Gutscheine für das Discount-Geschäft.

Die Supermarktkette gibt Kundenkarten aus, mit denen Kunden bestimmte Artikel günstiger kaufen können. Wenn die Karte an der Kasse eingelesen wird, werden Daten über das Kaufverhalten von Kunden in einem Zentralcomputer gespeichert. Das Discount-Geschäft hat die Funktionen seiner Karte entsprechend angepaßt, so daß eine Karte in beiden Geschäften verwendet werden kann. Der Geschäftsführer des Discount-Geschäfts: “Wir stellten fest, daß unsere Werbemaßnahmen Kunden aus der ganzen Stadt anzogen, die nur Sonderangebote kauften, aber keine weiteren Artikel. Mit dieser Information über unsere gemeinsamen Kunden und ihr Kaufverhalten konnten wir die Kundentreue verbessern, die durchschnittliche Einkaufsmenge vergrößern und den Lagerbestand schneller umschlagen.”

Die Discount-Kette führte die Kundenkarte zuerst in einem Geschäft im Südosten im Rahmen einer Umgestaltung ein. Die Supermarktkette war zunächst skeptisch, ihre Kundendaten zur Verfügung zu stellen. Nach wenigen Monaten Testphase dehnte der Supermarkt das Projekt auf Geschäfte in anderen Regionen aus, weil er sicher war, daß die Läden bestimmte Informationen freigeben konnten, ohne die Sicherheit zu gefährden. Der Marketing-Leiter des Supermarkts erklärte: “Bei dieser Partnerschaft haben alle einen Vorteil. Durch die Zusammenarbeit mit dem Discount-Geschäft konnten wir unsere Werbeausgaben pro Kampagne senken und dadurch mehr Kampagnen durchführen. Durch die höheren Einnahmen können wir mehr in das Geschäft investieren, wovon das gesamte Einkaufszentrum profitiert. Wir haben bereits weitere Verbesserungen mit den Eigentümern des Einkaufszentrums erörtert.”



Netzwerk mit der eNetwork Software-Lösung für die Host-Integration. Die IT-Lösung für diesen Discount-Händler wurde obenstehend besonders gekennzeichnet.

Kundenumgebung

Zum Netzwerk des Discount-Händlers gehören:

- Rechenzentrum in der Zentrale mit Transaktionssystemen, Datenbankanwendungen und Web-Seiten auf OS/390*- und Windows** NT**-Servern
- SNA und TCP/IP. Finanz- und Betriebsanwendungen verwenden unterschiedliche Protokolle. Der IT-Leiter möchte vollständig auf ein TCP/IP-Netzwerk umsteigen, hat aber kein zusätzliches Budget, um Anwendungen umzuschreiben.

Zum Netzwerk des Supermarkts gehören ein Rechenzentrum mit Datenbankanwendungen und Web-Seiten auf OS/390-Servern.

IT-Lösung

IBM kann eine umfassende Lösung anbieten, die sicher und zuverlässig ist und die Netzwerkanforderungen von Discount-Händler und Supermarkt erfüllt:

- Installation von eNetwork* Host On-Demand und IBM Firewalls, wo die Geschäftspartner (Rechenzentrum von Discounter und Supermarkt) eine Verbindung zum Internet herstellen. Jeder Partner kann dann mit einem Web-Browser auf die Informationen über Kundenkarten und Kaufgewohnheiten von Kunden zugreifen. Durch die Firewalls entsteht ein virtuelles privates Netzwerk über das Internet, das Sicherheit in beide Richtungen gewährleistet.
- Installation von eNetwork Communications Suite für eine vollständige 3270-Emulation, Web-Browsing und TCP/IP-Unterstützung auf den PCs beim Discounter.
- Installation von eNetwork Communications Server in der Zentrale und den regionalen Zweigstellen der Discount-Kette für eine komplette Netzwerkintegration. So kann der IT-Leiter ein End-to-End-TCP/IP-Netzwerk betreiben, ohne SNA-Anwendungen zu ändern.

Wichtige Vorteile

Mit der eNetwork Software-Lösung für die Host-Integration ist der Discounter zu folgendem in der Lage:

- Zusammenarbeit mit benachbarten Geschäften für den gemeinsamen Zugriff auf Kundendaten und Gewinnen von mehr Stammkunden
- Schneller Lagerumschlag, indem Artikel gelagert werden, die die Zielkundschaft zum gewünschten Preis kaufen will
- Senkung der Ausgaben durch Konsolidierung von SNA- und TCP/IP-Netzwerken.

eNetwork Software-Lösung für die Host-Integration

Neue Geschäfte entstehen heute dadurch, daß Informationen verbessert und bisher übersehene Daten genutzt werden. In der Vergangenheit reichte es aus, das beste Produkt anzubieten, um wettbewerbsfähig zu sein. Aber in der heutigen Zeit des Business Computing kommt der Kunde nicht mehr automatisch zu denen, die Besseres oder Schnelleres anbieten. Heute muß der Weg zu Kunden und Geschäftspartnern besser ausgebaut werden.

Computing-Systeme in Unternehmen enthalten wertvolle geschäftliche Informationen. Diese Informationen zu nutzen, ist ein wesentlicher Faktor, um auf dem globalen Markt zu bestehen. Kundenreaktionen, Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten, Kostenüberwachung und Erschließen neuer Märkte – all dies hängt davon ab, ob ein Unternehmen auf wichtige Daten zugreifen kann. Um dabei zu sein, muß schneller und reibungsloser Zugriff auf zentrale Daten-Repositories gewährleistet sein. Browser-Zugriff auf den Host ist nur ein Schritt zur Integration des Business Computing in Intranets, Extranets und das Internet, wodurch Sie Qualitätsprodukte schneller auf den Markt bringen können als die Mitbewerber.

Die eNetwork Software-Lösung für die Host-Integration (Host-Integrationslösung) ist:

- **Sicher.** Die Host-Integrationslösung bietet Benutzern sicheren Intranet- und Extranet-Zugriff auf unternehmenswichtige Geschäftssysteme – unabhängig von Plattform und Netzwerkumgebung. Auch mobilen Mitarbeitern kann der gleiche sichere, zuverlässige Zugriff auf Geschäftsanwendungen eingeräumt werden.
- **Wettbewerbsfähig.** Die Host-Integrationslösung macht Sie für das eBusiness bereit. Sie können neue Kunden, Geschäftspartner und Geschäftsdaten problemlos ohne Implementierungssorgen einbinden, während Ihr Geschäftsvolumen wächst. IBM bietet eine umfassende Lösung für die Host-Integration an, dazu noch ein breites Dienstleistungsangebot für Design, Planung und Durchführung – ja, die grundlegende Änderung – Ihres Geschäfts.
- **Flexibel.** Mit der Host-Integrationslösung erreichen Sie Ihre Kunden und Geschäftspartner, unabhängig davon, wo sie sich befinden und welche Netzwerkanschlüsse sie benötigen. Eine Änderung der Anforderungen verzögert das Angebot von Produkten und Dienstleistungen nicht und wirkt sich auch nicht auf die Produktivität und Gewinne aus.
- **Wirtschaftlich.** Mit der Host-Integrationslösung können Sie weiterhin die bestehende IT-Technologie nutzen und zusätzlich Browser-Zugriff einrichten, so daß Ihr Unternehmen Ihren Plänen entsprechend wächst. Auf der Basis der vorhandenen Infrastruktur können Sie ein äußerst skalierbares und zuverlässiges Netzwerk für Ihre künftigen Bedürfnisse aufbauen.
- **Einfach.** Die Host-Integrationslösung ist sehr einfach. Mit Sonderangeboten von IBM können Sie die Betriebskosten leicht und schnell ermitteln, und Bewertung, Konfiguration, Lizenzverwaltung und Preisbeurteilung werden vereinfacht. Der Preis für eine Gesamtlösung richtet sich nach der Anzahl der Benutzer.

Weitere Informationen

Erkundigen Sie sich weiter über die Host-Integrationslösung. Besuchen Sie die eNetwork Software-Web-Site, bestellen Sie ein Evaluation-Kit, und testen Sie unsere Lösung. Oder wenden Sie sich an Ihren IBM Ansprechpartner oder IBM Business Partner:

<http://www.software.ibm.com/ncs/>



IBM Eurocoordination

Tour Descartes
F-92066 Paris La Defense Cedex
France

Die IBM Homepage ist zu finden im Internet unter www.ibm.com

IBM ist ein eingetragenes Warenzeichen der International Business Machines Corporation.

* OS/400, eNetwork und OS/390 sind in gewissen Ländern Marken der International Business Machines Corporation.

** UNIX ist eine eingetragene Marke und wird ausschließlich von der X/Open Company Limited lizenziert.

Windows ist eine Marke der Microsoft Corporation.

Andere Namen von Unternehmen, Produkten oder Dienstleistungen können Marken anderer Unternehmen sein.

Verweise in dieser Publikation auf IBM Produkte, Programme oder Service bedeuten nicht, daß IBM beabsichtigt diese in allen Ländern, in denen IBM geschäftlich tätig ist, verfügbar zu machen. Ein Verweis auf IBM Produkte, Programme oder Service bedeutet nicht, daß nur ein IBM Produkt, Programm oder Service verwendet wird. Jedes funktional äquivalente Produkt, Programm oder Service kann statt dessen eingesetzt werden.

IBM Hardware Produkte werden aus neuen oder neuen und gebrauchten Teilen hergestellt. In manchen Fällen ist es möglich, daß das Hardware Produkt nicht neu oder bereits installiert worden ist. Unabhängig davon gelten die IBM Garantie Bedingungen.

Diese Publikation dient nur der allgemeinen Orientierung.

Gedruckt in Großbritannien von Greens Printing Services Limited.

© International Business Machines Corporation 1998.

02/98