



Whitepaper

Digitaler Vertrieb der Zukunft

Innovationen für den Digitalen Vertrieb

Digitaler Vertrieb ist weit mehr als die bloße Nutzung von Onlinekanälen zur Bereitstellung von Waren. Lange schon ist bekannt, dass Kunden im Onlinehandel neben automatisierten Prozessen auch eine individuelle Ansprache und Beratung, eine schnelle Abwicklung der Bestellung und viele weitere Services erwarten. Für uns von ITscope führt der Weg zukünftig weg von Warenbereitstellung und Verkauf hin zu Managed Service- und Asset Management-Lösungen. Wir zeigen Ihnen in diesem Whitepaper, welche Herausforderungen Sie dabei beachten müssen und mit welchen Innovationen Sie Digitalen Vertrieb erfolgreich in Ihrem Unternehmen einsetzen.

Sieben Innovationen des Digitalen Vertriebs - jetzt und in Zukunft



01 Beratung

Auf den ersten Blick bietet der digitale Vertriebskanal erst einmal wenig Potenzial, wenn es um eine persönliche, kundenindividuelle Beratung geht. Vielmehr unterscheidet sich der anonyme Onlinehandel unter diesem Gesichtspunkt kaum vom Wühltisch beim Discounter - ganz nach dem Motto: "Suchen Sie sich doch selbst aus, was Sie brauchen."

Individuelle Beratung für jeden Kunden? Erst einmal Fehlangeige.

Für Systemhäuser ist jedoch genau dieser Beratungsservice das Kerngeschäft und darf im Digitalen Vertrieb der Zukunft keinesfalls untergehen. Auch online sollen Kunden bei der Auswahl von Produkten und Services bestmöglich unterstützt und beraten werden. Denn wer optimal berät, sorgt gleichzeitig auch für mehr Umsatz.

Individualisierung

Hinsichtlich der Gestaltung individueller Einkaufsumgebungen gibt es im eCommerce verschiedene Möglichkeiten. So können beispielsweise Sortimente gezielt für einzelne Kunden angelegt werden. Die Individualisierung geht dabei Hand in Hand mit einer individuellen Beratung: Digitale Assistenz kombiniert mit der Beratung durch "echte" Menschen gehen online nahtlos ineinander über und ergänzen sich optimal.

Kundenbindung

Die Digitalisierung des Vertriebs bedeutet vor allem für die Kunden von Systemhäusern wichtige Vorteile. Und wer seinen Kunden einen echten Mehrwert bietet, profitiert langfristig von einer stärkeren Kundenbindung. Der Kunde wird gläsern: Nicht nur tatsächliche Käufe und Verträge ergeben das Bild des Kunden, sondern auch sämtliche vorvertragliche Nutzungsdaten. Wiederkehrende Vertriebsprozesse können (teil-)automatisiert werden und sorgen für Mehrwerte auf beiden Seiten. Durch die Bindung an einfach nutzbare, praktische Portale mit zusätzlichem Nutzen ergibt sich eine langfristige Abhängigkeit des Kunden sowie eine höhere Marge bei den Produktpreisen, die angesichts der Servicemächtigkeit gerne in Kauf genommen werden.



Bequemlichkeit

eCommerce soll nicht komplex sein, sondern die Beschaffung wird für den Kunden so einfach wie möglich gemacht. Bequemlichkeit und Zeitersparnis sind dabei die Leitmotive. Die bisher mühsame IT Beschaffung verwandelt sich in Mehrwerte beim Kunden: Bequemer und schneller Einkauf ohne Reibungsverluste mit Abwicklung auf einer zentralen Plattform.

02 XaaS: “Anything as a Service”

Die Zukunft des Systemhauses ist hybrid oder im Managed Service-Bereich. Reine Hardwarehändler wird es nicht mehr geben - so unsere These.

Bei den Geschäftsmodellen der Zukunft handelt es sich um Laufzeitobjekte, die einer Vertragsdauer, einem Zahlungsrhythmus und entsprechenden Fristen für Kündigungen und Verlängerungen unterliegen. Dazu zählen beispielsweise

- Service-, Rahmen- oder Laufzeitverträge
- Software as a Service
- Managed Services
- Leasingmodelle
- Garantievereinbarungen und Versicherungen
- Cloud Infrastrukturen wie Microsoft Azure, Amazon AWS oder private Cloud Angebote der Systemhäuser

So kann selbst der Kauf physischer Hardware als Laufzeitobjekt dargestellt werden. Dazu ein Beispiel: Ein Notebook wird über drei Jahre abgeschrieben. Danach gibt es entweder die Option, neue Hardware zu beschaffen oder den Wartungsservice zu verlängern.

Wir von ITscope setzen uns das Ziel, alle diese Geschäftsmodelle vollständig auf einer digitalen Vertriebsplattform abzubilden. In der Praxis bedeutet das, dass alle Modelle auf der ITscope-Plattform angelegt, mit Inhalten befüllt, komfortabel angeboten (z.B. durch generelle Vergleichbarkeit auf Basis monatlicher Kosten) und vertrieben werden können. Außerdem werden sie im After Sales entsprechend betreut und bieten einen Mehrwert sowohl für das Systemhaus als auch für den Kunden.

03 IT Asset Visualisierung

Viele Systemhäuser (und auch deren Kunden) haben große Schwierigkeiten, as-a-Service-Produkte und -Verträge zu überblicken und zu verwalten - das gilt auch für Hardware.

Es fehlen Lösungen, die die Verwaltung der bestehenden IT Assets und die Übersicht über Laufzeitverträge erleichtern. IT Asset Management-Systeme sind auf die extrem aufwändige und detaillierte Anlage sowie Pflege von Hardwareverzeichnissen ausgelegt und daher keine Option. Zusätzlich sind Abrechnungsprozesse für Systemhäuser teils schwierig durchführbar und kaum nachvollziehbar.

Asset Management Light als Lösung

Unser Ziel ist es, B2B Kunden eine einfach handhabbare Übersicht ihrer IT zu bieten. Produkte und Laufzeitverträge werden sinnvoll gebündelt und können Personen, Abteilungen, Räumen und Niederlassungen des Unternehmens zugeordnet werden. Jeder Kauf wird automatisch abgebildet, die entsprechende Zuordnung erfolgt direkt beim Kauf oder bei der Bedarfsanforderung.

Auch dazu ein Beispiel: Im Marketing-Team fängt ein neuer Mitarbeiter an. Der B2B Einkäufer muss nicht alles umständlich zusammensuchen, sondern kann den neuen Mitarbeiter im System anlegen und die benötigte Hardware, Software sowie Services (z.B. Managed Backup oder Telefonie) erwerben.

04 Kommunikation: live, anytime & anywhere

Im Digitalen Vertrieb kann Beratung ohne Probleme online stattfinden. Sowohl Chat und E-Mail, als auch Telefonie via PC-Audio und Video stehen dabei zur Auswahl und werden nahtlos in unsere Plattformen eingebaut.



Anytime & anywhere Kommunikation setzt eine deviceunabhängige Nutzbarkeit unserer Plattform voraus. Dafür bietet ITscope bereits eine Webplattform, die Mobile Device-Unterstützung ist außerdem in Planung. Auch erfordert Digitaler Vertrieb ein deviceübergreifendes Kommunikations- und Benachrichtigungswesen, das allen Beteiligten jederzeit und überall den Zugriff auf aktuelle Echtzeitdaten und alle laufenden Einkaufs- und Vertriebsvorgänge ermöglicht. Auch diese Verbesserung wird realisiert, um dadurch für noch mehr Transparenz und Bequemlichkeit zu sorgen.

05 Data Driven Sales

Erfolgreicher Vertrieb auf digitalen Plattformen schließt unserer Ansicht nach datengetriebene Verkaufsprozesse zwingend ein bzw. setzt diese voraus. Klassisches Cross Selling und Auswertungen, wie beispielsweise die Analyse von Klickzahlen, sind dabei nur ein kleiner Bruchteil der Möglichkeiten, die Data Driven Sales eröffnet.

Aus den Daten beispielsweise, die durch IT Asset Visualisierung (siehe Abschnitt 3) gewonnen werden, können für Einkäufer und Verkäufer wertvolle Insights generiert werden, wie beispielsweise

- ✓ Welche Produkte können durch bessere oder neuere ersetzt werden?
- ✓ Welche Produkte oder Services wurden in ähnlichen Szenarien genutzt?
- ✓ Welche Services laufen wann aus und können verlängert werden?

06 Integration von Einkaufsprozessen

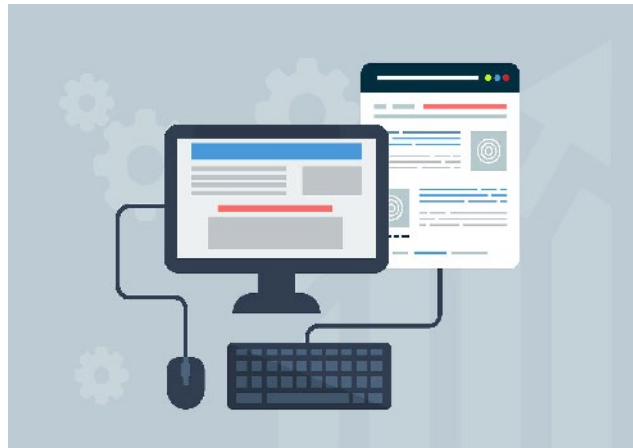
Anfrage- und Angebotsprozesse zwischen Vertrieb, Einkauf und Hersteller sind häufig zäh, langsam und voller Medienbrüche. Die sinnvolle Konsequenz ist also, alle Lieferanteninformationen in einem System zu bündeln, Abstimmungs- und Kommunikationsprozesse dadurch stark zu reduzieren und sowohl die Sourcing Entscheidung als auch die Bestellabwicklung zu automatisieren.

Denn dem integrierten Vertrieb gehört die Zukunft. Das bedeutet: Der Vertrieb kann eigenständig agieren, ohne Einkaufspreise oder Angebote vom Vorlieferanten zu erfragen, da alle Informationen 'aus dem Einkauf' auch für den Vertrieb verfügbar sind.

07 Überwinden der Systemgräben

Digitaler Vertrieb erschließt sich nicht in einer Insellösung. Vielmehr treffen IT Systeme auf verschiedenen Ebenen des Channels mit unterschiedlichem Digitalisierungsgrad aufeinander.

Im Gegensatz zur Automobilbranche beispielsweise, wo verbindliche Standards entlang der Zulieferkette vereinbart wurden, arbeiten die Systeme von Herstellern, Distributoren, Systemhäusern und Endkunden nicht zusammen.



Neben den verschiedenen ERP-Systemen, die angebunden werden wollen, entstehen zudem B2B Endkunden-Plattformen. Deren Anbindung ist für Systemhäuser ein immenser Aufwand, der vom Kerngeschäft abhält, wertvolle Ressourcen einnimmt und daher nur noch für sehr große Systemhäuser zu stemmen ist.

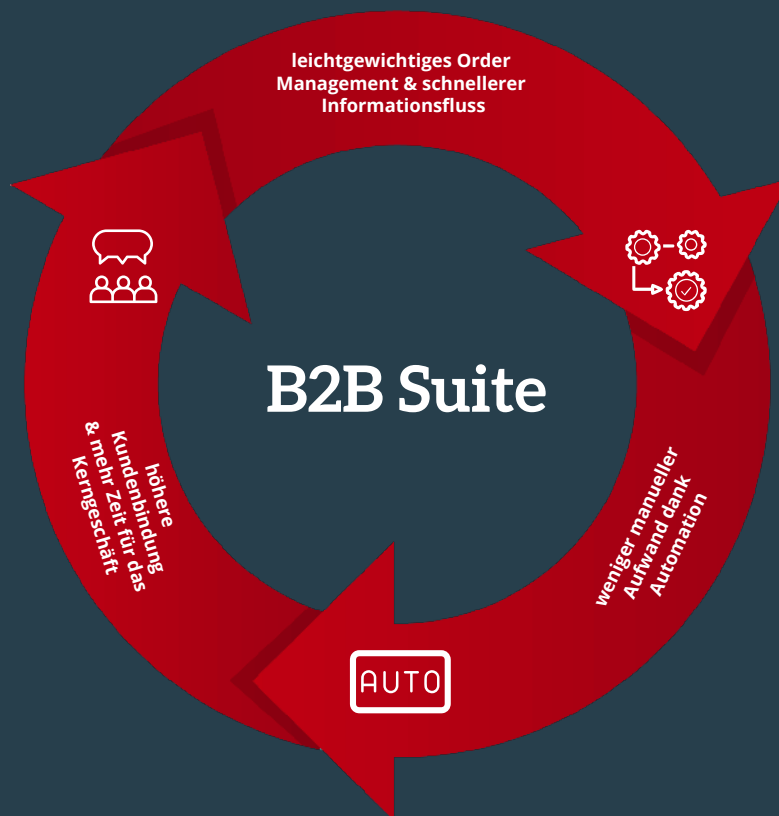
Deshalb bedeutet Digitaler Vertrieb für uns auch, dass alle beteiligten Systeme via Schnittstellen und APIs verbunden werden. Wir versetzen hierzu Systemhäuser in die Lage, ERP-Systeme und Endkunden-Plattformen anzuschließen. Dazu zählen Procurement Lösungen (Ariba, Coupa, SAP SRM etc.) und Beschaffungsnetzwerke (Ariba, Mercateo, Amazon Business etc.)

Vereinigen Sie Ihre individuelle Kundenbetreuung mit einer leistungsstarken eCommerce Lösung

Die ITscope B2B Suite ermöglicht Ihnen den digitalen Direktvertrieb an Ihre B2B Kunden, ohne dafür aufwändige Shopsysteme aufzusetzen. Mit der B2B Suite lassen sich kundenindividuelle Shopinstanzen aus der Cloud mit benutzerdefinierten Produkten, Preisen und CI-Elementen erzeugen - ganz ohne aufwändige Individualentwicklung.

Auf diese Weise bieten Sie Ihren Bestandskunden aus einer Hand ein vollwertiges eProcurement Portal mit elektronischer Bestellung und integrierten Freigabeprozessen. Dies spart allen Parteien jede Menge Zeit und erhöht gleichzeitig die Kundenbindung - und Ihren Handelsumsatz.

Technisches Know-How ist dabei nicht nötig: Jeder Vertriebsmitarbeiter kann seinen Kunden individuelle Einkaufsumgebungen erstellen, in denen die Preise und Verfügbarkeiten von über 370 ITK-Lieferanten genauso integriert werden wie Ihre individuellen Listen sowie Produktcontent von CNET und Full Icecat.



Vertrieb und Einkauf automatisiert über ein System abwickeln



Kein aufwändiges Setup oder Eigenentwicklung notwendig



Integration Ihrer Warenwirtschaft und der Systeme Ihrer Kunden



Cloudbasiert, ohne Risiko, zu planbaren Kosten

08 Über ITscope

Die Karlsruher ITscope GmbH ist Entwickler und Betreiber der B2B-Handelsplattform ITscope.com. Gemeinsam mit der Tochterfirma cop software + services GmbH & Co. KG bildet ITscope einen starken Verbund zur Unterstützung von Systemhäusern und ITK-Resellern bei der Digitalisierung ihrer Unternehmensprozesse. Mit der digitalen Vertriebslösung "B2B Suite" können IT Systemhäuser ohne klassisches Shopsystem individuelle Einkaufsportale für Businesskunden aufsetzen und deren Bedarf nahtlos via EDI bei der Distribution beschaffen.

Auch eigene Beschaffungsprozesse und IT-Systeme können leicht an die ITscope Plattform angebunden werden. Die leistungsstarke, flexible ITscope API stellt hierfür Produktdaten, Preise, Verfügbarkeiten und vieles mehr von über drei Millionen ITK-Artikeln bereit. Auch ITK-Distributoren und Hersteller profitieren von der Teilnahme an ITscope: Auf einer einheitlichen Plattform lassen sich Anfrage-, Vertriebs- und Abwicklungsprozesse radikal vereinfachen. Darüber hinaus bietet ITscope Einblicke in Marktbewegungen und Verkaufstrends des Channels.



Sie möchten mehr über die B2B Suite erfahren?



+ 49 721 627376 0



sales@itscope.com



www.itscope.com/b2b-suite/
B2B Suite Video ansehen