

GRÖNER

FACHHANDEL FÜR WERBETECHNIK

Die Karl Gröner GmbH ist ein traditionsreicher Fachhändler für Werbetechnik. Zum umfangreichen Sortiment des Familienunternehmens aus Ulm zählen rund 120.000 Artikel aus den Bereichen Folien, Siebdruck, Werbetextilien und Deko-Systeme sowie Digital Services und Großgeräte-Systemlösungen.

- 27,3 Mio. € Umsatz
- 71 % Online Umsatz
- 120.000 Produkte
- 110 Mitarbeiter

B2B E-Business für Gröner

Eine Case Study über den Vertrieb im B2B

Die Herausforderung

Gröner plante im Jahr 2002, eine E-Business Plattform im B2B-Bereich einzuführen, primär um die manuelle Aufnahme von Bestellungen per Telefon oder Fax effizienter zu gestalten und Fehler in der Kommunikation zu vermeiden. Gleichzeitig galt es, die Übernahme der Daten in das ERP-System zu automatisieren, den Vertriebsinnendienst zu entlasten und Gröner-Geschäftskunden mit verbessertem Service noch stärker an das Unternehmen zu binden.

Bestellung. Direkt nach einem Telefonat erhält er eine E-Mail zum Bestelleingang oder zur weiteren logistischen Abwicklung.

Drei Highlights aus dem Modulprogramm von ICONPARC

- Individuelle Sortimente, Preise und Verfügbarkeiten, die originär im ERP-System vorliegen, werden sofort angezeigt.

- Das Modul TurboCart ermöglicht blitzschnelle Änderungen, selbst bei Warenkörben mit hunderten Bestellpositionen.

- Das Modul MultiChannel sorgt für eine Full Responsive Lösung auf allen Endgeräten, wie Desktop, Tablet oder Smartphone.

Die Lösung

Die Software-Experten von ICONPARC untersuchten, wie sich Produktauswahl und Kaufabwicklung optimieren lassen. In der Folge entwickelte ICONPARC exakt darauf abgestimmte Online-Prozesse. Damit ist das Bestellen für die Kunden so bequem und schnell wie nie zuvor. Im nächsten Ausbauschnitt wurde die Bestellannahme durch den Vertriebsinnendienst auf die neue Plattform umgestellt. Statt wie bisher die per Telefon oder Fax aufgenommenen Bestelldaten händisch in das ERP-System zu übertragen, nutzen die Mitarbeiter des Innendienstes nun direkt die Online-Plattform zur Datenerfassung - mit automatischer Übernahme in das ERP-System. Ein Nebeneffekt: Die Plattform wird im Gespräch zwischen Kunden und Innendienstmitarbeitern zum Kommunikationsspot: Der Kunde behält die Möglichkeit, sich direkt von Gröner-Mitarbeitern beraten zu lassen und genießt gleichzeitig die Vorteile einer Online-

Das Ergebnis

Gröners B2B Plattform ist rund um die Uhr, 24/7 verfügbar und bietet eine außergewöhnlich schnelle Performance. Das B2B Frontend reagiert verzögerungsfrei auf alle Interaktionen der Kunden und Interessenten. Das Erfassen der Bestelldaten wird durch die Online-Lösung optimiert, die immer auch kundenspezifische Sortimente sowie Individualpreise berücksichtigt. Die Unternehmensbilanz der letzten Jahre spricht eine deutliche Sprache: Allein 2021 wurden 27,3 Mio. € Umsatz erzielt, 71 % davon über die B2B E-Business Plattform. Die digitale Transformation zahlt sich aus.

ICONPARC