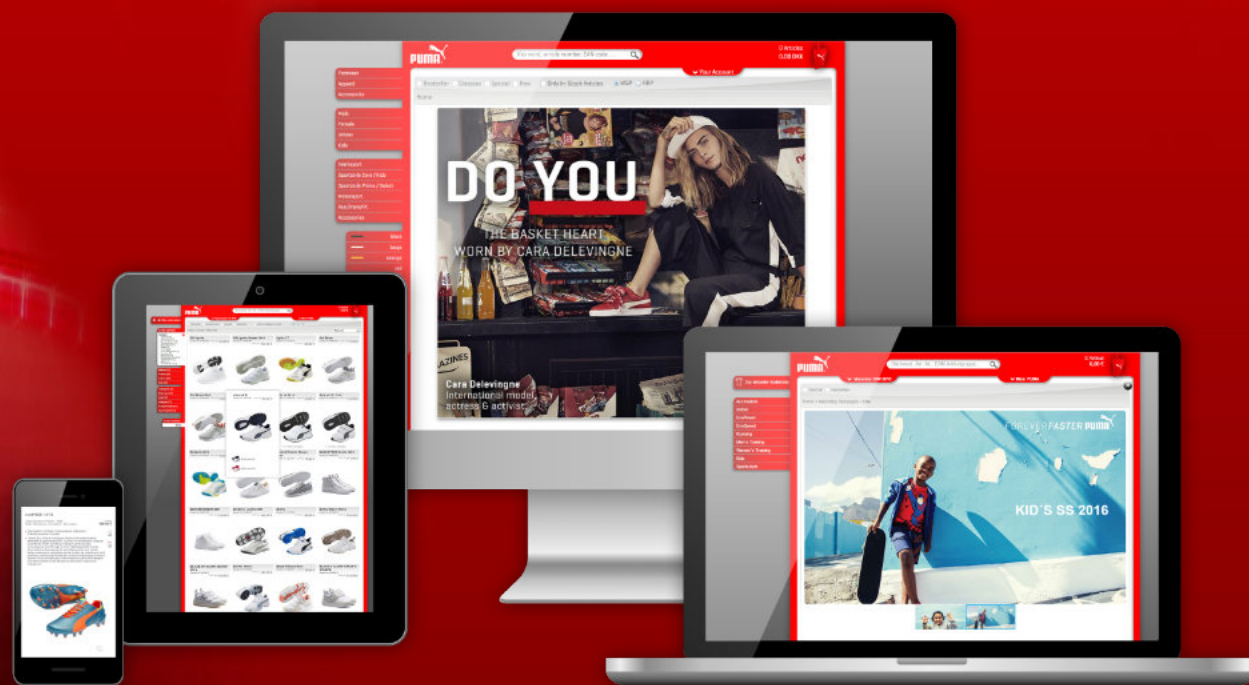




PUMA ist ein weltweit agierendes Unternehmen für Sportartikel, das Schuhe, Textilien und Accessoires designet, entwickelt und verkauft. Der Vertrieb erfolgt über mehrere tausend Fachhändler in über 120 Ländern. PUMA beschäftigt rund 12.000 Mitarbeiter.



PUMA B2B E-Business-Plattform

Eine Case Study über den internationalen Vertrieb

Die Herausforderung

Ablösen des analogen In-House-Bestellsystems durch eine B2B Online-Plattform - mit Potential zur internationalen Vernetzung

Vor der Einführung der E-Business-Plattform konnten Händler ausschließlich via Telefon, Fax oder über den PUMA-Außendienst Waren bestellen. Die anschließende manuelle Übertragung in das ERP-System war aufwändig und fehlerträchtig. Zudem ließen sich Bestellungen nur zu den regulären Geschäftszeiten aufgeben. Diese Lücke in der Betreuung der Händlerschaft wollte PUMA durch eine B2B E-Business-Plattform schließen.

Die Lösung

Entwicklung und Einführung einer E-Commerce-Plattform, über die ausschließlich PUMA-Händler einkaufen können

Das ICONPARC Projektteam analysieren dazu detailliert, den Einkaufsprozess der PUMA-Händler. In der Folge entwickeln sie eine neue E-Commerce-Plattform, welche das Bestellen für Händler bequem, schnell und zu jeder Tageszeit ermöglicht.

Um höchste Performance und Verfügbarkeit zu sichern, kommen mehrere Server im Clusterverbund zum Einsatz. Individuelle Sortimente, Preise und Verfügbarkeiten werden hier sofort ermittelt und angezeigt - und das im Zusammenspiel mit mehreren unterschiedlichen ERP-Systemen.

Perspektivisch soll der Online-Verkauf auf über 40 Länder ausgeweitet werden. Dabei gilt es, landesspezifische Sortimente, komplexe Individualpreis-Systematiken sowie kulturelle und sprachliche Besonderheiten zu berücksichtigen.

Das Ergebnis

Eine hochperformante, international vernetzte B2B E-Business-Plattform für PUMA-Händler

Die Online-Plattform ist 24/7 verfügbar und bietet eine überragende Performance. Effizientes Bestellen aus dem eigenen spezifischen Sortiment und mit Individualpreisen ist damit jederzeit möglich – auch bei Hunderten Bestellpositionen.

Immer mehr Händler nutzen die Möglichkeit der Online-Bestellung. Die B2B E-Business-Lösung ist von Beginn an mehrsprachig und mehrwährungsfähig ausgelegt.

Das internationale Roll-out in mehr als 40 Ländern wurde reibungslos realisiert, einschließlich der Anbindung der Plattform an diverse ERP-Systeme zum automatisierten Datenaustausch.

In den Folgejahren erfolgte der stufenweise Ausbau der digitalen B2B Lösung.