

SAP Customer Success Story SAP for Consumer Products



„Unser elektronischer Vertriebskanal auf der Basis von SAP E-Commerce ist ein wesentlicher Beitrag zur Steigerung von Kundenzufriedenheit und Effizienz.“

Raphael Lefort, Head of Business Development Europe, adidas-Salomon AG

AUF EINEN BLICK

Zusammenfassung

adidas, eines der weltweit führenden Unternehmen in der Sportartikelindustrie, hat mit großem Erfolg einen Webshop für Händler eingeführt und binnen weniger Monate Kundenservice und -zufriedenheit beachtlich gesteigert.

Internetadresse

www.adidas.com

Die wichtigsten Herausforderungen

- Ablösung des Altsystems
- Aufbau eines anwenderfreundlichen elektronischen Vertriebskanals
- Reduzierung der Durchlaufzeiten und Transaktionskosten
- Vorbereitung des globalen Roll-outs

Projektziele

- Bereitstellung maßgeschneiderter Angebote für Händler via Internet auf Basis der etablierten Logistik und den adidas Unique Selling Propositions
- Komfortable Funktionen und einfache Bedienung seitens der Anwender
- Globales System über alle Verkaufsorganisationen hinweg

Lösung und Services

SAP E-Commerce for mySAP ERP

Entscheidung für SAP

- Einfach zu implementierende SAP-Standardlösung
- Hohe Integrationsfähigkeit mit dem SAP-R/3®-System, jetzt verfügbar als Komponenten von mySAP ERP

- Expertenwissen der SAP-Berater
- adidas-Prozesskenntnisse der SAP-Berater
- Langfristiger Schutz der Investition

Highlights der Implementierung

- Lösung und Beratung aus einer Hand
- Volle Integration in die SAP-Branchenlösung für die Schuh- und Bekleidungsindustrie
- Konzentration seitens adidas auf die Businessprozesse und Erhalt der Systemintegration „out of the box“

Hauptnutzen für den Kunden

- Sehr hohe Akzeptanz bei den Anwendern
- Marktpräsenz rund um die Uhr
- Senkung der Prozesskosten um rund 20 Prozent
- Deutliche Steigerung der Kundenzufriedenheit
- Reduzierung der Transaktionszeiten
- Schnellere Bestellabwicklung
- Weniger manueller Aufwand und weniger Fehler

Implementierungspartner

SAP Consulting*

Vorhandene Systemlandschaft

- SAP R/3 AFS
- mySAP CRM

Datenbank

MS SQL Server

Hardware

HP Proliant

Betriebssystem

OS Windows 2003

adidas-Salomon AG

Webshop für Händler bietet das Beste: mehr Leistung, mehr Service und weniger Prozesskosten

„Die Resonanz unserer Kunden auf den neuen Bestell- und Informationsservice per Internet ist überragend“, beschreibt Thomas Wiesel, Business-Projektleiter bei adidas-Salomon, das durchweg positive Feedback von bislang rund 1.000 Händlern. Sie nutzen seit Mai 2005 den elektronischen adidas-Vertriebskanal, dessen technologische Basis SAP® E-Commerce for mySAP™ ERP ist – mit leistungsstarken Funktionen für noch besseren Service, höhere Kundenzufriedenheit und mehr Wirtschaftlichkeit. SAP Consulting lieferte für das in-time und in-budget realisierte Projekt umfassende Beratung und wird auch den globalen Roll-out verantwortlich begleiten.

Seit 80 Jahren Teil der Welt des Sports

Die adidas Gruppe mit Sitz in Herzogenaurach ist ein weltweit führendes Unternehmen in der Sportartikelindustrie. Das Produktportfolio umfasst Sportschuhe, Bekleidung und Zubehör auf dem neuesten Stand der Technik. Im Jahr 2004 erwirtschaftete die adidas Gruppe (ohne Salomon) mit 14.254 Mitarbeitern einen Gesamtumsatz von 5,8 Mrd. Euro. Ziel des von Deutschland aus geführten Unternehmens ist es, in allen wichtigen Absatzmärkten zu den Branchenbesten zu gehören.

Zwei wesentliche Voraussetzungen für den Ausbau der Führungsposition sind die Entwicklung starker, konsumentenorientierter Marken und ein kontinuierliches Umsatzwachstum. Im Bereich seiner operationalen Stärke setzt adidas auf eine stetige Verbesserung des Kundenservices. Dazu zählte im Jahr 2005 die komplette Reorganisation des Web Oder Managements.

* Seit dem 01.01.2005 kooperieren SAP Deutschland AG & Co. KG und SAP Systems Integration AG noch enger. Mit dem gemeinsamen Serviceportfolio SAP Consulting steht unseren Kunden künftig ein umfassenderes betriebswirtschaftliches sowie technisches Beratungsangebot zur Verfügung.

SAP Systems Integration AG

St. Petersburger Straße 9
01069 Dresden
T +49/3 51/48 11-0
F +49/3 51/48 11-303

www.sap-si.de

SAP Deutschland AG & Co. KG

Neurottstraße 15a
69190 Walldorf
T 08 00/5 34 34 24*
F 08 00/5 34 34 20*

* gebührenfrei in Deutschland

T +49/18 05/34 34 24**

F +49/18 05/34 34 20**

** gebührenpflichtig

E info.germany@sap.com

www.sap.de/consumer

Kostenloser Online Newsletter

www.sap.de/sapimfokus

Das Altsystem, das in einigen westeuropäischen Ländern in den Vertrieb integriert war, brachte nicht mehr die erforderliche Leistung und bot keine Online-Verfügbarkeitsprüfung. Hinzu kam: Viele Kunden übermittelten ihre Bestellungen per Telefon, Fax oder über die Orderbüros. Jeder dieser Bestellwege zog einen beträchtlichen manuellen Nachbereitungsaufwand nach sich. Das hat sich grundlegend geändert.

Erstklassiger Kundenservice rund um die Uhr

adidas entschied sich für die Einführung von SAP E-Commerce als effizientes und zukunftsorientiertes B2B-Orderwerkzeug. „Seit dem Start des Webshops im November 2005 haben rund 3.000 Kunden aus Spanien, Portugal, Deutschland, Österreich und der Schweiz Zugriff“, erklärt Thomas Wiesel. „Etwa ein Drittel von ihnen nutzt bereits den schnellen Bestellweg per Internet und ist begeistert von der zügigen Abwicklung.“

Der neue Webshop präsentiert sich so anwenderfreundlich wie technisch komfortabel: Aus einem optisch ansprechenden Produktkatalog wählen die Kunden ihre benötigten Artikel aus. Diese können auf Größenebene und mit differenzierter Preisangabe (z. B. „Regulär“ oder „Auslauf“) bestellt werden. Weitere Vorteile: Wenn sich der Kunde in einem bestimmten Datumsfenster befindet und einen Auftrag mit einem individuellen Liefertermin platziert, erzeugt das System automatisch einen rabattierten Vororderauftrag. Auch Individualangebote, wie zum Beispiel variable Pakete/Lots mit Discount lassen sich schnell und unkompliziert abwickeln.

„Dass unser Webshop bei unseren Kunden so beliebt ist, liegt an der bequemen Warenkorbverwaltung, den kurzen Antwortzeiten und zeitnahen Verfügbarkeitsprüfungen auf Größenebene. Online-Preisfindungen und Statusprüfungen von Aufträgen und Rechnungen vervollständigen den erstklassigen Service“, lobt Thomas Wiesel die SAP-Lösung.

Schneller und kostengünstiger

Binnen kurzer Zeit hat sich der Webshop zu einem echten Renner entwickelt. Rund 600 Aufträge mit etwa 6.000 Artikeln gehen täglich über die elektronische Ladentheke – Tendenz steigend. Bei jedem Auftrag spart adidas rund 20 Prozent Prozesskosten. Ein Beitrag zur Kostensenkung, der sich positiv auf die Wirtschaftlichkeit der Prozesse auswirkt. Bis Ende 2005 waren vier Länder angeschlossen. Diese Zahl wird sich im Jahr 2006 deutlich steigern, denn der Roll-out nach Skandinavien, Frankreich, Italien, Osteuropa sowie USA und Japan läuft bereits auf Hochtouren.

Zügige Implementierung mit SAP Consulting

Für die Umsetzung der anspruchsvollen Projektziele steht adidas ein kompetenter Beratungspartner zur Seite. SAP Consulting übernimmt die Prozessberatung und Integration von adidas-Spezifika und unterstützt adidas Global IT mit Best Practices im Roll-out und Betrieb. „Die SAP-Berater verfügen über ausgeprägtes Know-how und kennen sich sogar in Teilprozessen unseres Konzerns bestens aus. Außerdem haben sie sich sehr schnell in spezifische Systemausprägungen eingearbeitet. Das war für den schnellen und reibungslosen Projektfortschritt von entscheidender Bedeutung“, hebt Peter Höhle, Head of Application Services bei adidas, hervor. „Das SAP-Team hat sein Können unter Beweis gestellt.“

Künftig noch mehr Serviceangebote

„Mit der Implementierung von SAP E-Commerce haben wir einen wichtigen Teil unserer E-Business-Strategie erfolgreich umgesetzt“, erklärt Peter Höhle abschließend. „Im Zuge der Einführung des nächsten Releases werden wir unser Serviceangebot nochmals verstärken und Funktionen für Versand, Retouren, Lieferscheinstatus, Tracking & Tracing und Reporting integrieren.“