

CASE STUDY

SONNENSCHUTZ NACH MASS

Ein neuer Webshop, geringere Prozesskosten und noch zufriedenerere Kunden.
Reflexa befeuert die Digitalisierung in der Sonnenschutztechnik.

Das Auftragsvolumen steigt und die Belegschaft bleibt gleich. Diese Rechnung geht auf, wenn ein intelligentes System mithilft. Mit der Integration der neuen Commerce-Lösung spart sich Reflexa die manuelle Bearbeitung von mehr als 5.000 eingehenden Aufträgen pro Jahr. Die Kunden profitieren ebenfalls von maßgeschneiderten Online-Angeboten und mehr.



- Unternehmen:** REFLEXA-WERKE Albrecht GmbH
- Branche:** Baunebengewerbe
- Produkte:** Jalousien // Raffstore // Rollladen // Markisen & mehr
- Umsatz:** ca. 50 Mio/Jahr
- Sitz:** Rettenbach // Deutschland
- Projekt:** Einführung eines B2B-Onlineshops inklusive Variantenkonfiguration
- Projektlaufzeit:** April 2019 – April 2020





Die Ausgangssituation

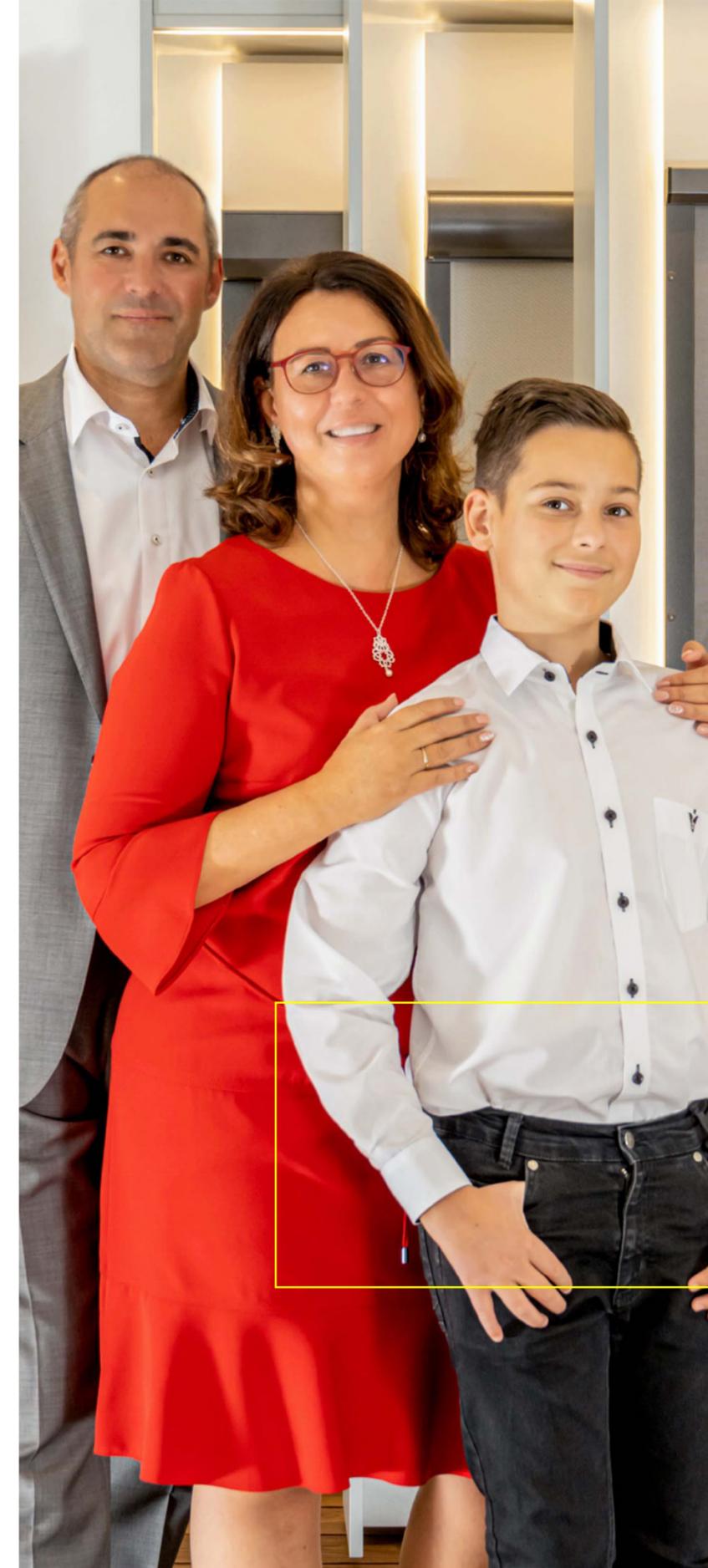
Als Familienunternehmen in 2. Generation steht Reflexa für flexible und langlebige Sonnen- und Insektenschutztechnik, die Fachhändler begeistert. Die Herstellung findet seit über 60 Jahren mitten im bayerisch-schwäbischen Rettenbach statt. Inzwischen ist eine Produktionsstätte in Oederan bei Chemnitz hinzugekommen. Das Produktportfolio ist umfangreich.

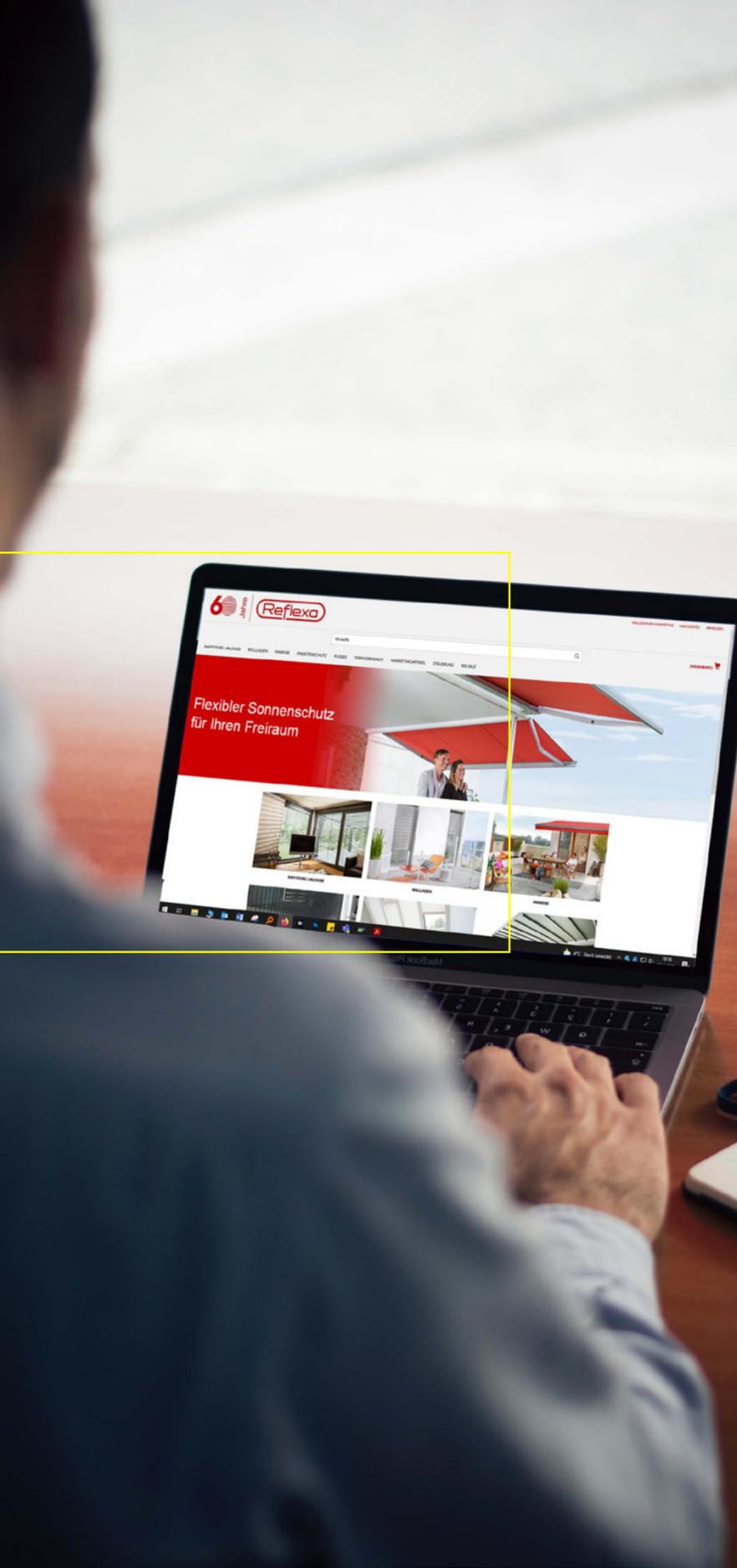
Für jedes Bauvorhaben befindet sich ein passender Sonnenschutz im Sortiment. Farbe, Maße und Materialien der einzelnen Modelle konfigurieren die Kunden selbst. Die individuellen Gestaltungsmöglichkeiten sorgen dafür, dass jedes Produkt den ästhetischen Ansprüchen der Bauherrinnen und Bauherren gerecht wird.

In Kombination mit der technischen Expertise des Herstellers und der Verwendung hochwertiger Materialien entstehen maßgefertigte Produkte, die zur gesteigerten Wohnqualität von Tausenden beitragen.

Eine Markise – 80.000 Gestaltungsmöglichkeiten. Diese Vielfalt im neuen Webshop ansprechend darzustellen, ist besonders wichtig. Der Webshop soll als zukunftsichere Plattform dienen, die nach Bedarf erweitert werden kann – und die Digital Natives unter den Kunden überzeugt.

Ein gut gepflegtes ERP enthält bereits Daten über Modelle und Materialien. Vertriebsmitarbeiter erfassen Bestellungen der Fachhändler manuell und tragen sie ins ERP ein. Diese Aufgabe soll in Zukunft auch der Reflexa Webshop übernehmen.





02

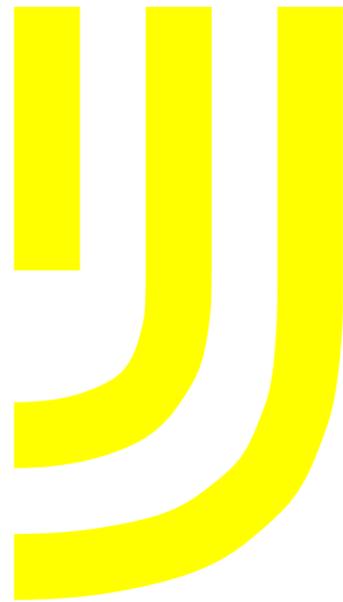
Das Projekt

Das bestehende SAP ERP-System hat Reflexa gemeinsam mit All for One Customer Experience um einen B2B-Onlineshop erweitert.

Dieser basiert auf der SAP Commerce Cloud. Eine skalierbare und erweiterbare Lösung, die zum bestehenden ERP passt. Die vereinfachte Integration war nur einer von diversen Vorteilen, die Systeme aus einer Hand mit sich bringen. Die Produktvielfalt, einschließlich aller konfigurierbaren Varianten, wird von der SAP Product Configuration unterstützt.

Wichtig war vor allem, dass über 80.000 Variationsmöglichkeiten für ein einzelnes Modell kundenfreundlich dargestellt werden. Das hat Reflexa über Marketingvarianten gelöst, die Variationen der Modelle anhand auffälliger Merkmale darstellen. Einfachere Kaufentscheidungen mittels Guided Selling führen so zu entspanntem Shopping und zufriedenen Kunden.

Gleichzeitig sollte der Onlineshop teils komplexe interne Vorgänge regeln, für die ansonsten Vertriebsprofis verantwortlich sind. Ganz vorne mit dabei: das Splitting der Bestellungen. Landen Produkte mit unterschiedlichen Produktions- oder Lieferzeiten in einem Warenkorb, erfolgt eine automatische Teilung des Auftrags. So ist sichergestellt, dass der Kunde bereits fertiggestellte Produkte direkt ausgeliefert bekommt, um diese schneller beim Verbraucher zu installieren. Der Kunde gibt nach wie vor nur eine Bestellung ab.



MIT DEM ERGÄNZENDEN VERTRIEBSKANAL WIRD REFLEXA DEN WACHSENDEN ANFORDERUNGEN DURCH EIN SKALIERBARES UND AUF DAS SAP-ERP ABGESTIMMTES SYSTEM GERECHT. DIE KONFIGURATION IM WEBSHOP GIBT DEM FACHHANDEL DIE MÖGLICHKEIT, KOMPLEXE PRODUKTE SCHNELL UND EINFACH ZU ERFASSEN BEI GLEICHZEITIGER REDUZIERUNG DER PROZESSKOSTEN.

MIRIAM ALBRECHT, GESCHÄFTSFÜHRERIN REFLEXA-WERKE ALBRECHT GMBH





03

Die Ergebnisse

Ein neuer Vertriebskanal, der die Produktpalette attraktiv und übersichtlich darstellt. Ein neuer Mitarbeiter in Systemform, der Kollegen Aufgaben abnimmt und Kunden mit Informationen versorgt. Und viele neue Möglichkeiten, Wettbewerbsvorteile in der zunehmend digitalisierten Branche zu schaffen.

Im Baugewerbe ist der Generationswechsel derzeit stark zu spüren. Während die Jüngeren übernehmen, wachsen die Ansprüche an digitale Angebote. Reflexa setzt deshalb früh- und rechtzeitig auf einen Webshop, der rund um die Uhr erreichbar ist.

Kunden konfigurieren ihre Produkte nach ihren individuellen Ansprüchen online selbst und erhalten sofort ein verbindliches Angebot. Bestellungen werden gespeichert und die Daten vereinfachen Neu- und Nachbestellungen auf beiden Seiten.

Die Integration mit dem bestehendem ERP reduziert auch nach der Implementierung der ergänzenden Commerce-Lösung die Datenpflege. Nicht zu vergessen: Onlinebestellungen benötigen kein Papier und sorgen so für ein nachhaltigeren Betrieb. Darüber hinaus hat das Projekt auch einen spannenden Dialog mit den Kunden entfacht und neue Funktionen, die Mitarbeiter und Kunden erfreuen dürften, sind bereits in Planung.

2200

REGISTRIERTE NUTZER

5000

BESTELLUNGEN

KONKRET



KUNDENSERVICE

Maße, Materialien, Farben – Kunden konfigurieren ihre Wunschprodukte ganz unkompliziert selbst und sehen Preise sofort. Transparent und komfortabel.



AUFTRAGSERFASSUNG

Bei umfangreichen Aufträgen wird die Bestellung intern gesplittet. Fertige Artikel erreichen Kunden somit schnellstmöglich.



EXPERTENRUNDE

Fachhändler haben die Möglichkeit, sich zu dem neuen Onlineshop zu äußern und tragen zu dessen Optimierung bei. Der Dialog unterstützt Kundenbindung und Akzeptanz der neuen Angebote.



DATENINTEGRATION

SAP ERP und SAP Commerce Cloud sind ein starkes Team. Der Shop bezieht Daten aus dem ERP und Onlinebestellungen landen ohne Umschweife im System.



ZUKUNFTSFIT

Jüngere Kunden, zunehmende Digitalisierung der Fachhändler und Gesellschaft – mit dem Shop ist Reflexa für die Zukunft gerüstet und verschafft sich einen größeren Spielraum für neue Services.



AUSSENDIENST

Das ASM-Tool bietet Außen- und Innendienst die Möglichkeit, Kunden bei der Bestellung über den Onlineshop zu unterstützen.

TIPPS

01 DIE GRÖSSTEN HERAUSFORDERUNGEN:

- Variationsvielfalt kundenfreundlich darstellen.
 - Komplexen internen Vorgängen gerecht werden.
-

02 DIE WICHTIGSTEN LEKTIONEN:

- Im Standard bleiben lohnt sich. Nicht standardmäßige Änderungen am ERP können später unvorhergesehene Komplikationen verursachen.
 - Prozesse, die analog funktionieren, müssen teilweise angepasst werden.
 - Das Feedback der Fachhändler ist wertvoll, da Profis im Vertrieb an Konfigurationen anders herangehen, als die Kunden selbst
-

03 DIE WESENTLICHEN ERFOLGSFAKTOREN:

- Fachkundiges Projektteam mit Entscheidungskraft.
- Standardlösungen idealerweise an vorgesehenen Stellen individualisieren.





Die Ansprechpartner

ALL FOR ONE CUSTOMER EXPERIENCE

An der Raumfabrik 33a
D-76227 Karlsruhe

Johannes Preiß
Director Sales

T +43 (0) 316 424100-5431
customer.experience@all-for-one.com

REFLEXA-WERKE ALBRECHT GMBH

Silbermannstraße 29
89364 Rettenbach

T+49 (0) 8224 999-0
info@reflexa.de

