

USE Case | SAP C/4HANA im Handel

- ✓ Ein effizienter, ganzheitlicher Ansatz
- ✓ Für Kommunikation auf höchstem Niveau

Einführung

Die Prozesse im Handel sind heute komplexer denn je. So muss etwa das stationäre Geschäft mit den E-Commerce-Aktivitäten verwoben werden, um den Kunden in einer konsistenten Kundenerfahrung die Vorteile beider Handelskanäle anbieten zu können – alles mit dem Ziel, Umsätze und Kundenbindung zu steigern. All dies folgt einem definierten und weitgehend automatisierten Ablauf.

In diesem Beispiel beschreiben wir, welche komplexen Vorgänge auf den ersten Blick triviale Kundenwünsche auf Seiten des Händlers auslösen und wie sie mit den Lösungen von SAP C/4HANA und SAP S/4HANA effektiv und effizient gemeistert werden können. Ein „End-to-End“-Beispiel von der ersten Informationsbeschaffung über die Bestellung und den Versand bis hin zu Maßnahmen zur Steigerung der Kundenbindung.

Akteure

Kundin | Maria Mehrkauf

Eine junge Frau, die einen Strandurlaub plant.

Kunde | Michael Mehrkauf

Der Ehemann von Maria.

Händler | Amporio

Handelsunternehmen mit übergreifendem Sortiment – von Fashion, Healthcare und Lebensmitteln bis hin zu Elektronik. Amporio betreibt mehrere Filialen sowie einen Webshop und hat alle Kanäle in einem Omni-Channel-Ansatz umfassend vernetzt. In der Kommunikation bedient das Unternehmen diverse Kanäle wie Social Media, Chat, E-Mail und Telefon. Amporio setzt dazu im ERP-Bereich SAP S/4HANA und für das Customer Relation Management die CRM-Suite SAP C/4HANA ein. Beide Lösungen werden unter der grafischen Benutzeroberfläche SAP Fiori transparent integriert verwendet.

Service-Agent Chat und E-Mail | Sascha Schreiber

Ein Service-Mitarbeiter im Kundencenter von Amporio.

Service-Agentin Kundenhotline | Tina Talk

Eine Service-Mitarbeiterin im Kundencenter von Amporio.

Folgen wir nun anhand der Bestellung von Maria und Michael dem bei Amporio implementierten Prozess – von der Kommunikation über die Bestellabwicklung bis hin zu den Maßnahmen zur Kundenbindung.

Informationsbeschaffung

Die ersten warmen Tage im Jahr, Sonnenschein – kein Wunder, dass man an den ersten Strandurlaub denkt. So geht es auch Maria Mehrkauf. In Gedanken geht Maria durch, was sie noch braucht, damit der Urlaub am Meer so richtig erholsam wird. Eine Strandtasche wäre gut, natürlich Sonnencreme und sicher noch einiges mehr. Maria startet eine Recherche im Internet. Dabei stößt Maria in ihren Social Media-Kanälen auf die passenden Angebote von Amporio.

Das Warenhaus schaltet regelmäßig, insbesondere auf Facebook, Pinterest und Instagram, bezahlte Beiträge. Dazu nutzt es die [SAP MARKETING CLOUD](#) von SAP C/4HANA. Sie dient der personalisierten Kundenansprache in Echtzeit und erlaubt Amporio einen ganzheitlichen Blick auf seine Kunden.

Erstkontakt

Maria findet Gefallen an einer von Amporio angebotenen Strandtasche und klickt gleich auf den Link in einem Facebook-Post, um den Amporio-Webshop zu besuchen.

Dieser Webshop wird über die [SAP COMMERCE CLOUD](#) von SAP C/4HANA betrieben. Mit dieser leistungsfähigen Webshop-Lösung optimiert Amporio seine Verkaufsprozesse und das Bestellmanagement, verwaltet zentral Inhalte und Katalogdaten und profitiert von Personalisierungs- und Targeting-Funktionen.

Maria hat eine Frage zu der Strandtasche und möchte sich über weitere Produkte wie die Sonnencreme informieren. Praktisch, dass sie diese Fragen gleich über den in den Webshop integrierten Chatbot stellen kann. Maria gibt zunächst ihr Einverständnis, dass ihre Daten gespeichert werden dürfen.

Alle Informationen, die Maria eingegeben hat, werden in der [SAP CUSTOMER DATA CLOUD](#) gespeichert, ebenfalls ein Modul von SAP C/4HANA. Sie vereinfacht das Einwilligungsmanagement mit einem Self-Service-Center, welches dem Kunden Zugang zu seinen eigenen Daten und Präferenzen ermöglicht.

Erstkontakt

Maria gibt ein:

„Ich habe mich über die Strandtaschen informiert. Ist diese Strandtasche auch aus Baumwolle statt aus Polyester erhältlich? Und führen Sie tierversuchsfreie Sonnencreme?“

Amporio hat diesen Chatbot in Zusammenarbeit mit Arvato Systems entwickelt. Er ist unter Nutzung von Künstlicher Intelligenz selbstständig und kann darüber hinaus sowohl als Live-Chat mit dem Team von Amporio als auch in einer Kombination aus Live Chat und KI betrieben werden. Der Chatbot ist auf der SAP Cloud Plattform installiert und in der SAP Commerce Cloud eingebunden. Sie unterstützt Interaktionen jeglicher Art - von Self-Services ohne direkte Einbindung der Servicemitarbeiter bis hin zu hochkomplexen Interaktionen. Auch das Chatprotokoll ist in der [SAP SERVICE CLOUD](#) sichtbar. So kann der Servicemitarbeiter Sascha Schreiber den ganzen Kommunikationsverlauf nachvollziehen.

Sascha Schreiber,
ein Service-Mitarbeiter im Kundencenter, antwortet Maria über den Live-Chat:

„Hallo, vielen Dank für Ihr Interesse! Ja, wir haben die Strandtasche auch aus Baumwolle, in Hibiskus-Rot. Auch tierversuchsfreie Sonnencreme von der Marke Cutaneo führen wir im Sortiment.“

Der Mitarbeiter bezieht diese Produktionformationen aus dem Product Information Management-Modul (PIM), das Bestandteil der SAP Commerce Cloud ist. Alle Informationen, sowohl zu Maria als auch über die gewünschten Produkte, werden dabei übergreifend über die SAP C/4HANA Module in einem intuitiven Design dargestellt. Sascha bemerkt bei der Nutzung der Daten nicht, auf welches Modul er gerade zugreift.

Bestellung

Maria ist begeistert und schreibt Sascha im Chat:

„Dann bestelle ich gern die Strandtasche und einmal die Sonnencreme. Kann ich die Produkte in Ihrer Filiale in der Birkenstraße abholen? Sie liegt auf meinem Arbeitsweg.“

Jetzt bestehen die folgenden Optionen:

Option A

Maria hat bereits schon einmal bei Amporio bestellt. Dann kann die Bestellung bequem direkt über den Chat erfolgen, weil die Daten der Kundin bereits vorliegen.

Option B

Ist Maria eine Neukundin, gibt sie ihre Daten selbst in eine Maske ein, um sie Sascha nicht preisgeben zu müssen. Dann bestellt sie über den Warenkorb.

Option C

Sascha kann Marias Daten und ihre Bestellung aufnehmen – er nutzt dafür die Schnellerfassungsmaske der SAP Service Cloud.

Option D

Maria kann sich etwa über ein Social Media-Login registrieren und die Erlaubnis geben, ihr Social Media-Profil auszulesen. Die Daten werden in der SAP Customer Data Cloud angelegt oder, falls bereits ein Datensatz besteht, dieser entsprechend erweitert.

Ihre Wunschfiliale, in der Maria sich die Produkte abholen will, kann sie selbst auswählen – wahlweise über ein Menü oder aus Vorschlägen basierend auf dem Postleitzahlenbereich ihrer Adresse.

Bestellprozess

Mit der Platzierung der Bestellung im Webshop werden die Daten aus der SAP Commerce Cloud heraus automatisch an das dahinterliegende [ERP-System SAP S/4HANA](#) gesandt. Damit wird der Verkaufsauftrag generiert.

Dabei wird automatisch die Rechnung erzeugt, die zum Beispiel per E-Mail an Maria gesandt wird. Zudem kann Maria die Rechnung im Self Service-Portal ihres Amporio-Accounts herunterladen.

Außerdem wird dadurch die Reservierung der Ware sichergestellt und der Warenbestand in Echtzeit angepasst: Sieht sich im gleichen Moment ein anderer Kunde das Produkt an, wird ihm im Webshop der angepasste Lagerbestand angezeigt.

Auch die gegebenenfalls notwendige Umlagerung der Ware vom Lager in die Wunschfiliale geschieht automatisiert.

Änderung der Bestellung

Maria erzählt ihrem Mann, Michael Mehrkauf, von der Bestellung, welche er erweitern möchte. Er ruft im Kundenservice von Amporio an und spricht mit der dortigen Mitarbeiterin Tina Talk.

Michael erzählt Tina am Telefon:

„Meine Frau hat eben schon eine Strandtasche und eine Sonnencreme bestellt, aber ich möchte noch einen Trolley von CarryLug in Größe L und das passende Handgepäck dazu bestellen. Bitte passen Sie die Bestellung meiner Frau entsprechend an.“

Dieser Wunsch löst einen komplexen Prozess aus.

Tina kann die Bestellung aus Sicherheitsgründen erst nach der Verifizierung durch die Ehefrau Maria ändern – dies kann beispielsweise durch einen Anruf oder per SMS geschehen.

Zudem muss auch Michael zustimmen, dass seine Daten in der SAP Customer Data Cloud gespeichert werden – damit fallen künftige Verifizierungsschritte weg.

Alle bestehenden Daten werden Tina in der Schnellerfassungsmaske der SAP Service Cloud ausgespielt und neue oder geänderte Daten in der SAP Customer Data Cloud gespeichert.

Auch der Beziehungsstatus von Maria und Michael wird erfasst. Das Relationsmanagement ist Bestandteil der SAP Service Cloud und (für den Blick auf Geschäftskunden) der [SAP SALES CLOUD](#). Mit diesen Angaben lassen sich später weitere Angebote konzipieren. Die Bestellung wird nun automatisch im Backend – also wieder in SAP S/4HANA – geändert und erweitert.

Da die Rechnung bereits an die Kundin übermittelt wurde, beide Kunden aber die selbe Anschrift haben, wird nun die erste Version gutgeschrieben und eine neue Rechnung erstellt. Dieser recht komplexe Prozess wird automatisiert in SAP S/4HANA abgewickelt.

Änderung der Versandart

Da die Bestellung nun umfangreicher geworden ist, entscheidet sich Maria für eine andere Versandart.
Sie kontaktiert den Kundenservice von Amporio per E-Mail.

Maria schreibt eine Mail an Amporio:

„Da es nun doch mehr Artikel geworden sind, möchten wir das bitte liefern lassen.“

Sascha Schreiber von Amporio antwortet:

„Das ist kein Problem. Da die Bestellung über 100 € liegt, fallen keine Versandkosten an. Wir können übermorgen liefern. Passt Vormittag gegen 10 Uhr?“

Maria bestätigt diesen Liefertermin per Mail.

In der SAP Service Cloud wird Marias E-Mail, gestützt durch Machine Learning-Prozesse, automatisch ausgelesen. Das System erkennt, dass es um eine Änderung der Versandart geht.

Um die Bearbeitungszeit zu minimieren, wird die E-Mail automatisch an den richtigen Sachbearbeiter geleitet. Zudem wird auf Basis der E-Mail ein Stimmungsbild ermittelt – diese Sentiment Engagement-Analyse läuft auf der SAP Cloud Platform und wird in die SAP Marketing Cloud und SAP Service Cloud integriert.

Die Informationen können für die Konzeption späterer Kommunikationsmaßnahmen herangezogen werden. Ein Service-Mitarbeiter mit entsprechender Berechtigung sieht die Historie der Bestellung und der bisherigen Kommunikation sowie die Verknüpfung der Datensätze von Maria und Michael in der übersichtlichen SAP Fiori Oberfläche.

Er löst nun den Versand aus. Dabei bemerkt er nicht, dass er den Versand tatsächlich direkt in SAP S/4HANA initiiert – die Funktionen von SAP S/4HANA und SAP C/4HANA erscheinen in SAP Fiori transparent integriert.

Versand



Die Ware wird termingerecht geliefert und vorab per SMS, über Whatsapp oder telefonisch angekündigt.

Über den gesamten Lieferprozess hinweg wird der Warenausgang in der Zentrale, die Übergabe der Sendung an den Versanddienstleister sowie der Wareneingang beim Kunden verfolgt. Dies erfolgt über das [Extended Warehousemanagement \(EWM\)](#) von SAP S/4HANA.

Diese Daten werden auch an SAP C/4HANA übergeben, damit Maria über den Verlauf des Versandprozesses informiert werden kann – das gilt auch bei der Selbstabholung der Produkte in einer Filiale.

Dieses Tracking kann alternativ auch durch den eingesetzten Lieferdienst oder Spediteur erfolgen.

Maßnahmen zur Kundenbindung

In einem frei bestimmbar Zeitraum nach der Lieferung erhalten Maria und Michael E-Mails, in denen sich das Amporio-Team nach der Zufriedenheit mit der Abwicklung der Bestellung und den Produkten erkundigt.

Diese E-Mails enthalten zudem Hinweise auf Aktionsangebote: Maria erhält ein Angebot für weitere Hautpflegeprodukte der Marke Cutaneo, Michael hingegen wird ein Grill angeboten.

Dabei spielt die SAP Marketing Cloud die Kommunikation automatisch mit Geschlechtersegmentierung aus.

Maria ist von diesem Service so begeistert, dass sie Amporio auf der Facebook-Seite des Unternehmens positiv bewertet.

Hat sich Maria bei ihrer Bestellung über einen Social Media-Login über Facebook angemeldet, wird ihr Facebook-Profil mit ihren sonstigen Kontaktdaten verknüpft und in der SAP Customer Data Cloud gespeichert.

Die SAP Marketing Cloud wendet das schon angesprochene Sentiment Engagement auch auf Beiträge in den sozialen Medien an.

Langfristige Kommunikation

Maria und Michael erhalten zukünftig in regelmäßigen Abständen – wieder über die SAP Marketing Cloud – personalisierte Angebote über definierbare Kanäle. Maria und Michael sind aufgrund der reibungslosen Bestellabwicklung und der optimalen Betreuung vor und nach dem Kauf nun treue Kunden von Amporio.

Sehen Sie nun, mit welchen SAP-Lösungen der Händler dies erreicht hat:

SAP C/4HANA ist die Customer Engagement-Plattform von SAP. Sie umfasst die folgenden Module:

SAP Commerce Cloud: Mit dieser leistungsfähigen Webshop-Lösung optimieren Sie Verkaufsprozesse und Bestellmanagement, verwalten zentrale Inhalte und Katalogdaten und profitieren von Personalisierungs- und Targeting-Funktionen.

SAP Marketing Cloud: Sie dient der personalisierten Kundenansprache in Echtzeit und erlaubt Ihnen einen ganzheitlichen Blick auf Ihre Kunden – Sie sehen immer, was Ihre Kunden gerade bewegt.

SAP Sales Cloud: Mit dieser Vertriebslösung haben Sie immer Zugriff auf aktuelle Informationen zu Geschäftskunden und Vorgängen – jederzeit und von jedem Ort.

SAP Service Cloud: Die effektive Kundenbindung auch nach der Kaufentscheidung ist die Domäne der Service Cloud. Sie unterstützt Interaktionen

jeglicher Art – von Self-Services bis hin zum persönlichen Dialog.

SAP Customer Data Cloud: Die Lösung für das Management Ihrer Kundendaten. Schaffen Sie Vertrauen durch Transparenz, Sicherheit und Kontrolle.

SAP Fiori ist die moderne, intuitiv bedienbare Benutzeroberfläche, welche die vollständig integrierte und transparente Nutzung von SAP S/4HANA und SAP C/4HANA ermöglicht. Mit SAP Fiori steht den Anwendern eine personalisierte, rollenbezogene Oberfläche zur Verfügung, deren Philosophie sie bereits aus der Consumer-Welt kennen.

SAP S/4HANA ist die Enterprise Resource Planning-Suite (ERP) von SAP. Sie schafft die Basis für die digitale Transformation Ihres Unternehmens. SAP S/4HANA reduziert die Komplexität Ihrer IT und erzeugt einen Informationsfluss in Echtzeit. So lassen sich Geschäftsszenarien schnell und effektiv umsetzen sowie zukünftige Prozesse und Prozessanteile stabil abbilden.

Lassen Sie uns gemeinsam Ihre Kunden begeistern!

ÜBER ARVATO SYSTEMS

Als international agierender IT-Spezialist unterstützt Arvato Systems Handelsunternehmen & handelnde Hersteller bei der Digitalen Transformation.

Über 2.700 Mitarbeiter an weltweit 25 Standorten bringen profunde technische Expertise, Branchen- und Prozess-Know-how sowie einen klaren Fokus auf Kundenbedürfnisse zum Einsatz. Unsere über 400 SAP-Spezialisten mit umfassendem IT-Roadmap- und IT-Architektur-Know-how entwickeln für unsere Kunden innovative IT-Lösungen, integrieren komplette digitale Prozessketten (End-to-End) und übernehmen auf Wunsch den Betrieb und die Betreuung von IT-Systemen. Zusätzlich können wir im Verbund des Bertelsmann-Konzerns ganze Wertschöpfungsketten abbilden. Unser Global Delivery-Modell ermöglicht es uns, für die individuellen Anforderungen unserer Kunden maßgeschneiderte Projekte weltweit zu realisieren.

Ihr Ansprechpartner



Steffen Groba

Experte für SAP C/4HANA

Tel: +49 5241 80-70770



arvato
BERTELSMANN

Arvato Systems