

ORACLE

WIE SIE

Mit einer nahtlos
orchestrierten
auftragsabwicklung
das kundenerlebnis
verbessern





Positionieren Sie sich für Wachstum

Im Omnichannel-Handel müssen die Käuferlebnisse auf die Anforderungen der Kunden zugeschnitten sein. Ganz gleich, ob der Kauf im Internet, im Laden oder im Direktvertrieb stattfindet: Kunden legen Wert auf ein reibungsloses Einkaufserlebnis, bei dem sie einfach und schnell Bestellungen aufgeben und Retouren abwickeln können.

Aus diesem Grund hat ein nahtloses und benutzerfreundliches Kundenerlebnis bei jeder B2B- und B2C-Strategie oberste Priorität. Dabei müssen Sie die wichtigsten Prozesse vereinfachen – von der Auftragserfassung und -konfiguration bis hin zur Bestandstransparenz, der termingerechten Auftragserfüllung, dem Versand und den Retouren.

B2B-Käufer erwarten ein ansprechendes Kundenerlebnis, das ihren Erfahrungen als privater Konsument in nichts nachsteht. Dazu gehört eine optimierte User Experience (UX) auf Websites und mobilen Apps mit Bestellfunktion. Für Unternehmen zahlt sich der kanalübergreifende B2B-Handel aus, denn Omnichannel-Lösungen verringern die Fehlerquote bei der Auftragsannahme und -verarbeitung. Das wiederum steigert die Effizienz.

Hinter den Kulissen verlangt die Abwicklung der Aufträge und Lieferungen eine komplexe Orchestrierung. Unternehmen, die sich auf veraltete Anwendungen verlassen, können damit einfach nicht Schritt halten. Sie brauchen heute digital integrierte und vernetzte Backoffice-Anwendungen, um für Wachstum zu sorgen.

Schon gewusst?

97 % aller B2B-Kunden würden im Rahmen eines digitalen, durchgängigen Self-Service-Modells einen Kauf tätigen, wobei die große Mehrheit zu Online-Bestellungen im Wert von 50.000 US-Dollar oder mehr bereit ist. Das berichtet McKinsey & Company.

¹ Das Webinar „Strengthen Your Resilienz With Digital Business“ fand am 14. Juli 2020 mit 393 Teilnehmern statt. In diesem Rahmen wurden Umfragen durchgeführt, um die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Umsatz der Unternehmen und die für die kommenden 12 Monate geplanten digitalen Investitionen der Befragten zu beleuchten.

² Laut den Grundannahmen für die strategische Planung aus dem Bericht der Gartner-Studie „10 Things COVID-19 Will Change in Digital Commerce“, veröffentlicht am 28. August 2020 – ID G00730348.

- **70 % bis 80 % aller B2B-Kunden** bevorzugen laut McKinsey & Company indirekte Interaktionen aus der Ferne oder einen digitalen Self-Service.
- Die globalen Umsätze im B2B-Handel stiegen laut McKinsey & Company im Verlauf der COVID-19-Pandemie **um 24 % im Vergleich** zum Vorkrisenniveau.
- Aus zwei Umfragen im Rahmen eines Gartner-Webinars im Juli 2020 geht hervor, dass 53 % aller Befragten in den folgenden 12 Monaten mit einem Umsatzrückgang rechneten, aber im selben Zeitraum **86 % die Erhöhung ihrer digitalen Investitionen** planten.¹
- Bis zum Jahr 2022 werden **50 % aller großen Unternehmen** es versäumt haben, ihre Interaktionskanäle zu vereinheitlichen. Die Folge ist ein fragmentiertes und isoliertes Kundenerlebnis ohne jeglichen Kontext.²



Trifft eines der folgenden Szenarien auf Sie zu?

- ✓ Für die Auftragsabwicklung auf unterschiedlichen Kanälen kommen unterschiedliche Anwendungen zum Einsatz. Dadurch mangelt es an Transparenz, was Aufträge, Lagerorte und die Verfügbarkeit von Zulieferern betrifft.
- ✓ Das bestehende System erschwert die Verarbeitung von hohen Auftragszahlen und die Verwaltung von komplexen Produkt- und Servicekonfigurationen.
- ✓ Es gibt Schwierigkeiten bei der gewinnmaximierenden Bestandszuweisung und Preisgestaltung auf Omnichannel-Ebene.
- ✓ Es kann kein genaues Versanddatum angegeben werden, weil die Produktionspläne und Beschaffungsmöglichkeiten nicht transparent sind.
- ✓ Die Produktivität sinkt aufgrund arbeitsintensiver Prozesse bei der Auftragsabwicklung, durch nicht vernetzte Daten und einer benutzerunfreundlichen Oberfläche, die die effektive Zusammenarbeit zwischen den Unternehmensbereichen verhindert.

Welche Vorteile bringt Ihnen die nahtlos orchestrierte Auftragsabwicklung?



1. Sie können für ein reibungsloses Einkaufserlebnis sorgen

Die Kunden können kanalübergreifend Bestellungen aufgeben, Produkte retournieren (online, offline) und von einem reibungslosen und einheitlichen Einkaufserlebnis profitieren, das sich durch ein fortschrittliches digitales Interface und eine moderne User Experience auszeichnet.

2. Sie realisieren eine schnelle Auftragserfüllung.

Bei starken Nachfragespitzen kann Ihr Auftragsbearbeitungssystem automatisch großvolumige Aufträge erfassen, Produktkonfigurationen und Preise verarbeiten, Aufträge aus verfügbaren Quellen ausführen und Produkte termingerecht liefern.

3. Sie verfügen über ein effizientes Datenzentrum für Bestellungen.

Dieses Datenzentrum ermöglicht die Orchestrierung komplexer Bestellungen (Konfiguration, hohe Stückzahlen, Back-to-Back-Aufträge, Streckengeschäfte und so weiter). Es verkürzt die Prozesse bei der Auftragsabwicklung und liefert Echtzeiteinblicke in Supply Chains, Bestellstatus und Versanddaten.

So können wir Ihnen helfen

- ✓ **Orchestrieren Sie Ihre Auftragsabwicklung in einer dezentralen Omnichannel-Umgebung**, die viele isolierte Systeme umfasst. So können Sie Kundenbestellungen aus verschiedenen Kanälen effizient bearbeiten und Bestellungen aus günstig gelegenen Lagerorten versenden.
- ✓ **Bauen Sie eine zentrale Datenbank für Informationen auf**, die nicht nur alle Kundendaten zusammenführt, sondern als Datenzentrum für Bestellinformationen aus sämtlichen Touchpoints dient – einschließlich Onlinehandel, Ladengeschäften und Außenvertrieb. Die Bestandstransparenz in Echtzeit ermöglicht termingerechte Lieferungen.
- ✓ **Erfassen Sie große Bestellmengen aus verschiedenen Kanälen**, verwalten Sie Produktkonfigurationen und Preise, versenden Sie Bestellungen aus den am besten geeigneten Lagern, verbessern Sie die termingerechte Auslieferung und integrieren Sie ERP und CX Cloud, um ein nahtloses Kundenerlebnis zu schaffen.

„Bevor wir uns für Oracle entschieden haben, waren alle Abläufe arbeitsintensiv und manuell. Wir hatten keinen Überblick über die Bestände. Inzwischen sind wir den täglichen Herausforderungen gewachsen und meistern Ausnahmesituationen, Auftragsspitzen und Engpässe.“

— **Roger Connett**
IT Director, Wolseley

Mit diesen Schritten positionieren Sie Ihr Unternehmen für Wachstum

Schritt 1.

Stellen Sie den Kunden in den Mittelpunkt. Vereinheitlichen Sie Ihre Verkaufskanäle für ein optimales Kundenerlebnis. Investieren Sie mit Blick auf Ihre gesamte Logistik in ein integriertes Auftragsmanagement.

Schritt 2.

Ermitteln Sie Engpässe und arbeitsintensive manuelle Prozesse innerhalb Ihrer Auftragsabwicklung. Nutzen Sie digitale Technologien, um Ihre Mitarbeiter zu entlasten und ihnen neue Möglichkeiten zu geben.

Schritt 3.

Führen Sie eine Bestandsaufnahme Ihrer vorhandenen Systeme und Anwendungen durch und ordnen Sie Ihren Geschäftszielen die technologischen Anforderungen zu. Ziehen Sie eine Lösung in Betracht, mit der Sie einzelne Systeme nacheinander austauschen können, ohne alle Systeme auf einen Schlag zu ersetzen.



Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, wie Sie Ihre Auftragsabwicklung möglichst gewinnbringend optimieren, dann besuchen Sie unsere Website zur [Perfekten Lieferung](#) oder sehen Sie sich einen Produktüberblick an:

Product tour

Copyright © 2021, Oracle and/or its affiliates. This document is provided for information purposes only, and the contents hereof are subject to change without notice. This document is not warranted to be error-free, nor subject to any other warranties or conditions, whether expressed orally or implied in law, including implied warranties and conditions of merchantability or fitness for a particular purpose. We specifically disclaim any liability with respect to this document, and no contractual obligations are formed either directly or indirectly by this document. This document may not be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, for any purpose, without our prior written permission. Oracle and Java are registered trademarks of Oracle and/or its affiliates. Other names may be trademarks of their respective owners.