

B2B-Integration: Motivation, Herausforderung und Nutzen

Peter Herzog, Bison Schweiz AG

Eventsponsor

HASLERSTIFTUNG

Themensponsoren



Sponsoren

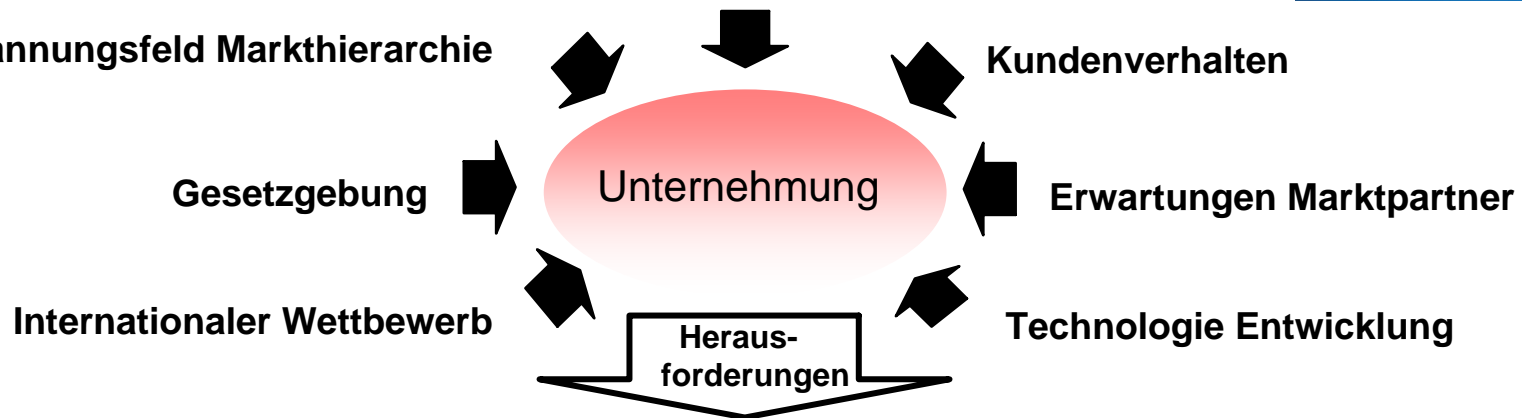


Medienpartner

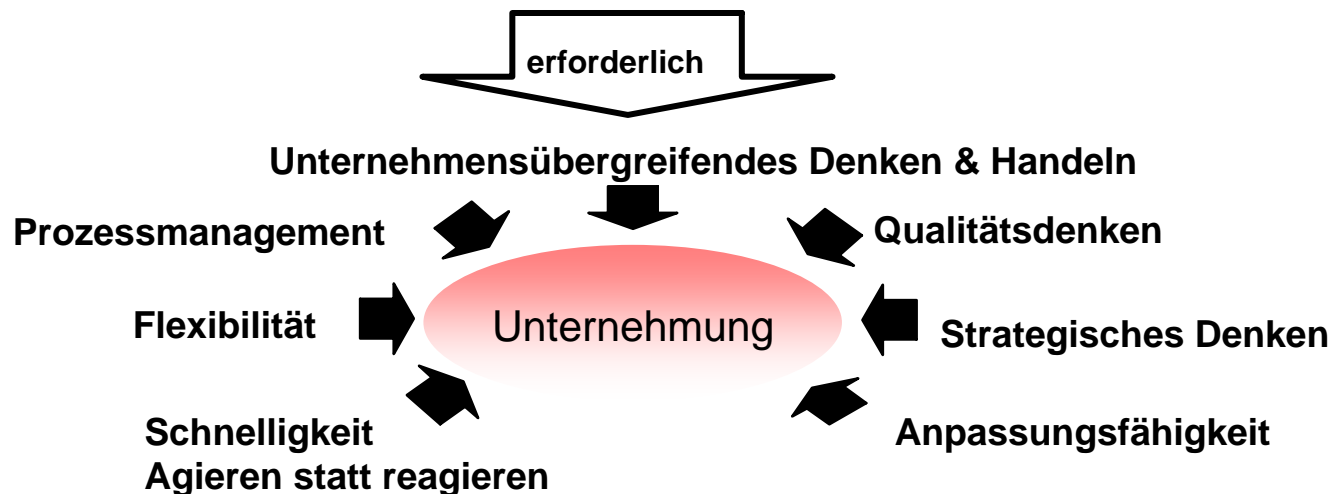
Handelszeitung



Der Wandel und seine Konsequenzen



Dynamik im Marktumfeld Betriebsformen	Hybrider Verbraucher Kunden	Komplexitäts-Management und Profilierung	Beschleunigung der Prozesse	Marketing
---------------------------------------	-----------------------------	------------------------------------------	-----------------------------	-----------



- **Das Phänomen der Zunahme der Komplexität ist besonders im Handel zu beobachten. Typische Treiber sind:**
 - **Vielschichtigkeit des Kundenverhalten (hybrides Verhalten)**
 - **Das Auftreten neuer Wettbewerber, die durch Vertikalisierung des Geschäfts den Produktlebenszyklus beschleunigen.**
 - **Das Auftreten neuer Betriebsformen, das die Spielregeln im Wettbewerb verändert.**
 - **E-Business**
 - **Es geht in Zukunft nicht mehr alleine um CRM sondern um ERM**
 - **Gesetzgebung**
- ➔ **Ziel: Die Komplexitätskosten mittels strategischem Management der Geschäftsprozesse in den Griff zu bekommen**

Beschleunigung der Prozesse



- **Geschäftsprozessmanagement sichert Time-to-Market**
- **Typische Dimensionen des Geschäftsprozessmanagement im Handel:**
 - **Kosten**
 - **Wertsteigerung**
 - **Qualität**
 - **Zeit**

- **Ziel: Eine enge Verzahnung der Prozesse zwischen Lieferanten und Kunden auf den Ebenen:**
 - **Der physischen Warenströme und der Logistik**
 - **Des Informationsaustausches (z.B. EDI) und der IT-Infrastruktur**
 - **Vertikale Integration der Prozesse (basiert auf einer kooperativen Prozesskette)**
 - **Des Austausches von Wissen**

- ➔ **Bedingt: Ausrichtung der Prozesse an die Unternehmens-Strategie**

Die Produkt-Wertschöpfungskette

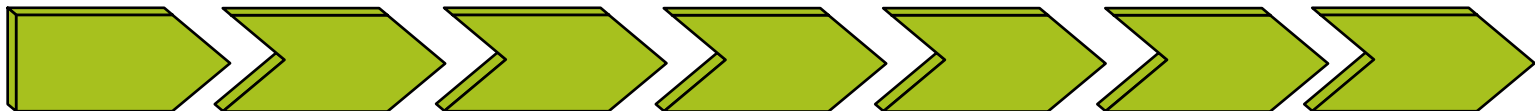
kleines Marktwachstum
+ grosse Konkurrenz
= kleine Margen
= Differenzierung und
Kosteneinsparungen
= kleinere Losgrössen

**Einfluss-
faktoren**

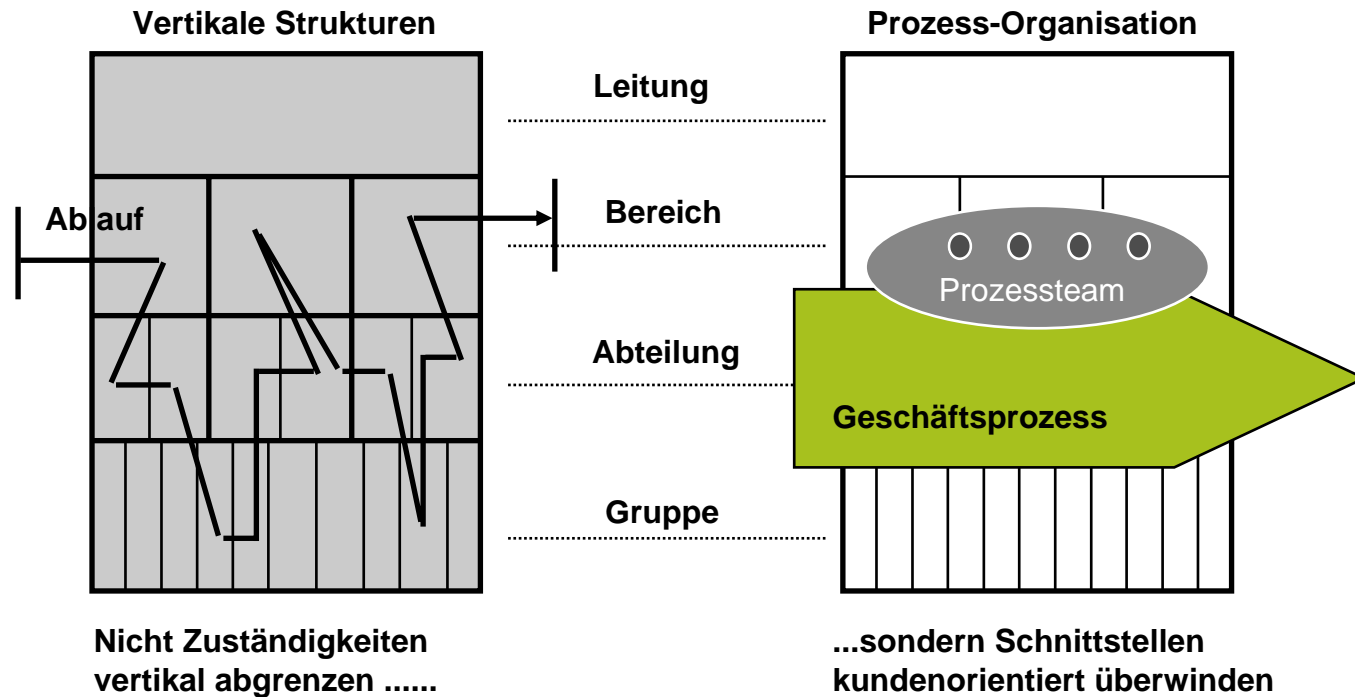
schnell ändernde Kundenbedürfnisse
= kürzere Produktlebenszyklen
= immer mehr individualisierte
Produkte

änderndes Kaufverhalten
= neue Verkaufskanäle
= Zusatzdienstleistungen

Technologie
RFID



Organisatorische Barrieren überwinden

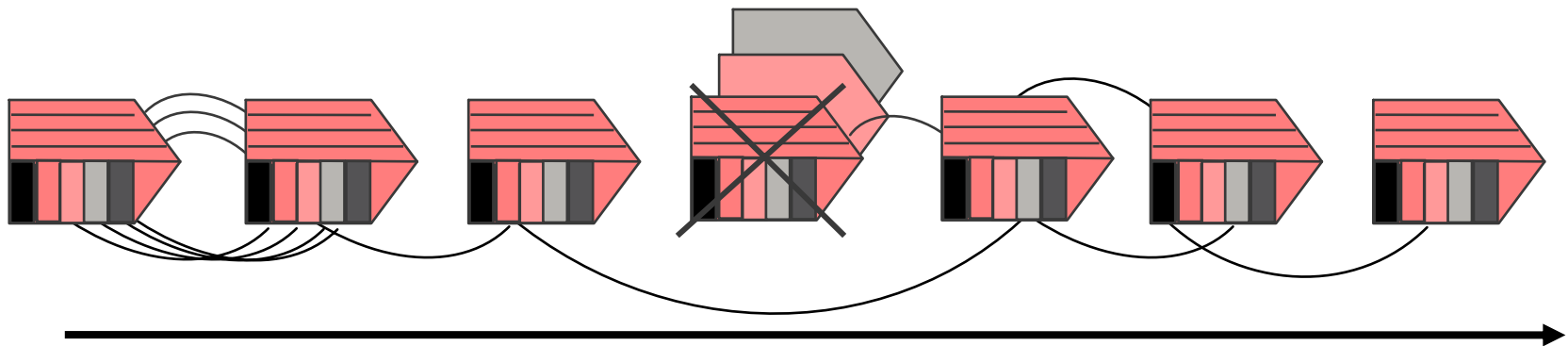


- ➔ **Geschäftsprozesse setzen nicht auf Funktionsabgrenzung, sondern auf die Kundenorientierung und Wirtschaftlichkeit der Leistungserstellung. Die Unternehmung wird so zu einer lernenden, zukunftsfähigen Organisation.**

Die Markt-Wertschöpfungskette



- **Optimaler Waren- & Informationsfluss als IT-Schwerpunkte**
- **Marktorientiertes Management / Wettbewerbsvorteil**
- **Wertschöpfung geschieht mit den Kunden „stromab“ und den Lieferanten „stromauf“ gemeinsam.**



Schneller Waren und Informationsfluss

→ Ziel: Unternehmens - und organisatorische Barrieren überwinden

- ... eliminieren interne Schnittstellen
 - ... lassen unproduktive Liegezeiten verschwinden
 - ... lassen Informationen schneller fließen
 - ... lassen vor allem auch „geistige Rüstzeiten“ verschwinden
 - ... fördern die Selbstkoordination
 - ... lassen das Konzept der „Lernenden-Organisation“ umsetzen
 - ... stellen den Kunden in den Mittelpunkt
- ➔ Das Unternehmen als Mitglied des Marktprozesses kann nur überleben, wenn es helfen kann, die Wertschöpfung der gesamten Wertschöpfungskette zu halten oder zu steigern.

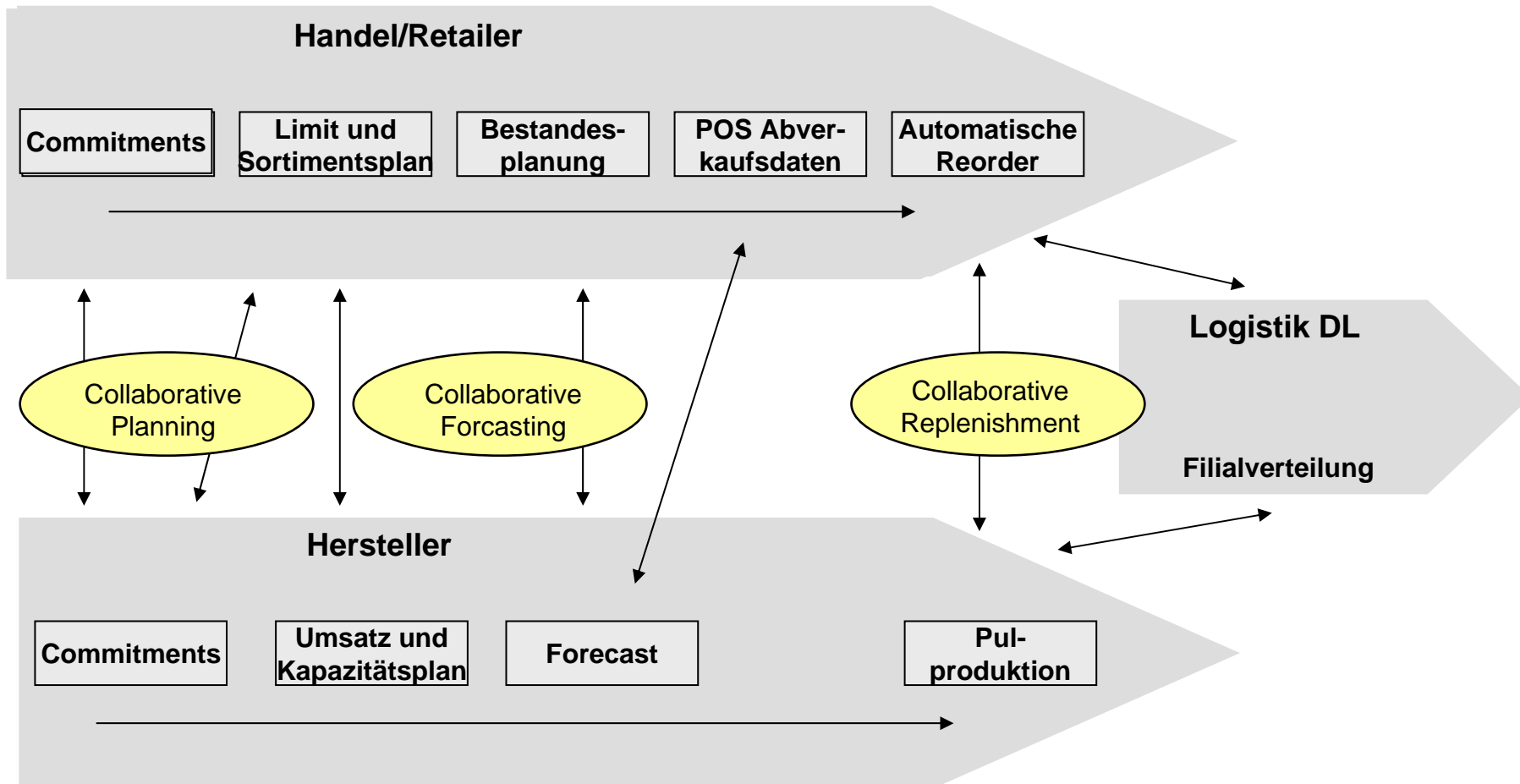
- **Peer-to-Peer Schnittstellen**
- **EDIfact (Branchenspezifisch)**
- **Enterprise Application Integration Werkzeuge (EAI)**
- **Service-orientierted Architecture (SOA)**
- **Prozess Integrations-Werkzeuge (BPI)**
- **Prozessorientierte Business Software**

Vertikales Prozessmodell



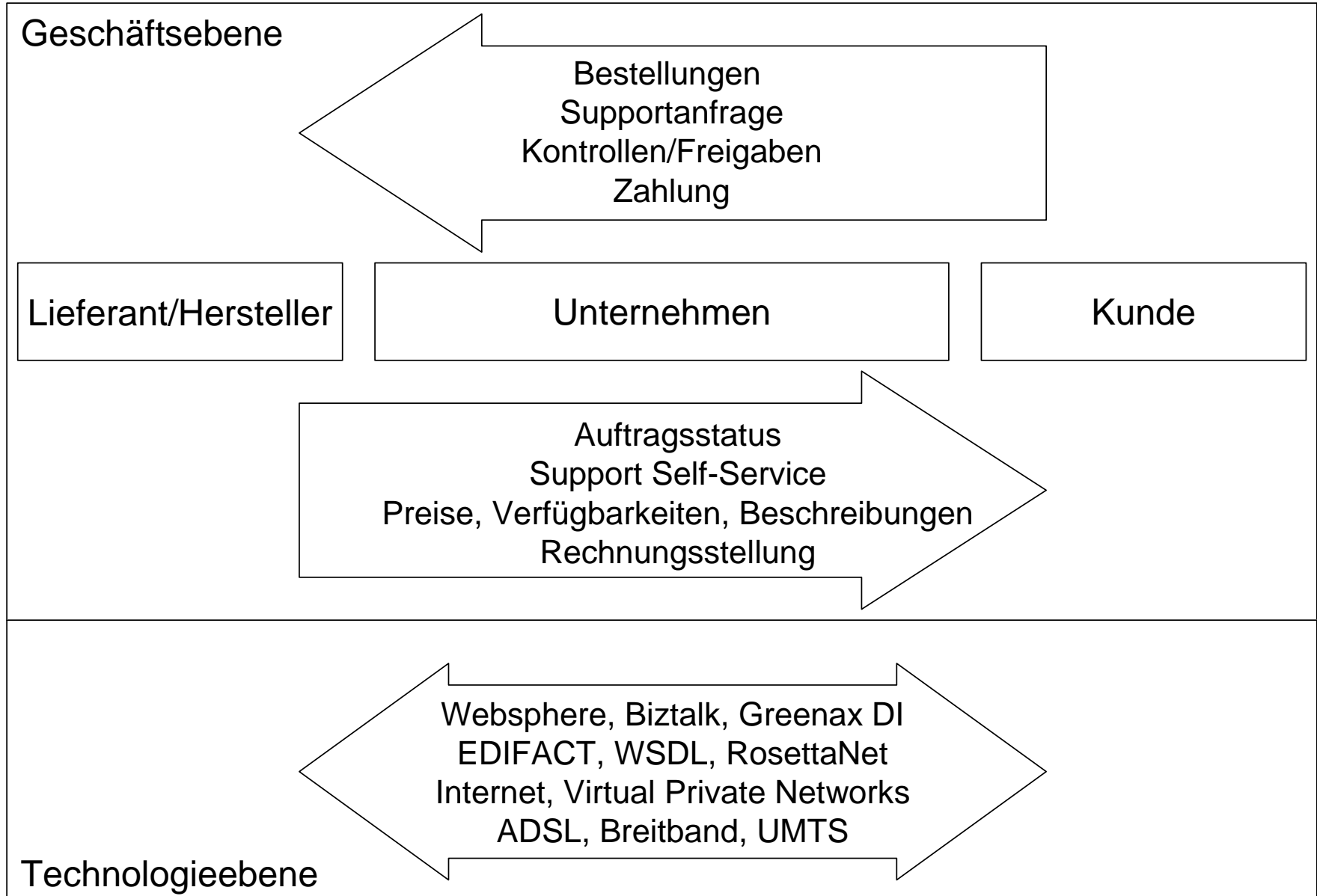
- **Kooperatives und integratives vertikales Prozessmanagement als vertikaler Quantensprung setzt quantitative und qualitative Nutzenpotentiale frei.**
- **Markante Steigerung des EBIT dank Steigerung des LUG und Kostensenkungen in den Wertschöpfungsprozessen sind möglich.**

Vertikales Prozessmodell (CPFR)



Collaborative Planung, Forecasting und Replenishment

Anwendungsbeispiele B2B-Integration



**Optimierung der Value Chain mit dem Ziel,
ein messbares Ergebnis in der Bilanz und
der Erfolgsrechnung zu erreichen.**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Gerne beantworten wir jetzt Ihre Fragen.

Eventsponsor

HASLERSTIFTUNG

Themensponsoren



Sponsoren



Medienpartner

Handelszeitung

