

Preisgekrönte Digitalisierung für KMU im Bike- und Outdoorbereich

Fuchs-Movesa vertreibt als wichtiger Partner und Zulieferer der Bike- und Sportindustrie viele der besten Marken wie Shimano, Bosch, Fox und Abus exklusiv in der Schweiz. Mehr als 2'300 Velo- und Sportfachhändler zählen auf Fuchs-Movesa. Mit der neuen B2B-Plattform basierend auf «Retail Central CX» von Cando setzt Fuchs-Movesa neue Massstäbe in der Digitalisierung der Prozesse zwischen Gross- und Fachhandel. Erfahren Sie hier, wieso die Fachjury des «Best of Swiss Web» Awards 2023 die Plattform als Vorbild für KMUs und zum Gold Gewinner der Kategorie Digital Commerce gekürt hat.

Integrierte und digitale Prozesse

Die Zahl der Aufträge im Bike-Bereich sind in den letzten Jahren sprichwörtlich explodiert und viele der teils noch manuellen Prozesse galt es effizienter zu gestalten. Im Fokus der neuen B2B-Plattform standen daher digitale und voll integrierte Prozesse, sowohl für Fuchs-Movesa selbst, wie auch für die Händler und Endkunden. Die neuen digitalen Services richten sich primär an B2B-Poweruser, die täglich intensiv damit arbeiten. Aber auch interne Workflows im Produktmanagement wurden optimiert und digital umgesetzt.

Retouren per Smartphone scannen

Komplett neu hat Fuchs-Movesa den Retouren-Prozess für die Händler gedacht. In der Vergangenheit retournierten diese Artikel per Post, ohne die nötigen Angaben zur Bestellung oder gaben falsch bestellte Komponenten dem Aussendienstmitarbeiter mit. Dies verursachte für den Kundendienst und die Logistik erhebliche Mehraufwände.

Neu können mehrere Artikel bequem mit dem Smartphone gescannt und direkt in den «Retourenkorb» gelegt werden inkl. Drucken der Adressetiketten für die Rücksendung. Der Status ist jederzeit im Self-Service Portal ersichtlich und auch die Gutschrift erscheint unmittelbar am gleichen Ort.

Digitaler Vororder-Prozess

Ein weiterer wichtiger Prozess ist der Vororder-Prozess für saisonale Vorbestellungen von Bike-Komponenten und Outdoor-Kollektionen. Der neue digitale Prozess vereint das Beste aus dem «vor Ort» Erlebnis in den Showrooms und den Vorteilen der Online-Welt. Der Aussendienst kann sich dank der digitalen Unterstützung beim Besuch der Velohändler noch besser auf die Beratung oder die individuelle Bemusterung

in den Showrooms konzentrieren. Dabei erfolgt der eigentliche Vororder-Prozess nun komplett digital und voll integriert in die Systeme von Fuchs-Movesa. Dies stellt eine grosse Zeitersparnis dar, ermöglicht kollaboratives Arbeiten zwischen Berater und Velohändler, was in strukturierteren Order-Terminen und besserem Controlling für beide Parteien resultiert.

Online-Kollaboration mit Aussendienst

Auch nach dem Besuch kann der Aussendienst und Kundendienst mit dem Händler direkt online zusammenarbeiten, Vorschläge für Produktneuheiten anbieten, Rabatte definieren, Artikel und Bestellungen anpassen, Retouren im Namen des Händlers erfassen und vieles mehr. Dies erleichtert die (remote) Zusammenarbeit mit den Händlern enorm.

Self-Service Händler-Portal

Als zentrale Drehscheibe fungiert das neue Self-Service Portal. Es stellt den Händlern alle Informationen rund um Bestellungen und Services an einem Ort zur Verfügung. Dank der nahtlosen Integration des ERP-Systems von Fuchs-Movesa erhalten die Händler volle Transparenz zu Bestell- und Finanzdaten sowie Zugriff auf alle Bestellungen, Rechnungen, Gutschriften, Rückstände und deren Status – egal über welchen Kanal diese zustande kamen.

B2B Customer Experience

Eines der wichtigsten Ziele war es, den Händlern eine herausragende B2B Customer Experience zu bieten, die Ihnen die täglichen Arbeiten erheblich vereinfacht. Dazu gehören beispielsweise kundenspezifische Sortimente und Preise, das Erstellen und Verwalten von dedizierten Warenkörben für Endkunden, Händler und Vororder, direkte Lieferungen an Endkunden oder die

gleichzeitige Bearbeitung von mehreren Artikeln mittels Massenmutationen und Tastatursteuerung.

Produktdaten in hoher Qualität

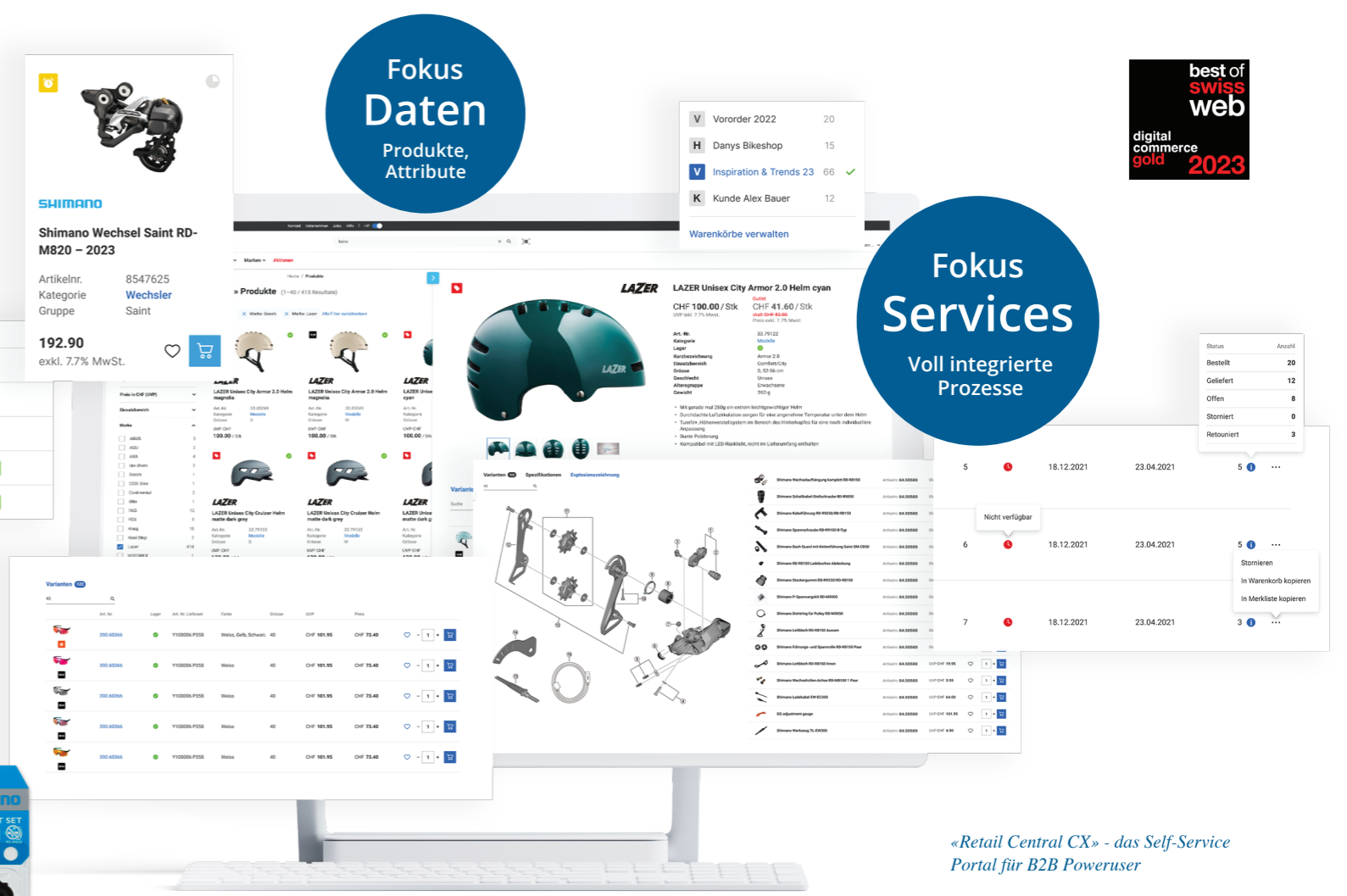
Hochwertige und stets aktuelle Produktdaten sind heute ein entscheidender Erfolgsfaktor. Insbesondere bei grossen und heterogenen Produktkatalogen wie bei Fuchs-Movesa steht daher die Qualität und das Management der Produktdaten im Zentrum. Stammdaten werden dabei direkt vom ERP ins PIM übertragen, mit Produktinformationen und Medieninhalten angereichert und über unterschiedliche Kanäle ausgegeben.

PIM für Produkte und Attribute

Das zentrale und flexible Produkt- und Attributmanagement erleichtert hier die Arbeit der Produktmanager ungemein: Unterschiedliche Sortimente und Katalogbäume mit Basis- und Variantenprodukten sind einfach zu organisieren. Dabei können hunderte Attribute inkl. Einheiten zentral verwaltet, gruppiert, vererbt, wiederverwendet und Kategorien zugeordnet werden.

Fokus Bestellung
Aufträge,
Rechnungen

Retourendatum	Status
18.03.2021	Offen
11.03.2021	Offen
04.03.2021	Offen
28.02.2021	Abgeschlossen
25.02.2021	Abgeschlossen



Mehr als nur ein neuer Webshop

Die bei Fuchs-Movesa vorhandene proprietäre Lösung beinhaltete bereits ein PIM, DAM, CMS und einen Webshop. Das Projektziel war denn auch nicht deren reine Ablösung, sondern umfasste einiges mehr: Neben der gewohnten B2B-Funktionalität sollten sichtbare Mehrwerte für die Händler in Form von neuen Services sowie eine moderne Customer Experience geschaffen werden.

Einbezug der Händler und Mitarbeiter

Gestartet wurde daher mit dem Einholen der Bedürfnisse aller Stakeholder, d.h. Händler, Mitarbeiter und Management. Dabei wurden aktuelle Prozesse analysiert, Probleme identifiziert und Ideen für Optimierungen gesammelt. Dies geschah auch bei den Händlern vor Ort in der Werkstatt und im Laden, umfasste Prototypen, Interviews und Usability Testings sowie Co-Creation Workshops mit Marketing, Verkauf, Produktmanagement und Technik.

Agile Entwicklung und Go-Live

Auf dieser Basis erfolgte die agile Entwicklung der neuen Plattform. Ein wichtiger Erfolgsfaktor war dabei die hohe technische

«Retail Central CX» - das Self-Service Portal für B2B Poweruser

Kompetenz von Fuchs-Movesa. Zusammen mit Cando arbeitete ein gemeinsames Team aus ERP- und IT-Spezialisten, Fachverantwortlichen, UX-Designer und E-Commerce Experten sehr eng zusammen. Anfangs Februar 2023 war es dann so weit und die neue B2B-Plattform ging erfolgreich noch vor der Saison an den Start. Derzeit wird die Plattform für weitere Unternehmen der Gruppe im Motorrad-, Do-It- und Gartenbereich lanciert und somit die Synergien der Entwicklung optimal genutzt.

Über Cando

Cando ist ein Schweizer E-Commerce Anbieter mit Schwerpunkt auf Daten, Prozessen und Customer Experience. Zu den Kunden gehören KMUs und grosse Unternehmen wie die Competec Gruppe (Brack, Alltron), OFFAG Gruppe (Vespa, Fuchs-Movesa), DOBI Inter, HelloFresh und viele weitere Digital Commerce Champions sowohl im B2C- und B2B-Bereich.

Mehr zu «Retail Central CX»: <https://www.cando-image.com/de/case-retail-central-cx-fumo>