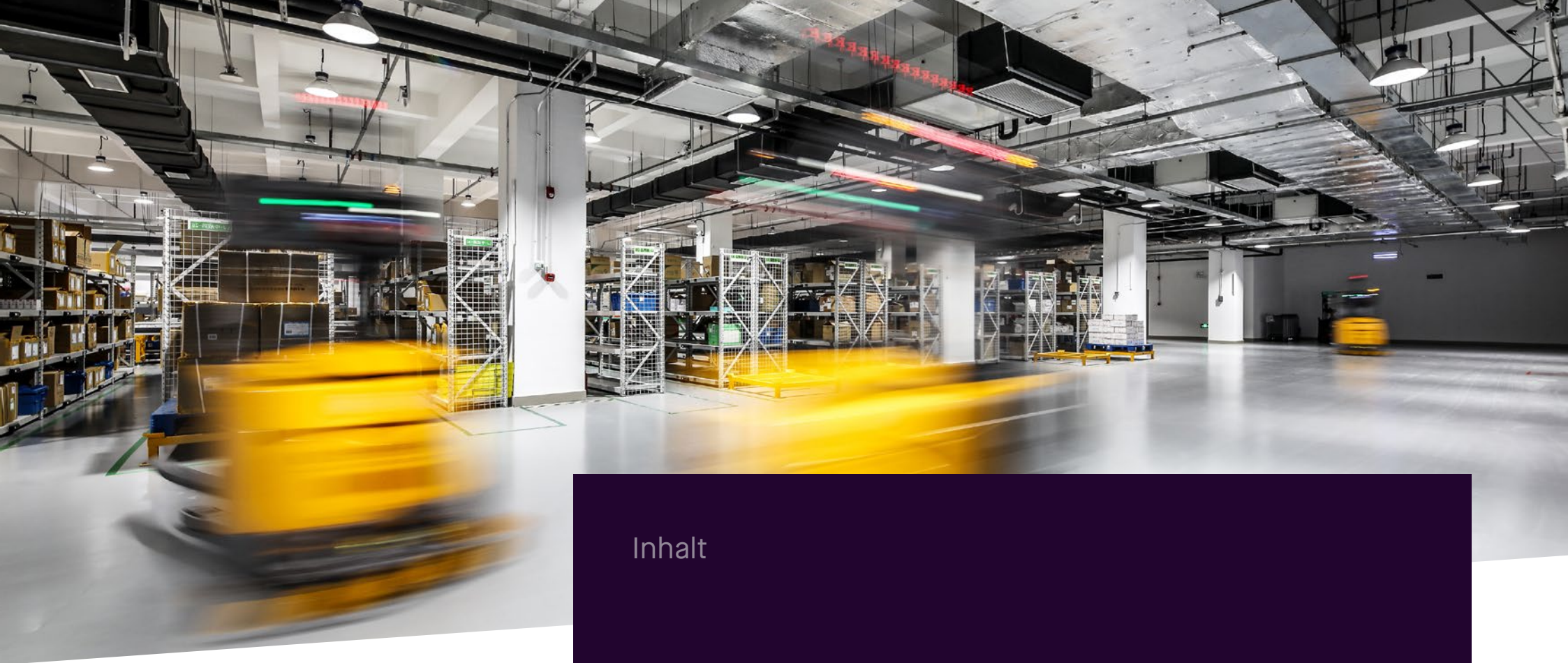


Lösungsstrategien & Best Practices

# Customer Experience im Großhandel

Erfahren Sie am Beispiel unserer Projekthighlights aus dem Großhandel, wie Sie Ihren Kunden ganzheitliche Kundenerlebnisse ermöglichen und sich so vom Wettbewerb abheben können.



## Inhalt

- 1 Mit einzigartigem Kundenerlebnis vom Wettbewerb abheben
- 6 Vorteile eines positiven Kundenerlebnisses auf einen Blick
- 7 Worauf Sie in unseren Projekten zählen können
- 7 Highlights unserer Kundenprojekte
- 8 – Ringfoto: Move2Cloud bringt B2B-Plattform des Fotoverbands auf nächstes Level
- 10 – Saatbau: Eine Saatgut-Plattform, die Genossenschaft, Landwirte und Händler verbindet
- 12 – MoselTüren: Tür auf für moderne Konfigurations- und Vertriebslösungen in der Cloud
- 14 – Winkhaus: Digitale B2B/C-Plattform für Partner und Verarbeiter
- 16 – Promedico: Professionelle Kundenbetreuung als Basis für Wachstum

## Mit einzigartigem Kundenerlebnis vom Wettbewerb abheben

Neue digitale Wettbewerber wie Online-Portale oder Super-Stores, veränderte Kundenerwartungen, zunehmende Produkt- und Preistransparenz und wachsender Effizienzdruck stellen den Großhandel heute vor große Herausforderungen. Zugleich bietet die Digitalisierung große Chancen: Digitale Vertriebs- und After-Sales-Kanäle, Self-Service-Optionen und personalisierte, B2C-ähnliche Kundenerlebnisse (Customer Experience (CX)) sind wichtige Alleinstellungsmerkmale. Sie ermöglichen es Großhändlern, aus Unternehmenskunden loyale, gerne wiederkehrende Stammkunden zu machen.

### Was ist Customer Experience?

Customer Experience (CX) bezieht sich auf die Gesamtheit der Erfahrungen, die ein Kunde mit einem Unternehmen über den gesamten Kundenlebenszyklus hinweg macht – von der ersten Websuche über den Kauf bis zum After-Sales-Service. Dazu gehören alle Interaktionen, die ein Kunde mit einem Unternehmen hat sowie die Wahrnehmung der Marke und des Produkts.

### Die CX-Suite von SAP

Die CX-Suite von SAP unterstützt Unternehmen dabei, durchgängig positive Kundenerfahrungen zu schaffen.

Zur Suite gehören:

**SAP Emarsys:** Personalisierte, KI-gestützte Omnichannel-Marketingkampagnen

**SAP Commerce Cloud:** Umfassende Shop-Plattform für den digitalen Handel

**SAP Sales Cloud:** Automatisiertes, KI-gestütztes Customer Relationship Management

**SAP Service Cloud:** Effizientes Field-Service- & Maintenance-Management

## Mit leistungsstarkem Shopsystem den steigenden Anforderungen begegnen

Obwohl der B2B-Verkaufszyklus komplex ist, erwarten B2B-Käufer ein **Nutzungserlebnis, wie sie es aus dem privaten Umfeld** kennen. Dies umfasst nutzerfreundliches Design und vor allem umfassende Funktionalität – und das 24/7 mit umfangreichen Self-Services. Ein effizientes und zuverlässiges Shop-System wie SAP Commerce Cloud ist daher die Erfolgswahl für Großhändler.

## Nahtlose Integration ins ERP

Anders als im B2C-Geschäft sind die Anforderungen im Großhandel jedoch oft anspruchsvoller: Ein wesentlicher Unterschied ist, dass Großhändler im Webshop oft **komplexe Preis- und Rabattstrukturen und individuellen Preisvereinbarungen** in Echtzeit darstellen müssen. Die nahtlose Integration des Shop-Systems mit bestehenden ERP-Systemen und Lagerverwaltungslösungen ist daher unerlässlich.

Mit SAP ERP und der SAP CX Suite erhalten Großhändler Front (SAP Commerce Cloud) und Back Office (ERP) aus einer Hand. Daten-Silos werden aufgebrochen und Daten in einem zentralen System (**Single Source of Truth**) verwaltet. Das bedeutet in der Praxis beispielsweise, dass ERP-Daten in Echtzeit – **wie kundenspezifische Preise, verlässliche Lieferzeiten und Warenbestände** – sofort im Online-Shop stehen, was den Bestellprozess erheblich vereinfacht.

Passende Praxisberichte:  
Referenz Ringfoto (S. 8),  
Saatbau (S. 10)

## Produkte konfigurieren & kundenindividuelle Angebote erstellen

Ein weiterer Unterschied: Großhändler haben meist ein sehr **breites Produktportfolio** mit vielen Produktvarianten im Angebot. Sie brauchen daher zum einen **leistungsstarke Such- und Filterfunktionen**, dank derer Kunden trotz Produktvielfalt schnell den gewünschten Artikel finden. Die **Produktvarianz** zum anderen lässt sich mit einem **Produktkonfigurator** meistern. Mit einem Produktkonfigurator lassen sich **schnell und fehlerfrei Produkte konfigurieren** und mit tagesaktuellen Preisen, Verfügbarkeiten und Lieferzeiten versehen. Das vermeidet langwierige Rückfragen in den Fachabteilungen und fehlerhafte Angebote, die umständlich korrigiert werden müssen. Der **Zeitaufwand für die Angebotserstellung sinkt. Die Qualität des Angebots steigt.**

## Produktdaten effizient managen

Im digitalen Zeitalter sind **qualitativ hochwertige Produktdaten** entscheidend für den Erfolg im E-Commerce und darüber hinaus. Kunden erwarten detaillierte und aktuelle Informationen, um fundierte Kaufentscheidungen zu treffen. Hier kommt das Product-Information-Management-System (PIM) ins Spiel: Es stellt sicher, dass alle Produktinformationen vollständig, korrekt und konsistent über alle Kanäle hinweg bereitgestellt werden. Dadurch wird die Customer Experience verbessert, was zu höheren Konversionsraten und geringeren Retouren führt.



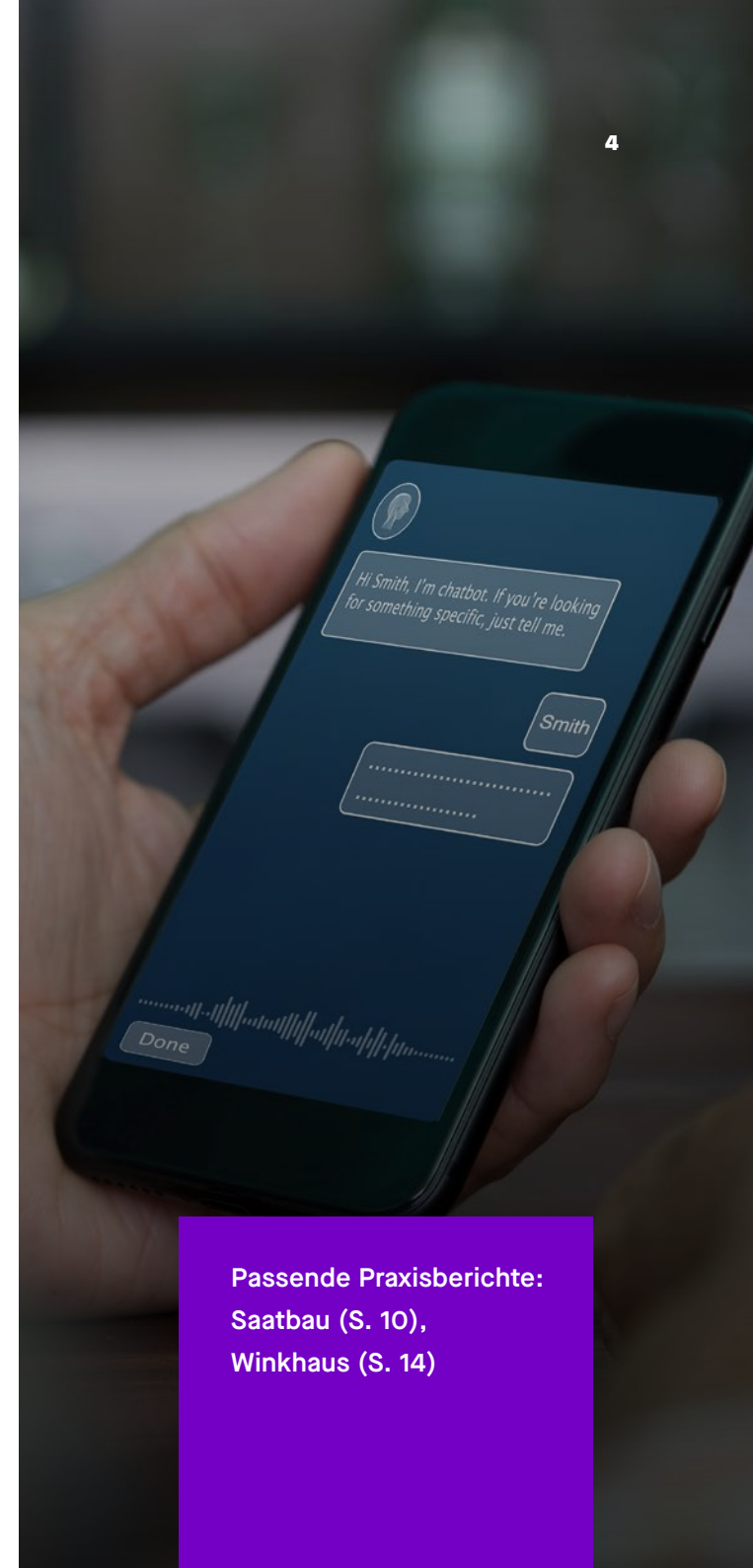
Passende Praxisberichte:  
MoselTüren (S. 12),  
Winkhaus (S. 14)

## Omnichannel Experience

Im Großhandel gewinnt eine Omnichannel-Strategie zunehmend an Bedeutung. Sie ermöglichen es Unternehmen, ihre **Kunden über verschiedene Vertriebskanäle hinweg nahtlos zu bedienen** und ein konsistentes Einkaufserlebnis zu bieten. Großhändler müssen in der Lage sein, ihre Produkte und Dienstleistungen sowohl online als auch offline anzubieten, wobei alle Kanäle – von digitalen Displays im Geschäft über den klassischen Webshop bis zu Online-Marktplätzen – miteinander verknüpft sind. Diese Integration ermöglicht es den Kunden, über den Kanal ihrer Wahl zu interagieren, Bestellungen aufzugeben, Produktinformationen abzurufen und Serviceanfragen zu stellen, **ohne dabei Brüche im Kundenerlebnis wahrzunehmen**.

## Personalisierte Einkaufserlebnisse

Um **Kunden auf jedem Kanal zielgruppengerecht anzusprechen**, gilt es, die unterschiedlichen Bedürfnisse und Präferenzen vielfältiger Kundengruppen präzise zu erfassen. CX-Lösungen (Customer-Experience-Lösungen) helfen dabei, diese Herausforderungen zu meistern, indem sie Daten aus verschiedenen Interaktionspunkten zentralisieren und analysieren. Dadurch können Großhändler **tiefer Einblicke in das Verhalten und die Bedürfnisse ihrer Kunden gewinnen** und gezielt personalisierte Marketingstrategien und Product Recommendations entwickeln.



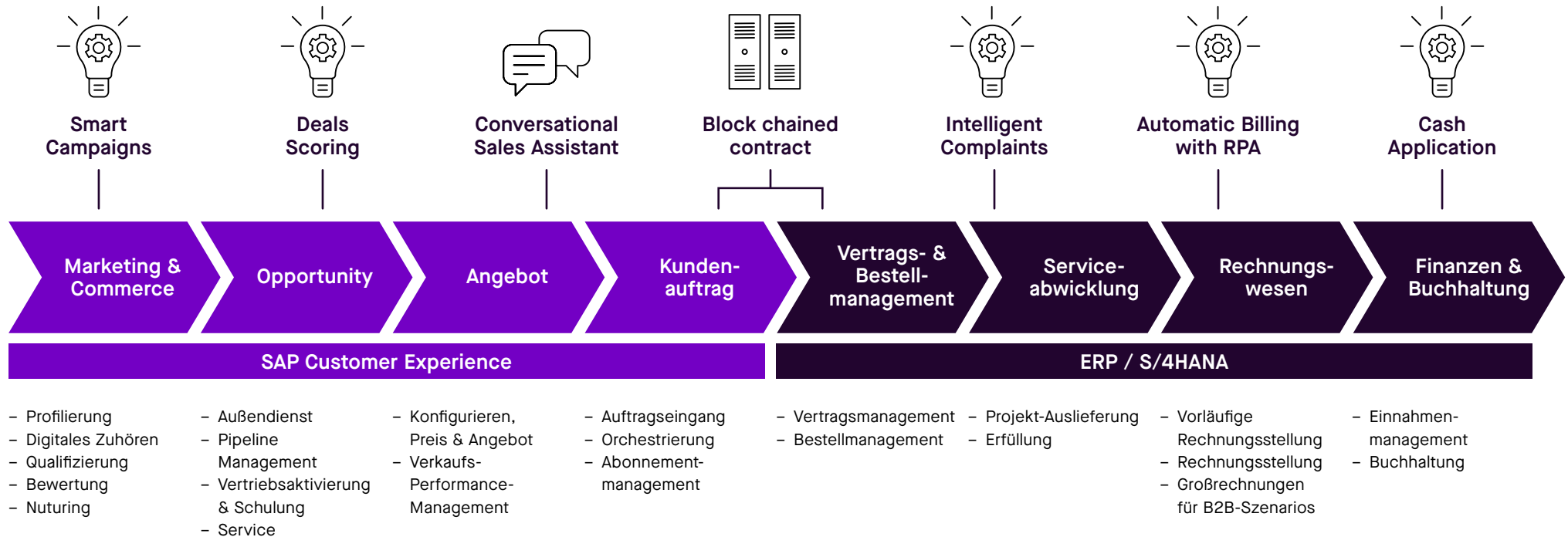
Passende Praxisberichte:  
Saatbau (S. 10),  
Winkhaus (S. 14)

# 360°-Sicht auf Kunden, Partner und Lieferanten

Großhandelsunternehmen interagieren oft mit einer Vielzahl an Kunden, Lieferanten und Zwischenhändlern. Die unterschiedlichen Anforderungen, Preisabsprachen und Lieferkonditionen dieser Kunden erfordern eine detaillierte und strukturierte Verwaltung,

um maßgeschneiderte Angebote und Dienstleistungen zu bieten. Ein CRM wie die SAP (Intelligent) Sales Cloud unterstützt den Vertrieb umfassend, indem es den Zugriff auf zentrale Kundeninformationen in Echtzeit ermöglicht – auch vor Ort im Vertriebsaußendienst. Dies führt

zu optimierten Arbeitsabläufen, einer verbesserten Kundenbetreuung und letztlich zu einer gesteigerten Produktivität und Kundenzufriedenheit.



## Vorteile eines positiven Kundenerlebnisses auf einen Blick

### + **Persönliche Einkaufserlebnisse schaffen:**

Individuell gestaltete Einkaufserlebnisse erhöhen die Relevanz und Attraktivität der Angebote für Kunden, da diese sich persönlich angesprochen fühlen.

---

### + **Steigende Kundenzufriedenheit:**

Eine hervorragende Customer Experience führt zu hoher Kundenzufriedenheit, da die Kundenbedürfnisse effektiv erfüllt und Erwartungen übertroffen werden.

---

### + **Höhere Kundenbindung und Weiterempfehlungsquote:**

Eine positive Erfahrung fördert die Kundenbindung und erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Kunden wiederkommen, dem Unternehmen treu bleiben und dieses weiterempfehlen.

### + **Differenzierungsmerkmal vom Wettbewerb:**

Unternehmen, die hervorragende Customer Experience bieten, können sich von Wettbewerbern abheben und sich in einem gesättigten Markt behaupten.

---

### + **Positive Markenwahrnehmung:**

Eine konsistent gute Customer Experience stärkt das Markenimage und sorgt für eine positive Wahrnehmung in der Öffentlichkeit.

---

### + **Langfristig gesteigerter Unternehmenserfolg:**

Gesteigerte Kundenzufriedenheit und -loyalität sowie positive Weiterempfehlungen legen die Basis für nachhaltigen Unternehmenserfolg.



## Worauf Sie in unseren Projekten zählen können

Wir kennen die Anforderungen Ihrer Branche und bieten als Full Service Provider allumfassende Lösungen und Services, die attraktive Quick Wins ermöglichen und mit einer tiefgreifenden digitalen Transformation nachhaltige Erfolge sichern. Gemeinsam mit Ihnen gestalten wir kunden-orientierte Geschäftsprozesse in Vertrieb, Service, Marketing & Commerce sowie Kundenidentitätsmanagement.

Als mehrfach ausgezeichnete SAP Premium Partner sind wir bestens mit dem Portfolio der SAP Customer Experience Suite vertraut. Unsere Developer erweitern den SAP Standard mit innovativen Eigenentwicklungen, um die Lösungen für Sie noch wertvoller zu machen. Als Tochter der All For One Group verfügen wir mit über 2.800 Expertinnen und Experten über ein starkes Netzwerk. Wir denken Ihre digitale Transformation ganzheitlich und liefern verlässlich Antworten auf Fragen zu führender Business-IT von SAP, Microsoft oder IBM.

### Die Highlights unserer Projekte aus dem Großhandel stellen wir Ihnen im Folgenden vor:



SAP Commerce Cloud (B2B & B2C), Move2Cloud, Product Information management (PIM), SAP Sales Cloud



SAP Commerce Cloud (B2B), SAP Sales & Service Cloud



BTP, Emarsys, SAP Commerce Cloud (B2B), FSM & SAP Sales & Service Cloud



SAP Commerce Cloud (B2B & B2C), SAP Sales & Service Cloud



SAP Sales Cloud

### Weitere Kunden aus dem Großhandel



## Case Study

# Move2Cloud bringt B2B-Plattform des Fotoverbunds auf nächstes Level

Ringfoto begeistert Mitglieder mit einem stattlichen Funktions-Spektrum und einem umfassenden Informationsangebot in der Cloud.

Ob Hobby, Beruf oder Leidenschaft – Fotografie hat einen hohen Stellenwert in der Gesellschaft. Wer selbst keine Fotos schießt, sieht sich zumindest gerne welche an. Ein beachtlicher Anteil der Fotofachhändler in Deutschland und Österreich ist Mitglied in Europas größtem Fotoverbund – der Ringfoto Gruppe. Diese Gemeinschaft bietet einige Vorteile. Seit dem Move2Cloud der B2B-Plattform RIO 4.0 sind zusätzliche Benefits hinzugekommen.



<b>Unternehmen</b>	Ringfoto GmbH & Co. KG
<b>Branche</b>	Fotoverbund
<b>Produkte</b>	Beratung // Vermarktung // Logistik
<b>Mitarbeiter</b>	1.120
<b>Umsatz</b>	über 500 Mio EUR
<b>Sitz</b>	Fürth // Deutschland
<b>Projekt</b>	Move2Cloud der SAP Commerce Lösung
<b>Projektlaufzeit</b>	11 Monate



Jetzt die  
vollständige  
Case Study  
lesen!



## Ausgangssituation & Projekt

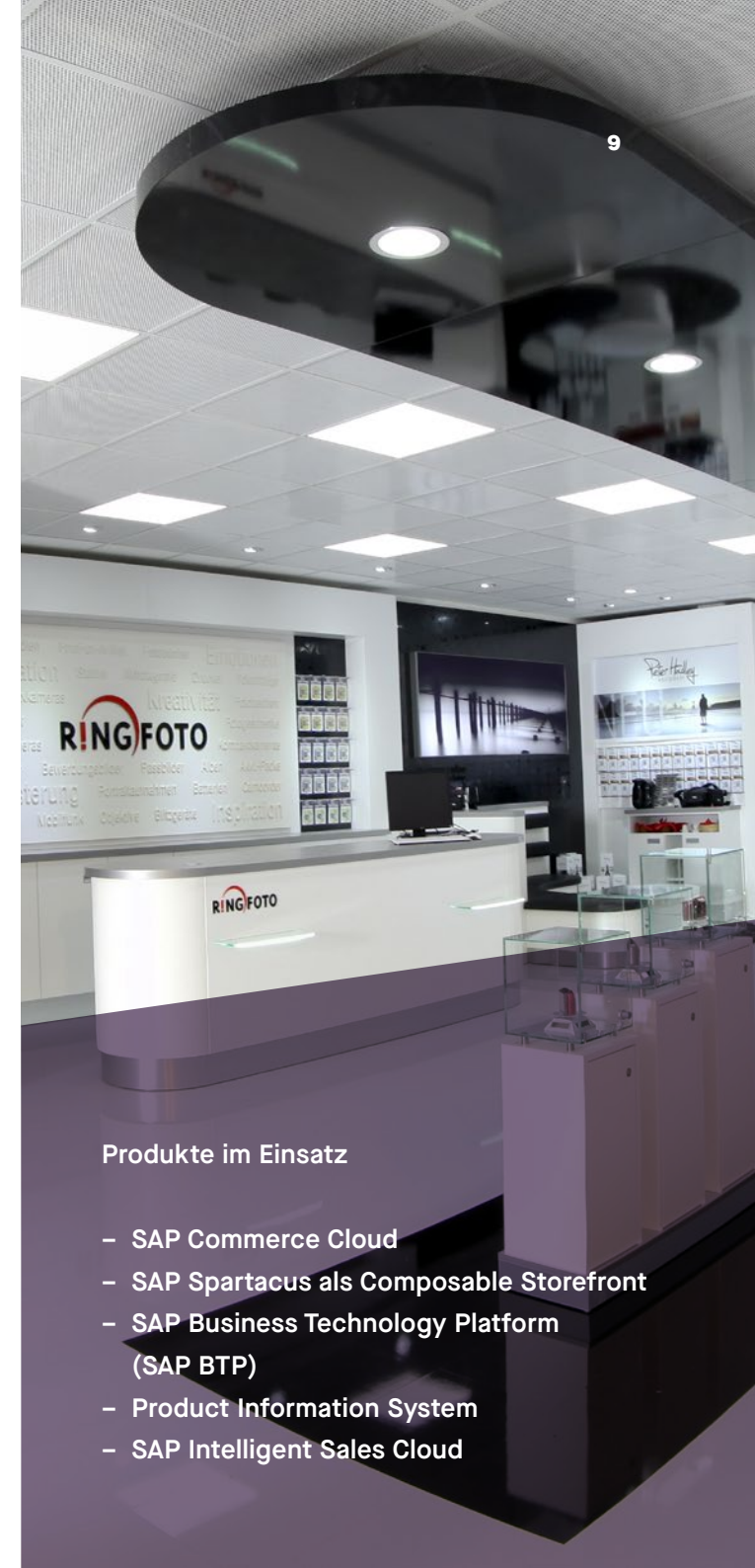
Mit über 1.000 Mitgliedern und 1.600 Vertriebsstellen ist die Ringfoto Gruppe der wahrscheinlich größte Fotoverbund der Welt. Als Verbund bietet die Gesellschaft ihren Mitgliedern zahlreiche Vorteile. Dazu zählen unter anderem Einkaufsvorteile, optimierte Konditionen und Zentralfakturierung. Etwa 98 Prozent ihrer Lagerumsätze generiert die Ringfoto Gruppe durch ihr B2B-Portal.

Bei der Fotoverbundgruppe ist seit 2017 SAP ERP im Einsatz. Die Commerce-Lösung für das B2B-Portal wurde zunächst lokal gehostet. Um neue Funktionen zu nutzen und von den Vorteilen regelmäßiger Updates zu profitieren, entschied sich das Unternehmen für den Move2Cloud. Mit dem Umstieg auf SAP Commerce Cloud ist Ringfoto nicht nur ein eleganter Relaunch, sondern vor allem ein **umfangreiches Upgrade** des Portals gelungen.

## Die Ergebnisse

Das neue, überarbeitete B2B-Portal bietet Mitgliedern mehr digitale Möglichkeiten bei optimierter Anwenderfreundlichkeit. Meldungen für Abverkäufe wie Cashback-Aktionen und Lagerwertausgleich werden bequem online abgegeben und gehen gesammelt an die Industrie. Ringfoto gibt die jeweiligen Gutschriften im nächsten Schritt an die Händler zurück. Das reduziert den Verwaltungsaufwand für alle und führt im Idealfall zu besseren Konditionen. Darüber hinaus bietet die Verbundgruppe ihren Mitgliedern durch Self Services in der Cloud **jede Menge Informationen auf Abruf**. Händler erhalten zusätzlich die Möglichkeit, Daten zu ihrem Shop selbst ins System einzutragen.

Mitglieder erhalten außerdem Zugriff auf Produktvideos, Tutorials und maßgeschneidertem Content. Die Beratung von Kunden und der Informationsaustausch werden dadurch optimiert. Gewinnspiele und Sonderaktionen stärken die Kundenbindung zusätzlich. Zu den Highlights des Portals zählen auch die **flexiblen Integrationsmöglichkeiten zur Anbindung weiterer Systeme** von Händlern und Industriepartnern. Dadurch entfällt der bisher nötige Wechsel zwischen unterschiedlichen Anwendungen.



### Produkte im Einsatz

- SAP Commerce Cloud
- SAP Spartacus als Composable Storefront
- SAP Business Technology Platform (SAP BTP)
- Product Information System
- SAP Intelligent Sales Cloud

## Case Study

### Eine Saatgutplattform, die Genossenschaft, Landwirte und Händler verbindet

Mit dem neuen E-Commerce-Portal und maßgeschneiderten Services schafft Saatbau Linz mehr Nähe zu Kunden und Händlern.

Qualitativ hochwertiges Saatgut ist die Ursprungsform von buntem Gemüse, frischem Brot, Speiseölen und mehr. Saatbau Linz arbeitet als Saatguthersteller unermüdlich daran, die Qualität und Erträge zahlreicher Sorten zu optimieren und sie an die Umweltbedingungen anzupassen. Mit der neuen E-Commerce-Plattform steht die Genossenschaft ihren Landwirten und Händlern jetzt 24/7 mit zahlreichen wertvollen Services zur Seite. Diese vereinfacht unter anderem die Planung und Dokumentation der Einkäufe. Das sorgt für eine hervorragende Customer Experience und stärkt die Kundenbindung.

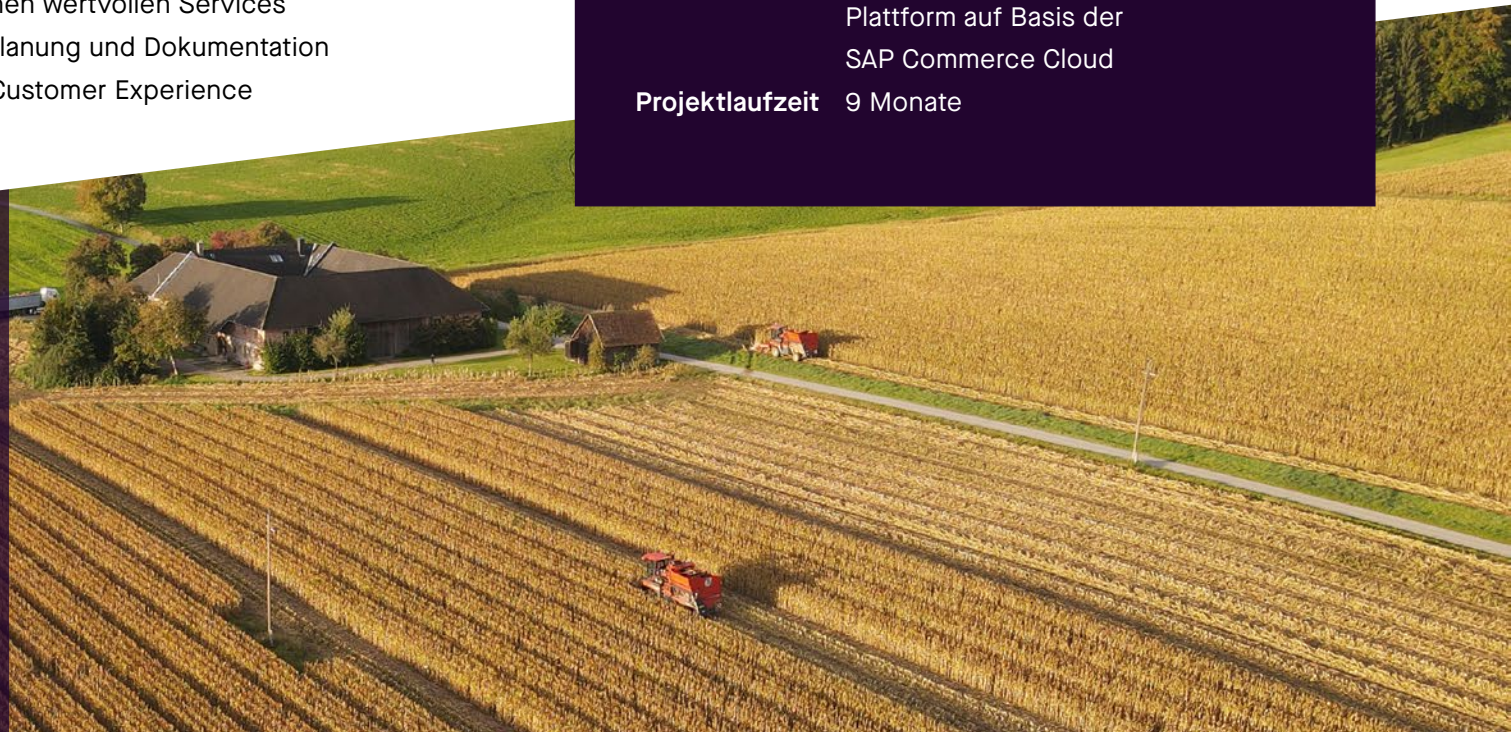


**SAATBAU**  
*Saat gut, Ernte gut.*

<b>Unternehmen</b>	Saatbau Linz eGen
<b>Branche</b>	Agrar
<b>Produkte</b>	Saatgut
<b>Umsatz</b>	202 Mio. EUR
<b>Mitarbeiter</b>	ca. 600
<b>Sitz</b>	Leonding // Österreich
<b>Projekt</b>	Einführung der E-Commerce-Plattform auf Basis der SAP Commerce Cloud
<b>Projektlaufzeit</b>	9 Monate



Jetzt die  
vollständige  
Case Study  
lesen!



## Ausgangssituation & Projekt

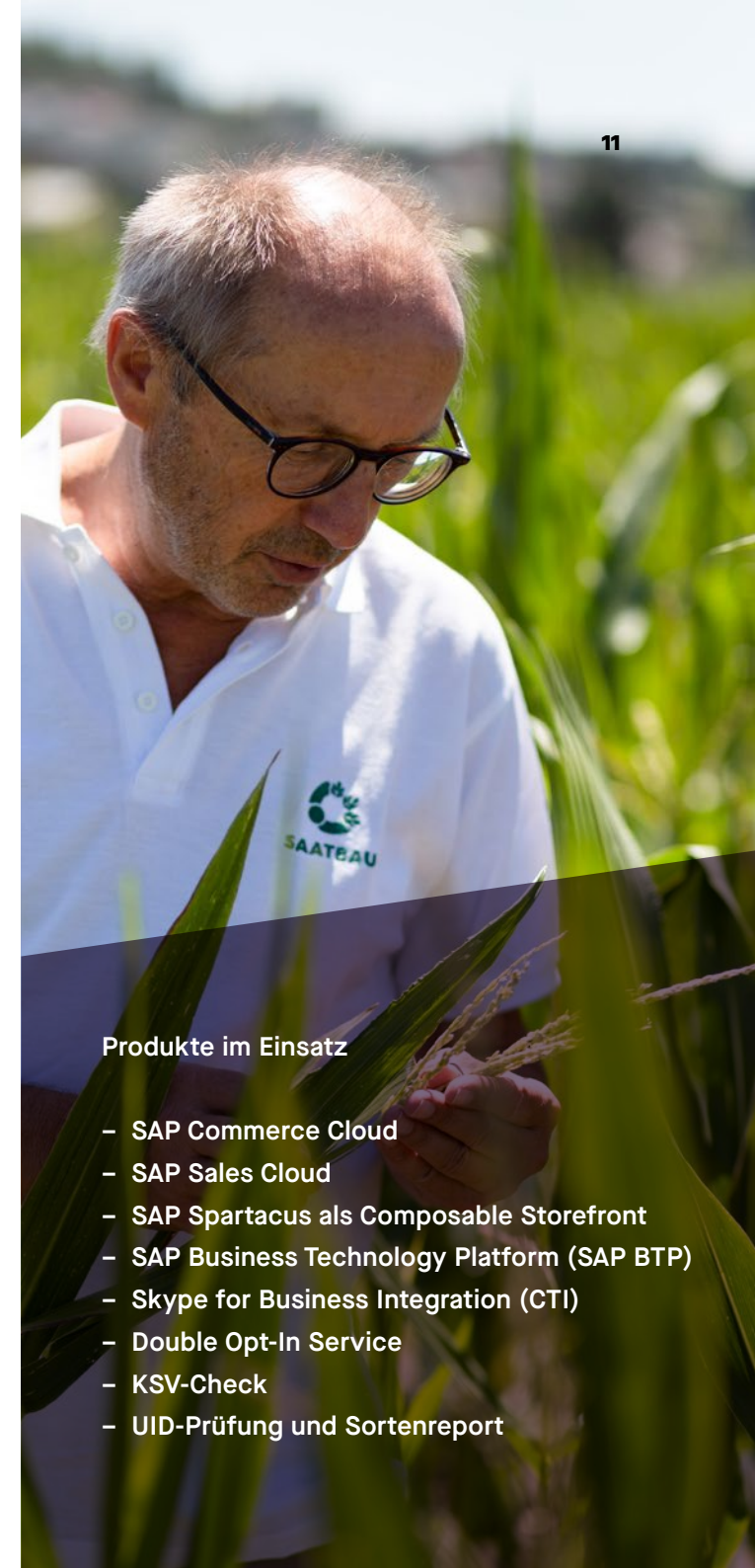
Die SAATBAU LINZ mit Sitz in Leonding ist die größte genossenschaftliche Organisation für Pflanzenzüchtung und Saatgutvermehrung in Österreich. 3.100 Landwirte sind die Besitzer der Genossenschaft. Sie produzieren Saatgut diverser Kulturarten für den österreichischen und ausländischen Saatgutmarkt. Darüber hinaus ist Saatbau Linz international tätig. Einerseits durch den Vertrieb von Saatgut, aber auch durch die Produktion in anderen Ländern. Insgesamt befinden sich 16 Tochtergesellschaften der Genossenschaft in ganz Europa. Die Kunden der Saatbau Linz sprechen insgesamt 11 Sprachen, Deutsch inklusive.

Saatbau Linz setzt auf eine starke Online-Präsenz & umfassende Services. Nach der Einführung eines CRM-Systems gemeinsam mit All for One Customer Experience stand ein **Onlineshop mit Serviceportal** auf der digitalen Agenda. Kaufen Landwirte ihr Saatgut bisher hauptsächlich vor Ort, können sie nun ihre Bestellungen 24/7 online aufgeben. Beeindruckend: sowohl die Einführung des CRM-Systems als auch die des Onlineshops wurden bei den österreichischen SAP Quality Awards ausgezeichnet.

## Die Ergebnisse

Ob Landwirte in Haupt- und Nebengewerbe, konventionelle und Bio-Bauern, Groß- und Detailhändler – der Shop wird den Anforderungen vielfältiger Zielgruppen gerecht und **deckt perfekt die unterschiedlichen Vertriebswege ab**. Die neue E-Commerce-Plattform Sesam24 steht Landwirten und Händlern jederzeit offen. Kunden können dadurch auch an einem Sonntag, direkt während der Aussaat-Planung ihre Bestellungen abgeben. Dabei werden sie sofort über Verfügbarkeiten, Preise und Lieferzeiten informiert. Im Shop sind alle Sorten verfügbar und detaillierte Produktdaten ermöglichen beste Kaufentscheidungen.

Auch die Händler kommen nicht zu kurz. Sie haben jederzeit Zugriff auf alle Lieferscheine, Bestellhistorie und Dokumente. Noch ein Vorteil: Aus den eingehenden Bestellungen kann auch Saatbau Linz selbst jede Menge lernen. Welches Saatgut wird besonders häufig angebaut und in welchen Regionen? Zeichnen sich Trends im Vergleich zu letztem Jahr ab? Auswertungen liefern Antworten auf diese Fragen und erlauben dem Saatgutkonzern, schnell und zielgerichtet auf Entwicklungen zu reagieren.



### Produkte im Einsatz

- SAP Commerce Cloud
- SAP Sales Cloud
- SAP Spartacus als Composable Storefront
- SAP Business Technology Platform (SAP BTP)
- Skype for Business Integration (CTI)
- Double Opt-In Service
- KSV-Check
- UID-Prüfung und Sortenreport

## Case Study

### Tür auf für moderne Vertriebslösungen in der Cloud

**Schnellere Auftragserfassung, kürzere Lieferzeiten, besserer Service – bei Mosel Türen optimiert die Cloud alle Vertriebsprozesse.**

In einer der modernsten Produktionsstätten Europas stellt Mosel Türen hochwertige, individualisierbare Innentüren & Zargen her. Hochmodern geht es jetzt auch im Vertrieb zu. Der neue State of the Art Onlineshop schafft eine nahtlose Customer Journey, über die Bauherren und Fachhändler ganz einfach zu ihren passgenauen Türen in ansprechenden Designs kommen.

The logo for Mosel Türen, featuring a stylized orange and black square icon followed by the text "moseltüren" in a bold, black, sans-serif font.

<b>Unternehmen</b>	Mosel Türen Vertriebsgesellschaft mbH
<b>Branche</b>	Baunebengewerbe
<b>Produkte</b>	Türen & Zargen
<b>Umsatz</b>	1,2 Mio. Türen // 0,9 Mio. Zargen
<b>Mitarbeiter</b>	580
<b>Sitz</b>	Trierweiler // Deutschland
<b>Projekt</b>	Einführung der SAP Commerce Cloud
<b>Projektlaufzeit</b>	März 2020 – März 2021



Jetzt die  
vollständige  
Case Study  
lesen!



## Ausgangssituation & Projekt

Mosel Türen ist Teil der Borne Firmengruppe und fertigt seit über 65 Jahren Türen & Zargen beispielloser Qualität. Der **mehrstufige Vertrieb** für die konfigurierbaren Produkte läuft über Fachhändler und Handwerker, die dem Endkunden beratend zur Seite stehen. Bestellungen gingen bisher per E-Mail, Fax oder Telefon bei Mosel Türen ein. Der Innendienst übernahm die Preisfindung und Angebotserstellung. Da diese manuelle Auftrags erfassung sehr zeit- aufwändig ist, soll eine neue Lösung den Vertrieb digitalisieren und ineffiziente Prozesse automatisieren. Dreh- und Angelpunkt der Customer Journey wird ein neuer Onlineshop.

## Die Ergebnisse

Endkunden finden Mosel Türen über die Suchmaschine und erhalten im virtuellen Showroom eine gute Übersicht der verschiedenen Modelle und Variationsmöglichkeiten. Hier können sie eine Auswahl treffen, den Warenkorb speichern und gleich an den ausgewählten Fachhändler senden. Dieser weiß im Anschluss ganz genau, wonach die Kunden suchen und berät gezielt. Das System denkt mit. Händler müssen daher nicht jedes Merkmal einzeln bestimmen, um aus **Millionen von möglichen Varianten** die passende zu konfigurieren.

Darüber hinaus sehen Fachhändler die entsprechenden Preise im Händlerbereich sofort und erhalten Angaben über mögliche Liefertermine. Bevor die Bestellung in Herstellung geht, prüft ein Handwerker vor Ort die Gegebenheiten. Sind alle Konfigurationen korrekt, kann es sofort weitergehen. Ansonsten nimmt er die Korrekturen direkt mit dem Tablet auf und schickt sie ab. Die **Plausibilitätsprüfung** erfolgt automatisch. So geht die **Fehlerquote Richtung Null** und nach Verlassen der Baustelle fallen keine weiteren Aufgaben an.



Produkte im Einsatz

- SAP Commerce Cloud
- SAP Product Configuration
- SAP Sales & Service Cloud

## Case Study

### Digitale B2B/C-Plattform für Partner und Verarbeiter

Winkhaus ist ein führender Spezialist für intelligente Fenstertechnik, Türverriegelungen und Zutrittsorganisation. Gemeinsam mit All for One Customer Experience setzt das traditionsreiche westfälische Familienunternehmen ein innovatives Konzept für digitale Services um. Im Fokus der neu gestalteten Customer Experience stehen die Handelspartner und die Verarbeiter, also Türen- und Fensterbauer.



<b>Unternehmen</b>	Aug. Winkhaus GmbH & Co. KG
<b>Branche</b>	Metallverarbeitung
<b>Produkte</b>	Intelligente Fenstertechnik // Türverriegelungen // Zutrittsorganisation
<b>Mitarbeiter</b>	ca. 2.100
<b>Sitz</b>	Telgte // Deutschland
<b>Projekt</b>	Realisierung einer smarten B2B/C-Plattform mit integrierter Lagebestandsverwaltung, Produktkonfiguration und innovativem Warenkorbtool.



Jetzt die  
vollständige  
Case Study  
lesen!





## Ausgangssituation & Projekt

Weltweit schätzen Fensterbauer und Händler, Architekten, Bauherren und Anwender die hohe Qualität der intelligenten Fenstertechnik, Türverriegelungen und Zutrittsorganisation von Winkhaus.

Ziel des Projekts mit der All for One Customer Experience war es, eine Customer Journey für Partner zu gestalten, die sie von der Informationssuche bis zu deren E-Commerce-Aktivitäten unterstützt.

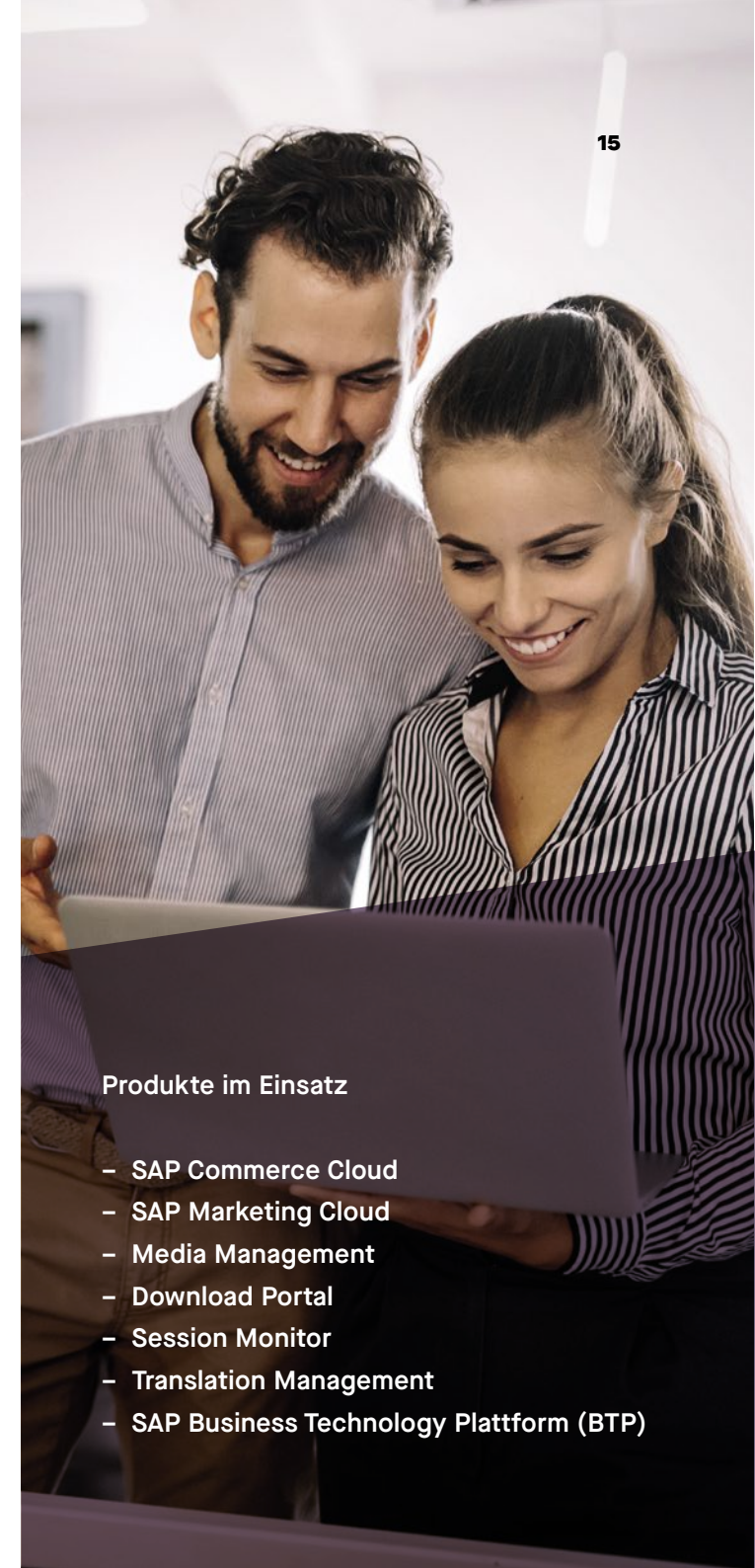
Entstanden ist eine **Omnichannel-Plattform**, die das umfangreiche Produktportfolio samt komplexen Konfigurationsmöglichkeiten B2B/C-gerecht abbildet. Das Partnerportal schafft besondere **Anreize für B2B-Umsätze** und bauten den direkten Kontakt zu Endkunden aus. Eine wesentliche Voraussetzung dafür sind strukturiert erzeugte und abgelegte Daten. Dies ist auch Grundlage für künftige Lösungen bei Winkhaus wie die Unterstützung von Building-Information-Management-Systemen (BIM).

## Die Ergebnisse

Winkhaus hat gemeinsam mit All for One Customer Experience ein innovatives Onlineportal entwickelt, welches das Unternehmen perfekt für die kommenden Herausforderungen am Markt wappnet. Dafür hat sich das Unternehmen für die Einführung der SAP Commerce Cloud und das von All for One Customer Experience entwickelte Add-On Media Management entschieden.

Das **Produktdaten- & Medienmanagement** unterstützt die effiziente Datenverwaltung und das Ausspielen aller relevanten Informationen über die entsprechenden Kanäle. So schafft Winkhaus eine **zentrale, verlässlich stets aktuelle Datenbasis** für die kanalübergreifende Customer Experience. Das hat die internen Prozesse in Marketing und Produktmanagement erheblich gestrafft und führte innerhalb kürzester Zeit zu spürbaren Zeiteinsparungen.

Mithilfe **intelligenter Services** realisiert Winkhaus eine nahtlose Unterstützung der Händler. So werden Partner und Verarbeiter im Informations- und Einkaufsprozess optimal begleitet – beispielsweise mit Informationen zu Produkten und Konfigurationsmöglichkeiten.



### Produkte im Einsatz

- SAP Commerce Cloud
- SAP Marketing Cloud
- Media Management
- Download Portal
- Session Monitor
- Translation Management
- SAP Business Technology Plattform (BTP)

## Case Study

### Professionelle Kundenbetreuung als Basis für Wachstum

Promedico ist ein junges und dynamisches Unternehmen, das großen Wert auf eine professionelle Kundenbetreuung legt. Die neu eingeführte SAP Sales Cloud unterstützt den Vertriebsaußendienst von der Besuchsplanung bis zur Auftragserfassung und verbessert die Zusammenarbeit mit dem Innendienst.

# PROMEDICO

<b>Unternehmen</b>	promedico Handels GmbH
<b>Branche</b>	Handel // Dienstleistung
<b>Produkte</b>	Handel mit Gesundheitsprodukten
<b>Umsatz</b>	30 Mio Euro
<b>Mitarbeiter</b>	136
<b>Sitz</b>	Graz // Österreich
<b>Projekt</b>	Einführung eines CRM-Systems zur Unterstützung des Vertriebs



## Ausgangssituation & Projekt

Promedico ist ein junges und dynamisches Unternehmen, das großen Wert auf eine professionelle Kundenbetreuung legt und innerhalb seiner Digitalisierungsstrategie auf Lösungen aus der Cloud setzt. Die neue CRM-Lösung sollte den Prozessen in einer aufstrebenden Branche gerecht werden und sich durch **Transparenz, Effizienz und Skalierbarkeit** auszeichnen. Der Vertriebsaußendienst spielt bei Promedico eine zentrale Rolle und entsprechend wurde das Augenmerk auf Funktionen wie Besuchsplanung, mobile 360°-Kundensicht und durchgängige Prozesse im Auftragsabschluss gelegt.

## Die Ergebnisse

Das mobile CRM trägt zur systematischen Verbesserung der Vertriebsperformance bei und sorgt mit schlanken Geschäftsprozessen, transparenten Berichten und Analysen, einer verbesserten internen Zusammenarbeit sowie dynamischen Kundenprofilen für eine Kundenbetreuung auf Top-Niveau.

Der strategische Vertrieb wird durch ein **übergreifendes Echtzeit-Reporting** optimal unterstützt, was die Effizienz und Genauigkeit in der Vertriebssteuerung erheblich verbessert. Gleichzeitig wird die **Zusammenarbeit zwischen Innen- und Außendienst deutlich erleichtert**, da Kundenanfragen sofort und ohne großen Aufwand bearbeitet werden können. Dies spart wertvolle Ressourcen und trägt maßgeblich zur Steigerung der Kundenzufriedenheit bei.

Die **Mobilität im Vertriebsaußendienst** ermöglicht es den Mitarbeitern, sämtliche Tätigkeiten mühelos von unterwegs aus durchzuführen. Dank einer zentralen Datenhaltung und einer 360°-Kundensicht sind alle relevanten Informationen jederzeit in der digitalen Kundenakte abrufbar, was die Effizienz weiter steigert.



Produkte im Einsatz

– SAP Sales Cloud

# Kontakt

## Ansprechpartner

**Sie wollen erfahren, wie auch Sie Ihre  
Customer Journey optimieren können?  
Kommen Sie gern auf uns zu.  
Wir freuen uns auf den Austausch.**

T: +49 721 60 280-0  
office.cx@all-for-one.com

**All for One Customer Experience GmbH**  
An der RaumFabrik 33a  
D-76227 Karlsruhe

[all-for-one.com](https://all-for-one.com)