

Lösungsblatt: Web-Shop

Einsparpotenzial im Vertrieb

Von 100 % der Arbeitszeit beschäftigen sich die Mitarbeiter im Innendienst 59% der Zeit mit der Eingabe und Regelung der Bestellungen.

Davon betreffen 70 % das Verbrauchsmaterial (Schwerpunkt des Web-Shops) → 41 %.

Innerhalb des Prozesses lassen sich folgende Schritte durch die Einführung des Web-Shops einsparen: Eingabe der Bestellung (10–20 min.), Korrektur des Liefertermins (3 min.), Rückmeldung an den Kunden (hier nur die Standardrückmeldung, jedoch nicht die nach der Klärung bei Abweichungen (Schritt 2) → ca. 5 min.), Archivierung der Bestellung (1-2 min.) und Übergabe an das Lager (0–5 min.) = 19–35 min → ca. 27 min. In 30 % der Fälle kommen 20–30 min. für die Zollbearbeitung hinzu (die sich nicht automatisieren lassen), was zusätzliche 6–9 min. pro Bestellung im Schnitt ausmacht. Einsparpotenzial bei einer Bestellung von Verbrauchsmaterial: 19–35 min. von 27–69 min. = 70–51 % → 60,5 %

Einsparpotenzial insgesamt: 60,5 % von 41 % → 25 %

Entspricht 2,125 Vollzeitstellen;

Gesamtkosten für das Personal im Vertrieb Innendienst inkl. Gemeinkosten beträgt 34.760 € pro Monat = 451.880 € pro Jahr. Aufgeteilt auf 8,5 Vollzeitstellen ergibt sich ein Betrag für eine Vollzeitstelle von 49.072 €

Somit ergeben 2,125 Vollzeitstellen ein Einsparpotenzial von 104.280 € pro Jahr.

Mögliche Zusatzfrage:

Wo sehen Sie Risiken in Bezug auf die Einführung des Web-Shops und wie würden Sie vorgehen, um diese zu minimieren?

Ein Risiko könnte in der Überführung der Stammkunden vom Direktkontakt zum Web-Shop liegen. Wahrscheinlich ist der Bestellprozess gerade bei größeren Kunden automatisiert und der Kunde müsste seine Prozesse mit dem Web-Shop ändern. Da der Weg über E-Mail jedoch immer noch offen ist (es ist schwer, einen Kunden, der sich telefonisch oder per E-Mail meldet, auf den Web-Shop zu verweisen), besteht die Gefahr, dass die Kunden diesen Weg weiterhin bevorzugt nutzen. So können natürlich noch viel weniger Aktivitäten im Vertriebsteam Innendienst eingespart werden. Hier wäre langfristig die automatische

Nachbestellung über einen Sensor sinnvoll, die auch dem Kunden den Bestellschritt erspart. Kurzfristig in Bezug auf die Einführung des Web-Shops wäre es sinnvoll, Kunden in die Anforderungsanalyse einzubeziehen und mit ihnen klären, was der Web-Shop bieten muss, damit die Kunden damit arbeiten können.

Mitarbeiter im Team:

Ute Meister: Ist ab Mai 2019 für 1,5 Jahre im Erziehungsurlaub und danach wahrscheinlich nur in Teilzeit wieder da (–100 %). Nach 1,5 Jahren wird man sehen, wie der Personalbedarf konkret aussieht und wo Frau Meister eingesetzt werden kann.

Stephanie Lange: Wäre eine Kandidatin für eine betriebsbedingte Kündigung (–100 %).

Mögliche zusätzliche Frage:

Welche Schwierigkeiten / Handlungsfelder sehen Sie innerhalb des Teams (bezüglich einzelner Mitarbeiter) bei der Einführung des Web-Shops?

- Grundsätzlich eine geringere Einsparung als erwartet kommunizieren, was für einige beruhigend sein kann.
- Petra Probst als Stimmungsmacherin, die gleichzeitig hohe Akzeptanz genießt. In einem Gespräch ausloten, wie man sie ins Boot holen kann.
- Einige Kollegen, die sich mit Veränderungen schwer tun und Sorgen um ihren Arbeitsplatz haben – beruhigen plus enge Führung.
- Christin Kaiser – sehr hilfreich mit ihren guten Beziehungen gerade in Veränderungszeiten. Ausloten, unter welchen Bedingungen eine Aufstockung möglich wäre.
- Christian Wirth – je nachdem, ob die IT-Abteilung ausgebaut werden soll, könnte dort seine Stärken besser einsetzen. Dafür Aufstockung bei Christin Kaiser.

Entscheidung bezüglich eines Anbieters für den Web-Shop:

Anbieter	Pro	Contra	Kosten
WAWI Lab	Leichter Zugang an die Daten des WWS, höhere Sicherheit bei der Datenübermittlung.	Abhängigkeit vom System, offensichtlich schlechter Service, kaum Flexibilität bei der weiteren Entwicklung der Prozesse und Tools	45.000 € plus 948 € / Jahr Betrieb
JB Sales Systems	Baukastenprinzip, Erweiterbarkeit des Pakets um weitere Module jederzeit möglich. Open Source, dadurch zusätzliche Flexibilität in der Gestaltung, Wartung, Weiterentwicklung.	Abhängigkeit von der Form existierender Module – Anpassungen recht teuer Möglichkeit der Weiterentwicklung zu intelligenten Systemen (IoT) sehr ungewiss, wahrscheinlich auch sehr teuer.	75.000 € plus 1.800 € / Jahr Betrieb
ComSys	Maximale Flexibilität und Erweiterbarkeit. Kann von Anfang an so gestaltet werden, dass auch Weiterentwicklung zu intelligenten Systemen möglich ist. Scheinen umsichtig und kundenorientiert zu sein.	Teuer Viel Unsicherheit in Bezug auf Schnittstellen mit WWS, die Dauer des Projekts und das Ergebnis.	90.000 – 120.000 €

Da das Unternehmen sich in der Zukunft digital weiterentwickeln will, braucht es ein System, das mit den Entwicklungen weiterwachsen kann. Da man mit dem Modul von WAWI-Lab zu sehr an den Hersteller und dessen Grenzen gebunden ist, scheidet dieses aus, auch wenn es die günstigste Lösung wäre.

Bei der Lösung von JB Sale Systems weiß man, woran man ist – die Kosten sind überschaubar und der Betrag ist fest. Gleichzeitig nimmt man von vorne herein gewisse Einschränkungen in Kauf (IoT-Daten). Auf der anderen Seite kann auch dies sich in ein paar Jahren ändern. Eines der wichtigsten Kriterien (Open Source) ist auf

jeden Fall erfüllt. ComSys wäre auf jeden Fall teurer, klingt jedoch sehr vertrauenswürdig, was bei einer langfristigen Partnerschaft wichtig wäre. Bei den zu erwartenden Einsparungen wäre auch diese Variante bezahlbar. Insgesamt kann für jede der Lösungen gut argumentiert werden.

Risiken bei der Entscheidung:

Bedingter Erfolg, wenn übergreifende Prozesse und Schnittstellen nicht entsprechend angepasst werden. Für die Implementierung des Web-Shops und für eine weitere Entwicklung und den Ausbau des Vertriebs ist eine Verzahnung verschiedener Prozesse notwendig: Entwicklung (dort müssen technische Fehler analysiert und permanent kategorisiert werden, um einen automatischen Reklamationsprozess zu ermöglichen) – Produktion (eventuell lässt sich die Produktionsplanung vor allem bei saisonalen Nachfragespitzen verbessern) – Vertrieb – Logistik (hier müssen die Prozesse bei der Abfertigung verbessert werden – mehr Disziplin und Selbstverantwortung).