

The order of things



Distributed Order Management

Ausgangspunkt für erfolgreichen
B2C- und B2B- Unified Commerce



Einführung

Der Reifegrad von Omnichannel hat sich signifikant erhöht, aber selbiges gilt auch für die operative Komplexität. Auch wenn Marken weiterhin in nahtlose Kundenerlebnisse über digitale und physische Berührungspunkte hinweg investieren, geben 82 % der Verbraucher an, dass sie in den letzten 12 Monaten mit vergriffenen Waren konfrontiert waren¹, was zu frustrierenden und inkonsistenten Einkaufserlebnissen führt.

Gleichzeitig wird deutlich, wie schwierig es für Marken ist, Transparenz über alle Verkaufs- und Abwicklungskanäle hinweg zu schaffen und optimierte Kundenerlebnisse zu erzeugen².

Diese Transparenz über Verkaufs- und Abwicklungskanäle hinweg ist das, was einen Unified Commerce ausmacht und definiert. Im Gegensatz zum Omnichannel-Commerce, der Erfahrungen an der Oberfläche verbindet, stellt Unified Commerce sicher, dass jeder Teil des Unternehmens - Produkt, Preisgestaltung, Lagerbestand, Abwicklung und Kundenservice - von einem einzigen, gemeinsam genutzten System aus arbeitet. Es ermöglicht Marken, in Echtzeit zu agieren und zu reagieren, unabhängig von der Komplexität des Kanals, des Kunden oder der Bestellung, um so ein einheitliches Kundenerlebnis zu schaffen.

Um die Herausforderungen eines echten Unified Commerce Ansatzes zu erreichen, ist eine Distributed Order Management (DOM)-Lösung erforderlich, die eine zentrale Bestandstransparenz bereitstellt, Bestellungen dynamisch weiterleitet und Lieferoptionen, -kosten und -zeiten - also ein genaues Kundenversprechen hinsichtlich der Bestellabwicklung - liefert. Außerdem sehen sich B2B-Unternehmen heute mit einer zunehmenden Komplexität bei der Auftragsverwaltung konfrontiert, und zukunftsorientierte Unternehmen investieren in Cloud-native, kompatible und branchenführende Auftragsverwaltungssysteme (OMS), die Flexibilität und Wachstum fördern.

In diesem Whitepaper erfahren Sie:

- Warum Unified Commerce von Echtzeitdaten und betrieblicher Konsistenz abhängt
- Wie Legacy-Systeme in Bezug auf Lagerbestand, Auftragsabwicklung und Auftragstransparenz den heutigen Ansprüchen nicht gerecht werden
- Karthik Marudur, Chefstrategie und Branchenexperte von OneStock, erläutert die strategischen und operativen Vorteile einer Unified-Commerce-Strategie mit der Hilfe von OMS für Einzelhändler, insbesondere für solche, die sowohl B2C- als auch B2B-Segmente bedienen

Abschließend werden wir zwei reale Szenarien vorstellen:

- Ein komplexes B2B-Distributionsnetzwerk, in dem Fulfillment-Flexibilität und Bestandszuweisung von entscheidender Bedeutung sind
- Eine Einzelhandelsumgebung, in der Kundenservice, Echtzeit-Lieferzusagen und Transparenz über den Auftragslebenszyklus die Loyalität fördern

Diese Anwendungsfälle zeigen, dass die Herausforderungen zwar unterschiedlich und vielfältig sind, die Lösungsoptionen aber in den selben Konzepten zu finden sind. Marken, die ihre Auftragslogik, Transparenz und Ausführung vereinheitlichen, werden in der Lage sein, bessere Kundenerlebnisse zu liefern, profitabler zu arbeiten und eine skalierbare Handelsgrundlage zu schaffen.

¹ GT Nexus, *The Global Out-of-Stock Crisis*;

² IFOP, *Consumer Expectations of Delivery*;

Über Omnichannel hinaus: Unified Commerce, die Grundlage für jedes Einzelhandels- und B2B-Unternehmen

Der Omnichannel-Handel war ein großer Fortschritt bei der Verbesserung individueller Kundenerlebnisse, da den Kunden neue Möglichkeiten angeboten wurden über über mehrere Kanäle die gewünschten Produkte zu suchen, zu kaufen und zu retournieren. Doch um ein gleichbleibend gutes Erlebnis über diese Kanäle hinweg zu bieten, bedarf es mehr als nur der Verbindung von Touchpoints. Es erfordert eine vollständig abgestimmte operative Infrastruktur hinter den Kulissen.

Unified Commerce baut auf dem Omnichannel-Anspruch auf, indem eine einzige, intelligente Plattform für die Verwaltung aller Aspekte des Handelsbetriebs geschaffen wird. Anstatt unterschiedliche Systeme miteinander zu verbinden, werden alle Kernfunktionen - Bestand, Kundendaten, Produktinformationen, Logistik und Auftragsabwicklung - auf einer einzigen Grundlage zusammengeführt. Dadurch wird nicht nur sichergestellt, dass der Kunde eine einheitliche Darstellung erhält, sondern auch, wie jede Bestellung bearbeitet, erfüllt und unterstützt wird.

Das Herzstück dieses Ansatzes ist das Auftragsmanagement. Eine verteilte Auftragsverwaltungslösung für die gesamte Unternehmung leistet mehr als nur die Weiterleitung von Aufträgen. Sie dient als Kontrollzentrum einer einheitlichen Commerce-Architektur, die jeden Kanal mit jedem Fulfillment-Knotenpunkt verbindet - in Echtzeit und mit vollständiger Transparenz.

Das Handelserlebnis ist über alle Kanäle hinweg konsistent

Produktdaten, wie z. B. Preise, Beschreibungen und Verfügbarkeit, sind einheitlich und genau, egal wo der Kunde einkauft. Werbeaktionen sind online, im Geschäft und auf Marktplätzen identisch und schaffen ein vertrauenswürdiges und vertrautes Markenerlebnis.

Kundenprofile sind zugänglich und zuverlässig

Unabhängig davon, ob ein Kunde auf einer E-Commerce-Website, in einem Einzelhandelsgeschäft oder über ein B2B-Portal einkauft, profitiert er von denselben Treueprämien, der Kontohistorie und dem personalisierten Service. Jede Interaktion basiert auf einer einzigen Sicht auf den Kunden.



Zentralisierte und intelligente Bestände

Die Echtzeittransparenz des Bestands in allen Lagern, Geschäften und Partnern ermöglicht es Marken, den Bestand präzise zuzuordnen. Dies optimiert die Verfügbarkeit, unterstützt flexible Lieferoptionen und trägt dazu bei, Überbestände zu reduzieren und ökologisch nachhaltiger zu werden.

Die Auftragsabwicklung wird von einer einzigen Orchestrierungs-Engine gesteuert

Alle Bestellungen, unabhängig von ihrer Herkunft, folgen derselben Erfüllungslogik und denselben Servicestandards. Dies vereinfacht die Abläufe, erhöht die Flexibilität und stellt sicher, dass die Kundenversprechen in Bezug auf Zeitplan, Verfügbarkeit und Service konsequent eingehalten werden.

Von fragmentierten Systemen zum vollständig vernetzten Handel

Unified Commerce bietet Marken eine leistungsstarke operative Grundlage, um zu skalieren, sich schnell anzupassen und konsistent über alle Kanäle stetig wachsenden Kundenansprüchen gerecht zu werden. Anstatt separate Regelwerke, Preismodelle oder Inventarpools für jeden Kanal zu unterhalten, profitieren Marken von einer gemeinsamen Plattform, die eine globale Ausführung und lokale Flexibilität unterstützt.

Werbestrategien werden zentral verwaltet und lassen sich leicht nach Region, Kundensegment oder Geschäftsmodell anpassen. Kundenbindungsdaten werden zu einem strategischen Faktor, der es Marken ermöglicht, Kundenerlebnisse sowohl im B2B- als auch im B2C-Bereich präzise zu personalisieren. Produkt- und Preisentscheidungen sind im gesamten Unternehmen konsistent und lassen sich dennoch an lokale Währungen, regulatorische Anforderungen und Marktdynamik anpassen.

Gleichzeitig wird der Bestand auf der Grundlage von Bedarfsprognosen, Live-Verkaufsdaten, Kundenprioritäten und Fulfillment-Strategien auf intelligente Weise kanalübergreifend zugewiesen. Ganz gleich, ob es sich um einen Einzelhandelskauf, eine Marktplatzbestellung oder eine großvolumige B2B-Sendung handelt, jede Entscheidung unterstützt sowohl die Kundenzufriedenheit als auch die betriebliche Effizienz.

Dieser Ansatz lässt das ganze Versprechen von Unified Commerce wahr werden. Vom Einzelhandel bis zum DTC, vom Marktplatz bis zum Großhandel läuft jeder Kanal über dieselbe Kerninfrastruktur, die für Flexibilität, Kohärenz und Skalierbarkeit im gesamten Unternehmen sorgt. Mit dieser Transformation können Marken nicht nur die Erwartungen erfüllen, sondern auch das Tempo in einer zunehmend dynamischen Handelslandschaft vorgeben.

Unified Commerce scheitert ohne ein modernes DOM.

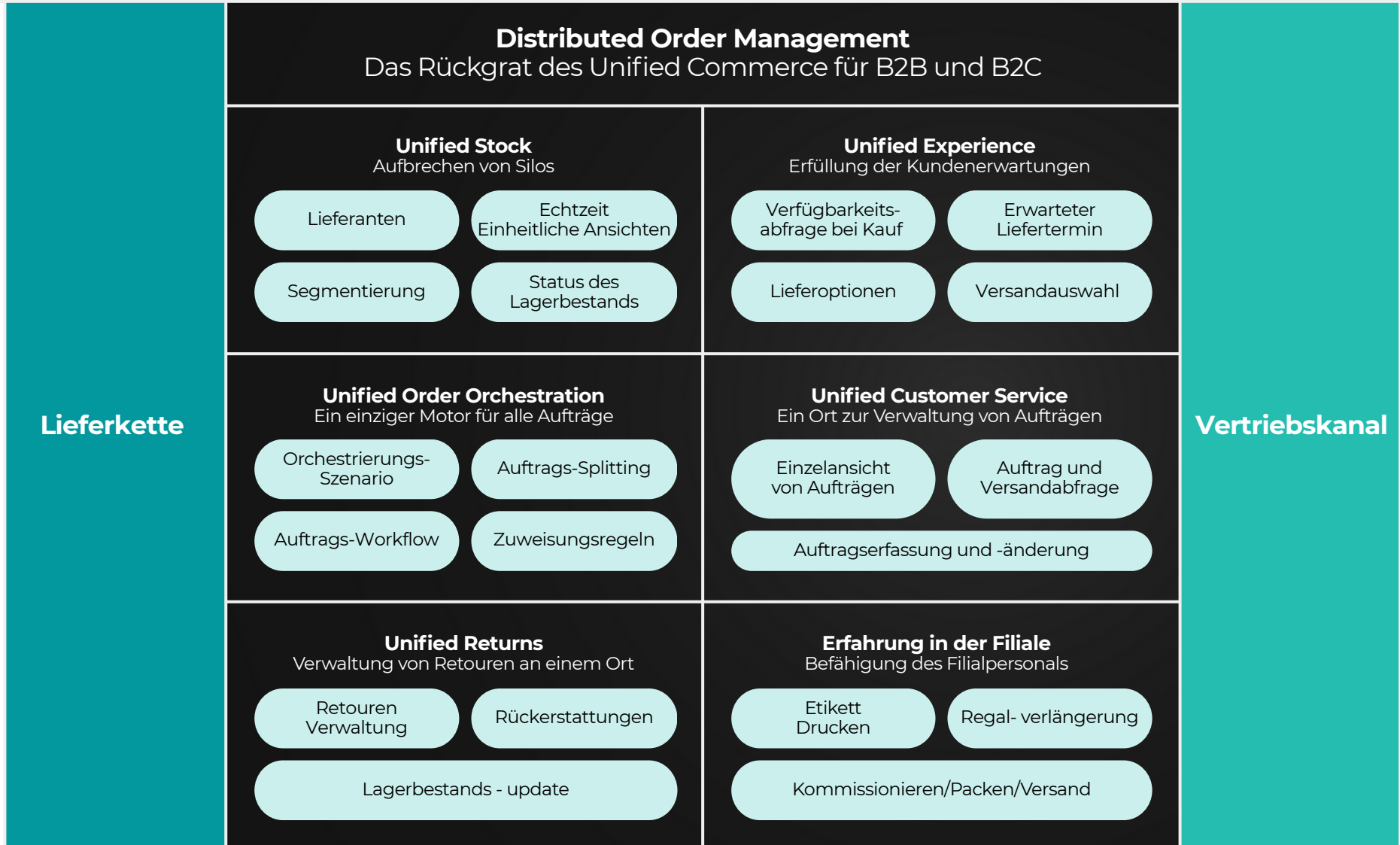
Um das volle Potenzial von Unified Commerce auszuschöpfen, brauchen Marken mehr als eine gemeinsame Vision oder zentralisierte Daten - sie brauchen ein System, das in Echtzeit über jeden Touchpoint hinweg funktioniert. An dieser Stelle kommt Distributed Order Management (DOM) ins Spiel.

DOM ist der operative Motor, der Unified Commerce zur Realität werden lässt. Es ist viel mehr als nur die Weiterleitung von Bestellungen, sondern die zentrale Anlaufstelle, die Bestand, Erfüllung, Logistik und Lieferversprechen über alle Kanäle hinweg verbindet. Durch die kontinuierliche Analyse von Nachfrage, Verfügbarkeit und Geschäftsregeln stellt DOM sicher, dass jede Bestellung vom strategisch günstigsten Standort, zur richtigen Zeit und mit vollständiger Transparenz erfüllt wird.

Diese Orchestrierung ist es, die Unified Commerce umsetzbar macht. Sie ermöglicht es Marken, an der Kasse genaue Lieferoptionen anzubieten, den Bestand in Lagern und Geschäften dynamisch zu verwalten und eine positive Erfahrung nach dem Kauf zu unterstützen. Von einer einzelnen Bestellung auf einer DTC-Website bis hin zu einer komplexen, mehrzeiligen B2B-Transaktion stellt DOM sicher, dass jeder Schritt mit Präzision und Effizienz abgewickelt wird.

Kurz und gut:

Unified Commerce definiert die Strategie und das DOM setzt diese um. Es ist die technologische Ebene, die das Versprechen eines einheitlichen Kundenerlebnisses in alltägliche operative Exzellenz umsetzt.



Der strategische Vorteil der Einführung eines einzigen OMS für B2B und B2C



Karthik Marudur

Chefstrategie und Branchenexperte
OneStock

B2B-Unternehmen sehen sich heute mit einer zunehmenden Komplexität im Auftragsmanagement konfrontiert, doch viele verlassen sich noch immer auf veraltete Systeme - von traditionellen ERP-Systemen und kundenspezifischen Tools bis hin zu manuellen Lösungen wie Tabellenkalkulationen. Diese veralteten Lösungen können die steigenden Erwartungen der heutigen, digital versierten B2B-Kunden nur schwer erfüllen.

Zukunftsorientierte Unternehmen investieren in Cloud-native, kompatible und erstklassige Auftragsverwaltungssysteme (OMS), die Agilität und Wachstum fördern. Diese modernen OMS-Lösungen können B2B-spezifische Anforderungen erfüllen wie:

Anbindung mehrerer Vertriebskanäle an das OMS: EDI, E-Mail, B2B-Commerce, Außendienst-Tool

Konfigurieren der Bestandsverfügbarkeit über mehrere Vertriebskanäle

- Verwaltung verschiedener Arten von Bestandsmengen: Palette, Karton, Laufmeter, Gewicht
- Segmentierung des Lagerbestands, um sicherzustellen, dass er auf der Grundlage Ihrer Geschäftsanforderungen angemessen zugewiesen wird
- Bereitstellung von Echtzeit-Inventaransichten für jeden Kanal unter Berücksichtigung des vorhandenen, in Bewegung befindlichen und zukünftigen Inventars

Automatisierung der Auftragsabwicklung

- Bearbeitung großer Aufträge mit 1000 oder sogar 10000 Auftragszeilen
- Berücksichtigung der Zusagen im Zuweisungsprozess, um die geschätzte Zeit zu gewährleisten
- Verwaltung komplexer Abwicklungsszenarien: Aufträge mit mehreren Lieferadressen, Auftragszuweisung pro Auftragszeile, Orchestrierung pro Welle (Zuweisung einer Reihe von Aufträgen in Abhängigkeit von Kriterien wie Datum, Lagerverfügbarkeit, Anzahl der Aufträge), Konsolidierung (Versand aller Artikel an ein Konsolidierungslager vor dem Versand an die Kunden)
- Flexibilität in Bezug auf den Auftrags-Workflow, um beliebige Interaktionen während des Auftragslebenszyklus hinzuzufügen: Genehmigung, Betrug, Zahlung, ...

Personalisierte Erfahrung bieten

- Bereitstellung eines maßgeschneiderten Lieferversprechens mit verfügbaren Lieferoptionen ausschließlich für bestimmte Kundensegmente.
- Verwalten der Bestandsverfügbarkeit und kundenindividueller Zuweisungsregeln - Fill or Kill, gewünschtes Lieferdatum, Mindestfüllrate in % usw.
- Priorisierung bestimmter Kunden gegenüber anderen während des Auftragszuweisungsprozesses
- Zuweisung von Aufträgen für bestimmte Kunden zu bestimmten Lagerorten in Abhängigkeit von Artikelattributen (wie Chargennummer, Herkunftsland)

Zentralisierung der Auftragsverwaltung

- Verwaltung von B2B-Besonderheiten bei der Auftragsverwaltung: Anzeige großer Mengen von Auftragszeilen, Unterstützung von Änderungen und Stornierungen großer oder umfangreicher Aufträge
- Kundenkommunikation in Echtzeit bei kritischen Änderungen wie dem Liefertermin

Die B2B-Auftragsverwaltung umfasst die Verwaltung und Ausführung von Aufträgen für:

- Multi-Channel-Einzelhandelsmarken - von ihren Großhandelskunden
- Hersteller, Distributoren und CPG-Unternehmen - von ihren Geschäftskunden

Für Einzelhändler, die sowohl im B2C- als auch im B2B-Bereich tätig sind, bringt die Einführung einer einheitlichen Handelsstrategie, die von einem einzigen OMS unterstützt wird, mehrere strategische und operative Vorteile:

Verbesserte Bestandstransparenz

Ein zentrales OMS bietet unternehmensweite Bestandstransparenz in Echtzeit. Dies ermöglicht genauere Erfüllungszusagen und reduziert Fehlbestände oder Überbestände.

Erhöhte Bestandseinsicht

Gemeinsame Bestands pools zwischen den Kanälen ermöglichen es, denselben Bestand sowohl B2C- als auch B2B-Käufern zugänglich zu machen, was die Abverkaufsraten erhöht und überschüssige Bestände reduziert.

Wiederverwendbare Dienste und Architektur

Durch den Aufbau von Bestell- und Bestandsservices auf einer gemeinsamen Architektur können Einzelhändler modulare, wiederverwendbare Komponenten nutzen, um die Markteinführung neuer Funktionen zu beschleunigen und doppelten Aufwand zu vermeiden.

Niedrigere Gesamtbetriebskosten (TCO)

Die Verwaltung einer einzigen OMS-Plattform reduziert die Kosten für Infrastruktur, Integration und Support im Vergleich zur Verwaltung separater Systeme für jeden Kanal.

Einheitliche Daten und Kontrollturm in Echtzeit

Ein einziger Datenspeicher ermöglicht umfangreiche Analysen, Leistungs-Dashboards in Echtzeit und eine zentralisierte Ausnahmebehandlung. Dies fungiert als "Kontrollturm" zur proaktiven Verwaltung der Lieferkette, der Kundenerfahrung und der Servicequalität.



Omnichannel- Fulfillment meistern: Praktische Anwendungen von DOM

Intelligente Auftragsabwicklung in einem B2B-Vertriebsnetz

KONTEXT

Die Komplexität des Fulfillments von Automobilteilen

Der Vertrieb von Kfz-Teilen ist eine der operativ komplexesten B2B-Umgebungen. Im Gegensatz zum traditionellen Einzelhandel, wo die Liefergeschwindigkeit zwar wichtig, aber nicht immer entscheidend ist, ist in der Automobilindustrie jede Bestellung zeitkritisch. Ein verspätet geliefertes Ersatzteil bedeutet nicht nur Unannehmlichkeiten für den Kunden, sondern legt auch Fahrzeuge lahm, unterbricht Werkstattpläne und wirkt sich auf die Einnahmen von Werkstätten, Händlern und Wiederverkäufern aus.

Um diese Nachfrage zu befriedigen, arbeiten die Händler in **Netzwerken mit mehreren Knotenpunkten** und nutzen unterschiedliche Fulfillment-Varianten aus:

- Regionale und nationale Lager, die jeweils über unterschiedliche Bestände verfügen.
- Dropshipping von Lieferanten
- Logistiknetze von Drittanbietern (3PL)

Diese Struktur bietet zwar Flexibilität, bringt aber auch **erhebliche operative Herausforderungen** mit sich, insbesondere bei der Bestandstransparenz, der Auftragszuweisung und der logistischen Abwicklung.



Die wichtigsten Herausforderungen bei der Lieferung von Automobilteilen

Fragmentierte Bestandstransparenz im gesamten Netzwerk

- Die Bestände sind über verschiedene Lagerhäuser, Lieferantenpools, Franchise-Standorte und Einzel-/Großhandelszentren verteilt
- Werkstätten, Händler und Distributoren sind auf Tools zur sofortigen Bestandsabfrage angewiesen. Wenn ein Produkt nicht rechtzeitig verfügbar ist oder eine Bestellung nicht erfüllt werden kann, beziehen die Kunden das Teil von einem Mitbewerber

Mehrere Arten von Vertriebskanälen mit eingeschränkter Transparenz und Agilität

- Mehrere Vertriebskanäle müssen verwaltet werden, darunter E-Commerce, EDI, Punch-Out, Verkaufstools jeglicher Art, etc.
- Das herkömmliche ERP-gesteuerte Fulfillment wurde für die Stapelverarbeitung konzipiert und nicht für die Bereitstellung eines Echtzeit-Kundenversprechens.
- API-Antwortzeiten sind von entscheidender Bedeutung - Werkstätten, Händler und Wiederverkäufer prüfen live den Lagerbestand, bevor sie eine Bestellung aufgeben, und wenn das System nicht sofort eine genaue Lieferzusage für die von ihnen gewählte Erfüllungsmethode geben kann, geht die Bestellung an einen Wettbewerber verloren
- Die Prozesse der Bestandszuweisung sind statisch - wenn eine Bestellung aufgegeben wird, ist sie an einen Erfüllungsort gebunden, ohne dass die Möglichkeit besteht, als Reaktion auf Nachfrageschwankungen oder Änderungen der Lagerverfügbarkeit dynamisch umzuleiten

Komplexe Logistik und Optimierung der Lieferwege

- Die Aufträge müssen nicht nur aufgrund der Nähe zum Lager, sondern auch aufgrund der logistischen Machbarkeit zugewiesen werden, um sicherzustellen, dass sie innerhalb kurzer Durchlaufzeiten geliefert werden können
- Einige Kunden arbeiten mit Verträgen über vorrangige Dienstleistungen, was bedeutet, dass sich die Abwicklungssysteme dynamisch an die kundenspezifischen SLAs und Dringlichkeitsstufen anpassen müssen

Verpasste Umsatzchancen durch ineffiziente Auftragsvergabe

- Aufträge mit hoher Priorität sollten schnellstmöglich bearbeitet werden, aber ohne intelligente Automatisierung werden viele Aufträge ohne Berücksichtigung der Kundeneinstufung oder Dringlichkeit bearbeitet
- Die Bestände werden oft an den falschen Stellen reserviert, was zu unnötigen Umlagerungen zwischen den Lagern, erhöhten Kosten und verspäteten Lieferungen führt
- Ohne einen dynamischen Umverteilungsmechanismus werden viele Aufträge entweder storniert, verzögert oder erfordern kostspielige Umgehungen, was sowohl die Servicequalität als auch die betriebliche Effizienz beeinträchtigt



Wie DOM-Systeme das Fulfillment von Spare parts

Ein Distributed Order Management (DOM)-System bietet eine praktikable Lösung für diese kritischen Herausforderungen. Es stellt sicher, dass jede Bestellung auf die effizienteste Art und Weise zugewiesen, erfüllt und ausgeliefert wird, während der Kundendienst alle Bestellungen über eine einzige Lösung verwalten kann.

Vereinheitlichung der Bestände über alle Abwicklungsknoten hinweg

- Führen Sie Echtzeit-Bestandsdaten von Lagern, Lieferanten, 3PL-Partnern und franchiseeigenen Lagerbeständen in einem einzigen System zusammen
- Erstellen Sie mehrere Bestandsansichten, indem Sie vorhandene und zukünftige Bestände integrieren. Jede Ansicht sollte mit einem bestimmten Kanal oder einer Gruppe von Kanälen verknüpft werden, um eine genaue Definition der Bestandsallokation zu ermöglichen
- Stellen Sie sicher, dass Werkstätten und Wiederverkäufer nur verfügbare Bestände sehen und bestellen können, um Fehlkommunikation und Auftragsrückstände zu vermeiden
- Implementieren Sie Berechnungen von Echtzeit-Lieferversprechen, um sicherzustellen, dass Kunden immer mehrere Lieferoptionen mit einer genauen Erfüllungszeit für jede Option erhalten. Dieses Kundenversprechen berücksichtigt den Kundenstatus (z. B. VIP), die verfügbaren Möglichkeiten des Spediteurs, die Zuordnung des Lagerorts und die Produktverfügbarkeit

Implementieren Sie intelligentes Auftragsrouting

- Sie haben die Wahl zwischen einer Orchestrierung pro Auftrag oder einer Orchestrierung für jede einzelne Auftragszeile. Die Strategie für Auftragszeilen ermöglicht die Priorisierung bestimmter Lagerorte ohne Berücksichtigung des Gesamtinhalts, wodurch die Lieferzeiten ohne Rücksicht auf die Anzahl der Sendungen optimiert werden
- Dynamische Zuweisung von Aufträgen nicht nur auf der Grundlage der räumlichen Nähe, sondern unter Berücksichtigung der logistischen Machbarkeit und anderer Kriterien, die sicherstellen, dass jeder Auftrag auf die effektivste Weise weitergeleitet wird, um das Kundenversprechen zu garantieren
- Ermöglichen Sie eine Priorisierung nach mehreren Kriterien, so dass bestimmte Kunden (Händler, bevorzugte Werkstätten) auf der Grundlage vertraglicher SLAs und Dringlichkeitsstufen schneller mit Teilen versorgt werden können

Optimieren Sie die Logistikabwicklung

- Sie haben die Wahl zwischen einer sofortigen Orchestrierung, um die Lieferzeit zu gewährleisten, einer Orchestrierung pro Bestellintervall, um die Logistikkosten durch die Zusammenfassung mehrerer Bestellungen in einer einzigen Lieferung zu optimieren, oder einer Priorisierung der Orchestrierung von Bestellungen von Premiumkunden
- Aktivieren Sie intelligentes Fulfillment, um alle Artikel einer Bestellung vor dem Versand an den Kunden an einem einzigen Lagerort zu konsolidieren und so die Transportkosten zu senken
- Integrieren Sie Speditionsnetzwerke und Transportplanungstools direkt in das DOM-System und stellen Sie so sicher, dass jede Bestellung auf der Grundlage realer Transportbedingungen und nicht auf der Grundlage allgemeiner Versandregeln versendet wird

Sicherstellung einer nahtlosen ERP-Integration ohne Systemüberholung

- Ein DOM-System kann neben bestehenden ERP-Systemen eingesetzt werden, wodurch die Abhängigkeit von teuren ERP-Anpassungen verringert und gleichzeitig das Einkaufserlebnis modernisiert wird
- Die API-first-Architektur stellt sicher, dass Werkstätten und Händler sofortige, präzise Bestandsmeldungen erhalten und so Umsatzverluste aufgrund langsamer Bearbeitungszeiten vermieden werden
- Ermöglicht wird ein skalierbares Fulfillment-Modell, bei dem neue Vertriebszentren, Lieferanten und Lagerhäuser nahtlos eingebunden werden können

Nutzen Sie ein DOM als zentralisierte Anlaufstelle für alle Bestellungen

- Stellen Sie sicher, dass der Lebenszyklus einer Bestellung von einer einheitlichen Lösung verwaltet wird, die schnelle Antworten auf die Frage "Wo ist meine Bestellung?" ermöglicht
- Ermöglichen Sie es dem Kundendienst, Bestellungen dynamisch zu ändern, um die Flexibilität zu erhöhen, ohne die betriebliche Komplexität zu steigern
- Lösung von Orchestrierungsproblemen durch automatische oder manuelle Umstrukturierung von Bestellungen

Warum dies für Automobilzulieferer von Bedeutung ist

Eine DOM-gesteuerte Strategie zur Orchestrierung von Aufträgen ist mehr als nur eine Rationalisierung der Auftragsabwicklung - sie schafft einen Wettbewerbsvorteil in einer Branche, in der Zuverlässigkeit, Geschwindigkeit und Kosteneffizienz den Erfolg bestimmen.

Höhere Umsatzbindung

Wenn Kunden auf die Lieferfristen vertrauen, kaufen sie wieder ein.

Niedrigere Betriebskosten

Weniger Lagertransfers, optimierte Logistikrouten und eine bessere Bestandszuweisung senken die Gesamtkosten für die Auftragsabwicklung.

Größere Flexibilität der Lieferkette

Die Möglichkeit, die Auftragserfüllung dynamisch anzupassen, sorgt dafür, dass Nachfragespitzen, Transportunterbrechungen und Bestandsschwankungen abgedeckt werden.

Effiziente Kundenbetreuung

Bieten Sie Ihren Serviceteams eine einzige Übersicht über alle Kundenaufträge.

Für Händler in der Automobilzulieferindustrie ist die Implementierung von Distributed Order Management eine betriebliche Notwendigkeit, um die wachsenden Kundenerwartungen zu erfüllen und sich im Wettbewerb zu behaupten.



Optimieren Sie Multimarken- und internationale Auftragszusage und Transparenz

KONTEXT

Verbessern des Kundenerlebnisses im gehobenen Einzelhandel

Hochwertige Marken sind in einem zunehmend wettbewerbsintensiven internationalen Umfeld tätig. Die Kunden erwarten das gleiche hochwertige Einkaufserlebnis, das sie in Boutiquen vorfinden, auch auf E-Commerce-Plattformen - zumal Social Commerce und Multimarken-Marktplätze in den kommenden Jahren für ein erhebliches Umsatzwachstum sorgen dürften.

Um sich von der Konkurrenz abzuheben, müssen sie einen erstklassigen Service bieten, der alle Kundenwünsche erfüllt und das Markenerlebnis verbessert:

- Bessere Produktverfügbarkeit und Lieferzusage
- Bessere Erfahrung im Kundenservice
- Besserer Rückgabeprozess

Derzeit fehlt vielen Marken eine Lösung für die Zentralisierung der Auftragsverwaltung im Kontext mehrerer Vertriebskanäle, Mehrmarkenumgebungen oder einer Mehrländerlogik. Die Herausforderung besteht nicht in der Bestandsfragmentierung, sondern in Echtzeit-Lieferversprechen, zentraler Auftragstransparenz und Agilität im Kundenservice.



Die wichtigsten Herausforderungen für hochwertige Marken

Inkonsistente und unzuverlässige Kundenversprechen

- Die Sicherstellung einer genauen Produktverfügbarkeit in Echtzeit über mehrere Vertriebskanäle hinweg ist von entscheidender Bedeutung, um Auftragsstornierungen zu vermeiden
- Die Genauigkeit der geschätzten Lieferzeit ist für die Kundenzufriedenheit von entscheidender Bedeutung, doch viele Marken haben Schwierigkeiten, Logistikdaten in Echtzeit zu integrieren

Begrenzte Echtzeit-Transparenz von Bestellungen über alle Kanäle hinweg

- Kunden erwarten, dass sie ihre Bestellungen vom Kauf bis zur Auslieferung ändern und verfolgen können, aber viele Einzelhändler haben Schwierigkeiten, einen Echtzeit-Überblick über die Kundenbestellungen zu erhalten
- "Wo ist meine Bestellung?" (WISMO)-Anfragen machen einen erheblichen Teil der Kundendienstanrufe aus, die auf verzögerte oder ungenaue Aktualisierungen zurückzuführen sind
- Vorbestellungen, Lieferrückstände und Teillieferungen erfordern eine klarere Kommunikation und proaktive Kundenbenachrichtigungen, um Unzufriedenheit zu vermeiden

Mangelnde Flexibilität der Kundendienstteams bei der Aktualisierung von Bestellungen

- Geschenke, Muster und Werbeaktionen sind entscheidend für die Bindung von Premium-Kunden, aber die meisten Systeme erlauben keine nahtlose Anpassung nach dem Kauf
- Umtausch und Ersatz sollten reibungslos und sofort erfolgen, aber die vorhandenen Tools sind nicht flexibel und beweglich

Ineffiziente Rückgaben und Erstattungen

- Luxuskunden erwarten Echtzeit-Updates zum Rückgabestatus und sofortige Rückerstattungen, aber viele Marken verlassen sich immer noch auf langsame, manuelle Abstimmungsprozesse



Wie Distributed Order Management (DOM) diese Herausforderungen meistert

Ein DOM der nächsten Generation ist ein strategischer Wegbereiter, der das Kundenerlebnis während der gesamten Reise verbessert:

Während des Einkaufserlebnisses

Bereitstellung einer präzisen Lieferzeit für alle Zustelloptionen, basierend auf der genauen Produktverfügbarkeit.

Das Einkaufserlebnis nach dem Kauf

- Fassen Sie alle Bestellungen in einer einzigen Lösung zusammen und gestalten Sie aktiv den gesamten Lebenszyklus einer Bestellung
- Orchestrieren Sie Bestellungen unter Berücksichtigung des Lieferversprechens, um sicherzustellen, dass die kalkulierte Lieferzeit, die dem Kunden mitgeteilt wurde, eingehalten wird
- Automatisierte "Wo ist meine Bestellung?" (WISMO)-Nachverfolgungssysteme tragen dazu bei, die Zahl der eingehenden Kundendienstanrufe erheblich zu reduzieren. Durch die Synchronisierung des Bestellstatus über alle digitalen und physischen Kanäle - unabhängig davon, ob der Kauf online, im Geschäft oder über Social Commerce getätigt wurde - können Marken Transparenzlücken beseitigen und ein einheitliches Kundenerlebnis gewährleisten
- Ein weiterer Bereich, in dem ein DOM-System einen erheblichen Mehrwert bietet, ist die Flexibilität bei Bestelländerungen und Interaktionen mit dem Kundenservice. Käufer fordern oft in letzter Minute Aktualisierungen der Lieferadressen, Stornierungen oder Teiländerungen der Bestellung an. Ein Auftragsverwaltungssystem bietet Echtzeit-Funktionen zur sofortigen Anpassung von Aufträgen, ohne die Abwicklungsabläufe zu unterbrechen. Kundenservice-Teams profitieren von dynamischen Bestellbearbeitungsfunktionen, die es ihnen ermöglichen, Kundenprobleme schneller und effizienter zu lösen. Über die Logistik hinaus sind Einzelhändler in vielen Segmenten auf personalisierte Kundenerlebnisse angewiesen: Durch die nahtlose Integration von Geschenken, Sampling und Werbegesten wird sichergestellt, dass VIP-Kunden ein individuelles und exklusives Markenerlebnis erhalten
- Die nahtlose Verwaltung von Umtausch, Rückgabe und Rückerstattung über alle Kanäle hinweg ist eine weitere große operative Herausforderung für Premium-Einzelhändler. Ein modernes DOM-System ermöglicht eine automatisierte Rückerstattungsverarbeitung und stellt sicher, dass Kunden ihre Rückerstattung ohne unnötige Verzögerungen erhalten. Die Synchronisierung der Kaufhistorie im Geschäft und im Internet ermöglicht einen reibungslosen kanalübergreifenden Umtausch und beseitigt die Barrieren zwischen dem digitalen und dem physischen Einzelhandelserlebnis. Darüber hinaus ermöglichen automatisierte Return-to-Stock-Workflows den Einzelhändlern, zurückgegebene Produkte so schnell wie möglich zu bearbeiten und weiterzuverkaufen, um den Lagerumschlag zu maximieren und finanzielle Verluste durch Retouren zu minimieren

Warum dies für den gehobenen Einzelhandel wichtig ist

Eine DOM-gesteuerte Strategie für das Order Lifecycle Management ist der Schlüssel zur Schaffung eines wettbewerbsfähigen Kundenerlebnisses und zur effizienten Steuerung der Kundenerfahrungen nach dem Kauf.

Höhere Umsatzbindung

Wenn Kunden auf die Lieferfristen vertrauen, kaufen sie wieder ein.

Weniger Auftragsstornierungen

Eine genaue Produktverfügbarkeit über alle Vertriebskanäle hinweg reduziert Bestellverzögerungen und -stornierungen.

Effiziente Kundenbetreuung

Eine einzige Übersicht über alle Kunden, Produkte und Bestellungen ermöglicht es den Teams mit Kundenkontakt, einen schnellen, präzisen und zuverlässigen Service zu bieten.



Fazit

Die in diesem Whitepaper untersuchten Fallstudien verdeutlichen eine grundlegende Beobachtung: Die Komplexität des modernen Fulfillments bringt gesteigerte Ansprüche mit sich, denen man mit angepassten und neuen Lösungsoptionen begegnen muss.

Herkömmliche ERP-Systeme wurden für initial für die Auftragsverarbeitung aus einem Sales-Kanal, stapelverarbeitetes Fulfillment entwickelt, bei dem der Bestand statisch und die Beschaffung linear war. Selbst herkömmliche Auftragsverwaltungslösungen sind zwar eine deutliche Verbesserung, basieren aber immer noch auf vordefinierten Zuweisungsregeln und starren Workflows, die mit den heutigen Multi-Channel-Einzelhandels- und Vertriebsnetzen nur schwer Schritt halten können.

Um echte Agilität, Präzision und Rentabilität bei der Auftragsabwicklung zu erreichen, sollten Händler und Hersteller ein DOM nutzen, das Folgendes umfasst:

- API-first und ereignisgesteuerte Orchestrierung, die automatisiert und in Echtzeit Entscheidungen in komplexen Fulfillment-Netzwerkentreffen können
- Dynamisches Bestandsmanagement in Echtzeit, das sicherstellt, dass jede Bestandseinheit an allen Fulfillment-Standorten vollständig optimiert ist
- vorausschauende und in Echtzeit kalkulierte Lieferoptionen, -zeiten und -kosten, die Fulfillment-Entscheidungen proaktiv und nicht reaktiv anpassen
- Erweiterte Geschäftsregeln und KI-gesteuerte Empfehlungen, die sicherstellen, dass jede Bestellung zu den niedrigsten Kosten und mit dem höchsten Serviceniveau erfüllt wird

Einzelhändler und B2B-Distributoren, die es versäumen, ihre DOM-Fähigkeiten weiterzuentwickeln, werden weiterhin mit Umsatzeinbußen, betrieblichen Ineffizienzen und schwindendem Kundenvertrauen rechnen müssen. Diejenigen, die in die nächste Generation der Order Orchestration investieren, werden sich einen dauerhaften Wettbewerbsvorteil verschaffen und sicherstellen, dass jede Bestellung über jeden Kanal hinweg mit Präzision, Effizienz und Rentabilität erfüllt wird.

Die Weiterentwicklung des Auftragsmanagements ist der einzige Weg für Händler und Hersteller, die skalieren, ihre Abläufe optimieren und in einer hypervernetzten Handelslandschaft gewinnen wollen.



Kompatibles verteiltes Auftragsmanagement zur Steigerung der Rentabilität

Mehr erfahren

Für Fragen und Informationen



contact@onestock-retail.com



onestock-retail.com

