

Zukunftssicher in den eCommerce.

Die Umsetzung einer Omnichannel
eCommerce Strategie
bei Theo Förch GmbH & Co. KG



Inhalt.

Über Theo Förch GmbH & Co. KG	3
Vom Traditionsunternehmen zum digital Player: Wie die Theo Förch GmbH & Co. KG Digitalisierung vorantreibt	3
Herausforderungen vor Projektstart	5
Auswahl von SAP Commerce Cloud und einer zukunftsfähigen BTP Schnittstelle	6
Entscheidung für Smart Commerce	7
Projekttablauf	9
Ziele	9
Projektbeginn	10
Herausforderungen – fehlende Dokumentation und parallellaufende Projekte	10
Funktionen im FÖRCH Onlineshop	11
Suche mit Vorschlagsliste	11
Benutzer- und Rollenmanagement	12
Kostenstellenmanagement	12
Tool und Kostenstellenmanagement/ Inventur (TKMi)	12
Gefahrstoffmanagement	13
Kundenindividuelle Preise	14
Produktempfehlungen	14
eProcurement Schnittstellen SAP OCI4, CXML, IDS und weitere elektronische Bestellbestätigungen	15
Überall erreichbar: Mit Spartacus Frontend zur PWA	15
Ergebnis	16
Weitere Betreuung und zukünftige Projekte	17
Multisite Ansatz für erfolgreiche Internationalisierung	17
Nach dem GoLive ist vor dem GoLive.	17
Fazit	19

Über Theo Förch GmbH & Co. KG.

Mit einem konsolidierten Jahresumsatz von 514 Mio. Euro (2021) ist FÖRCH einer der führenden deutschen Anbieter von Produkten für Handwerk und Industrie. Die heutige Firmenzentrale in Neuenstadt am Kocher (Baden-Württemberg) liegt unweit der einstigen Keimzelle des Direktvertriebsunternehmens. Was bei anderen Branchen die viel zitierte Garage ist, war bei Gründer Theo Förch 1963 die elterliche Scheune. Heute sind mehr als 100.000 Werkstatt-, Montage- und Befestigungsartikel im Programm – doch FÖRCH ist zu 100 % ein Familienunternehmen geblieben, für das der Faktor Mensch und der persönliche Kontakt nach wie vor eine tragende Rolle spielt.

Von den aktuell 3.500 Mitarbeitern sind allein 2.000 im Außendienst tätig, die qualifiziert beraten und im Dienste von mehr als 300.000 Kunden weltweit unterwegs sind. Daneben gibt es in Deutschland mittlerweile 34 Verkaufs-Standorte. Mit einer profunden eCommerce-Strategie wird der Multi-Channel-Ansatz im Vertrieb komplett. Besonders stark wächst momentan das Auslandsgeschäft, das mit dem Heimatmarkt mittlerweile auf Augenhöhe liegt. So gibt es bereits über 55 Ländervertretungen weltweit sowie 24 dezidierte Ländergesellschaften.

Vom Traditionsunternehmen zum Digital Player: Wie die Theo Förch GmbH & Co. KG Digitalisierung vorantreibt

Wie bei Großhändlern verschiedenster Branchen ist auch bei der Theo FÖRCH GmbH & Co. KG traditionell der Außendienst wichtigster und zentralster Kontaktpunkt zu den Kunden. Letztere schätzen die persönliche Interaktion und professionelle Beratung durch FÖRCH Mitarbeiter, ob telefonisch oder direkt vor Ort. Um auf veränderte Marktverhältnisse und umfassendere Kundenbedürfnisse zu reagieren, wurde es jedoch strategisch essenziell, den Direktvertrieb durch den Ausbau weiterer digitaler Vertriebskanäle



zu ergänzen. FÖRCH lag sehr am Herzen, dass die Kombination aus Beratung und Direktvertrieb weiterhin Teil der Unternehmens-DNA bleibt und mittels Digitalisierung auf ein neues Level gehoben werden kann.

FÖRCH hatte rechtzeitig erkannt, dass die eigenen Kunden digitalaffiner werden, sich selbst online informieren und neue Produkte und Geschäftsmodelle entdecken. Produktbeschaffung findet heute bei jungen Handwerksmeistern oft außerhalb der klassischen Geschäftszeiten und über verschiedene Endgeräte statt. Moderne digitale Geschäftsmodelle kommen der Zielgruppe durch einen 24/7 mobilen Zugriff auf Service und Beschaffungsleistungen entgegen. Man wollte den Bedürfnissen der eigenen Kunden und der zunehmenden Nachfrage nach digitalen Serviceleistungen am Markt gerecht werden und sich langfristig wettbewerbsfähig aufstellen.

Für FÖRCH galt es also, auf die gewaltigen Veränderungen zu reagieren. Als Teil der Antwort auf diese Herausforderungen wurde eine Strategie entwickelt, die den erfolgreichen Außendienst nicht ersetzen will, sondern selbst von der Digitalisierung profitieren lässt. Zukünftig soll eine 360-Grad-Sicht auf den Kunden sowie die digitale Informationsbereitstellung auf modernen Endgeräten die Vertriebsarbeit erleichtern und neue Potenziale eröffnen. Das ambitionierte Ziel von FÖRCH war und ist, jedem

Kunden auf einem Kanal seiner Wahl und angepasst an individuelle Bedürfnisse Informationen zur Verfügung zu stellen, bestmögliche Servicequalität zu liefern und den Einkauf von Produkten so komfortabel wie möglich zu gestalten. Kernelement dieser Strategie sollte ein moderner Onlineshop und eine zukunftssichere eCommerce Architektur für das international agierende Unternehmen sein.



Herausforderungen vor Projektstart.

Den Grundstein für den digitalen Verkauf hatte die Theo Förch GmbH & Co. KG bereits viele Jahre zuvor mit einem eigenen Onlineshop gelegt. Veränderte Kundenerwartungen, neue Technologien und Vertriebspotenziale machten nun eine Neuausrichtung notwendig.

Im Fokus standen:

- die genutzten Technologien des Traditionsunternehmens,
- eine ganzheitliche Digitalstrategie und
- klar definierte Ziele

Die stark fragmentierte Systemlandschaft war bereits über 25 Jahre im Dienst und viele Applikationen hatte das Unternehmen individuell und aufwendig von verschiedenen Dienstleistern aufbauen lassen. Das bedeutete eine große Abhängigkeit bei Anpassungen. Zudem erhöhte die Vielzahl der Individuallösungen die Komplexität des Gesamtsystems. Die fehlenden Standardschnittstellen und begrenzten Skalierungsmöglichkeiten sollten durch moderne, zukunftssichere Systeme ersetzt werden.

Als Strategie wurde ein holistischer Ansatz definiert: FÖRCH wollte eine Omnichannel-Philosophie verfolgen und den Außendienst als zentralen und wichtigsten Kontaktpunkt zum Kunden um weitere Touchpoints ergänzen.

„FÖRCH-Kunden haben hinsichtlich Beratungsqualität zu Neuprodukten, Verfügbarkeiten von Waren und Angabe genauer Lieferzeiten eine hohe Erwartungshaltung. Die 360-Grad-Sicht auf den Kunden soll Grundlage dafür sein, dass jeder Touchpoint über die gleichen Informationen verfügt und die bestmögliche Servicequalität bietet.“

Sirko Chruszcz, Teamleiter Web-Shop / eCommerce / IT / Digital Business, Theo Förch GmbH & Co. KG

Bei der Systemauswahl für ein neues eCommerce System in über 20 Ländergesellschaften standen vier essenzielle Anforderungen fest:

- Responsives Design für alle Devices,
- Skalierbarkeit für weitere Länder-Rollouts,
- das Aufbauen einer zukunftssicheren Architektur sowie
- der Wunsch nach langfristiger Zusammenarbeit mit erfahrenen Implementierungspartnern.

Der Vielfalt an Systemen in den Ländergesellschaften, sollte die internationale eCommerce-Strategie FÖRCHs mit einer einheitlichen Lösung begegnen.

Eine weitere Herausforderung bei der Planung des eCommerce-Projektes war die zeitgleiche Umstellung des bisherigen ERP auf SAP S/4HANA, die parallelaufende Entwicklung einer Sales-App für den Außendienst, sowie die Einführung eines neuen PIM-Systems. Es galt, die Abhängigkeiten zwischen allen vier Projekten festzustellen und in den Planungsprozess aufzunehmen.

Als Teil der Anforderungsanalyse nahm FÖRCH gemeinsam mit dem Unternehmen Smart Commerce SE die notwendigen Kriterien für das zukünftige eCommerce-System auf und hielt folgende Herausforderungen als Schwerpunkte bei der Systemauswahl fest:

- Eingliederung in alte wie auch neue Systemarchitektur
- von parallelaufenden Projekten unabhängige Entwicklung
- zukunftssicherer Standard als Grundlage für internationalen Rollout

Auswahl von SAP Commerce Cloud und einer zukunftsfähigen BTP Schnittstelle

„Die SAP Commerce Cloud Lösung ist einfach an die Bedürfnisse unserer Kunden anpassbar und individuelle Lösungsansätze lassen sich damit ausgezeichnet abbilden. Eine Vielzahl der im Standard enthaltenen Features passte gut auf die Anforderungen von FÖRCH, weshalb wir uns einvernehmlich für die Lösung entschieden haben.“

Ingo Körber, COO Smart Commerce

Da FÖRCH bereits eine Entscheidung für die Umstellung auf SAP S/4HANA getroffen hatte, lag die SAP eCommerce-Lösung nahe. Vor der Perspektive, alte Systeme über alle Ländergesellschaften abzulösen und sich stärker zu standardisieren, sprach zudem sehr viel für den Einsatz einer BTP Schnittstelle.

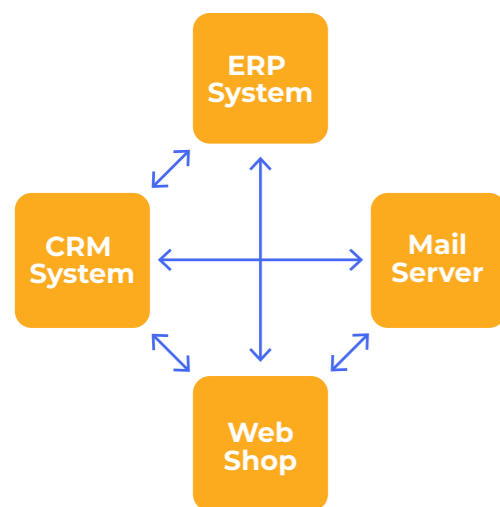
Die BTP ist eine Cloud Middleware aus dem Hause SAP, welche die Integration der SAP Commerce Cloud zum neuen und zum alten ERP ermöglicht und auch andere Software-Lösungen in den einzelnen Ländern problemlos integrieren kann. Für die Kunden wollte man auf diesem Weg alle eCommerce-Funktionalitäten über sämtliche Touchpoints hinweg verfügbar machen.

End-to-End Verbindungen stellen eine Herausforderung für die Konsistenz und Verfügbarkeit von Daten in Echtzeit für alle Clients dar. Die BTP löst dieses Problem in dem sie als Datendrehscheibe fungiert, Kanäle verknüpft und sicherstellt, dass alle Anwendungen über die gleichen Daten verfügen. Versionswechsel, Updates, Konfigurationsänderungen oder

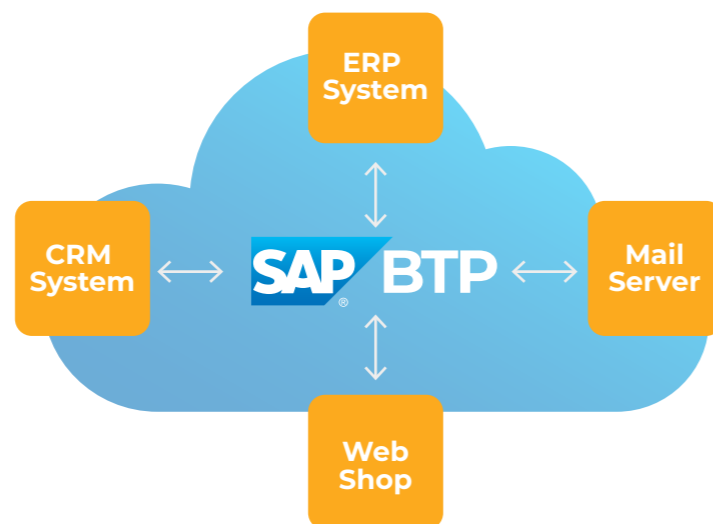
der Austausch einzelner Anwendungen haben dabei keine Anpassung der Schnittstellen zur Folge.

Zur Umsetzung des Projekts empfahl sich ein Headless-Commerce-Ansatz, welcher eine klare Trennung zwischen Frontend und Backend vorsieht. Der Headless-Commerce-Ansatz war einer der ausschlaggebenden Gründe für die SAP Commerce Lösung. Moderne Frontends bieten zudem den Vorteil, dass sie mit einem intuitiven User Interface für alle Endgeräte verfügbar sind. Ein so garantiert konsistenter Datenaustausch zwischen den Endgeräten war Voraussetzung dafür, dass dem Nutzer an allen Touchpoints die gleichen Informationen zur Verfügung stehen.

End-to-End-Verbindung



Integrationsplattform



Darstellung der üblichen End-to-End Verbindungen und der SAP BTP: Eine Middleware wie die SAP Cloud Plattform Integration hilft, die sich aus der natürlichen Komplexität heraus ergebenden Integrationsaufwände effektiv zu reduzieren und den Datenaustausch zwischen allen Teilnehmern der Unternehmens-Systemlandschaft stabil zu orchestrieren.

*SAP BTP = SAP Business Technology Platform

Entscheidung für Smart Commerce

„Unser Team besitzt herausragende Expertise im Bereich der Java Enterprise Entwicklung und zeichnet sich durch langjährige Erfahrung in der Umsetzung von B2B Projekten auf Basis von SAP Commerce aus. Dazu kommt unser auf vielen erfolgreichen Projekten basierendes Verständnis für B2B Prozesse im Großhandel. Diese Eigenschaften sind das stabile Fundament unsere langfristigen und erfolgreichen eCommerce Partnerschaft mit FÖRCH.“

Ingo Körber, COO Smart Commerce

Ein B2B Shop unterscheidet sich nicht nur durch Themen wie kundenindividuelle Preisgestaltung vom B2C Online-Geschäft, sondern auch durch zielgruppenrelevante Serviceangebote. Zu solchen gehören Tool- und Kostenstellenmanagement, sowie komplexe Rechtevergaben und Genehmigungs-Workflows. Ein Hauptauswahlkriterium für Implementierungspartner war deshalb vor allem die Erfahrung im



Ingo Körber

Direktvertriebsumfeld und mit B2B-Prozessen. Smart Commerce erfüllte solche Anforderungen und platzierte sich dank dieser und zusätzlicher Qualitäten als kompetenter Partner für die Theo Förch GmbH & Co. KG.



• Langjährige B2B eCommerce Erfahrung:

Das Smart Commerce TEC-Team* hat eine große Zahl verschiedenartig dimensionierte Onlineshops von der initialen eCommerce Strategie-Entwicklung bis hin zum Go-Live umgesetzt und fokussiert sich exklusiv auf eCommerce



• Technische Exzellenz für SAP Commerce Cloud:

Smart Commerce verfügt über langjährige Erfahrung mit relevanten Technologien, wie z.B. Java oder Webservices. Dies sichert mittelständischen Kunden eine Risiko-Minimierung und Performance-Optimierung.



• Methodische Exzellenz für SAP Commerce Cloud:

Die methodische Expertise von Smart Commerce bei der agilen Implementierung und Testautomatation ermöglicht dem eCommerce Unternehmen eine effektiv plan- und steuerbare Entwicklung.

Die Entscheidung der Theo Förch GmbH & Co. KG für Smart Commerce als Implementierungspartner fiel somit nicht nur auf Grund der Erfahrung der eCommerce Agentur mit SAP Commerce Cloud und SAP Cloud Plattform Integrationen, sondern auch wegen dem B2B Fokus und der langjährigen Erfahrung im Großhandels- und Handwerksbereich. Damit bot Smart Commerce eine einzigartige Kombination aus technischer Expertise und tiefgehendem Branchen-Know-how.

„Die Auswahl des richtigen Partners ist ein zentraler Erfolgsfaktor für eCommerce-Projekte. Uns war es wichtig, dass das Implementierungsvorgehen zur Arbeitsweise und Unternehmenskultur von FÖRCH passt, die Beteiligten gut miteinander arbeiten können und unser Partner über ausreichend Branchenerfahrung verfügt“

Jörg Beier, Abteilungsleiter eCommerce / IT / Digital Business
Theo Förch GmbH & Co. KG

*TEC-Team=Technisches Exzellenz Team

Projektlauf.

Ziele

Vor Implementierungsstart war es wichtig, das Projekt sorgfältig aufzusetzen. Dies erforderte, sich auf die Form der Zusammenarbeit zu einigen und feste Ziele zu definieren. Nur so konnten man eine strukturierte Umsetzungsphase garantieren. In 10 gemeinsamen Workshops wurden deshalb die wichtigsten Funktionalitäten des Shops definiert und Anforderungen aufgenommen, sowie zentrale Projektmeilensteine abgestimmt.

Erster Meilenstein:

Ablösen des alten Onlineshops in Deutschland und Go Live mit Schnittstelle zum bisherigen ERP

Zweiter Meilenstein:

Umstellen des ERPs in Deutschland auf SAP S/4HANA und Anbindung an die BTP und somit an den neuen Onlineshop

Dritter Meilenstein:

Rollout der SAP CC auf weitere Länder und Anbindung der ländereigenen Systemlandschaft über die BTP

Globales Ziel:

Ablösen der alten Webshoplösungen in allen Ländern und Bereitstellung der SAP CC auch in Ländern ohne bisherige eCommerce Lösung.

Für die Zusammenarbeit einigte man sich zunächst auf ein agiles Vorgehen angelehnt an die SCRUM-Methodik. Auf Seite von Smart Commerce wurde im Laufe mehrere Sprints eine angepasste Methode der agilen Entwicklung herausgebildet, sodass eine bessere Balance zwischen Feature Umsetzung, Support und Länder-Rollouts garantiert werden konnte.

„Kein Projekt ist 100% planbar. Während des Projektverlaufs muss man schnell auf Veränderungen reagieren können. Unser agiler Ansatz greift auch Erkenntnisse aus klassischen Projektverfahren auf und bietet uns für unerwartete Komplikationen die passenden methodischen Lösungen. So können wir mit unserer Projektmanagementmethodik auch auf ungeplante Arbeiten (Support) oder veränderte Anforderungen bei der Feature-Umsetzung spontan und schnell reagieren. Außerdem minimieren wir Risiken für den Kunden, weil wir transparenter kommunizieren, die Projektlaufzeit in Zyklen unterteilen und Probleme von uns zeitnah definiert und gelöst werden können. Für FÖRCH hat das zusätzlich den enormen Vorteil, dass wir uns an die Arbeitsweise der FÖRCH Teams anpassen und nicht SCRUM nach Lehrbuch forcieren. Wir wollten gemeinsam die bestmögliche Zusammenarbeit erörtern und umsetzen. Mit unserem angepassten agilen Vorgehen gelingt uns das erfolgreich für jeden Zyklus aufs Neue.“

Christian Wittig (Product Owner und Projektmanagement, Smart Commerce)

Christian Wittig



Projektbeginn

2019 begann die Arbeit an der Infrastruktur. Den Grundstein für die Anbindung der SAP Commerce Cloud an das bestehende ERP legte die Implementierung der BTP. Die zeitnahe Ablösung des ERPs durch die neue S/4Hana Lösung war dabei bereits eingeplant.

Dieses Vorgehen demonstrierte von Beginn an außerordentliche Vorteile. Denn die Entwicklung der Commerce Cloud blieb stabil und unabhängig, obwohl während des Prozesses zeitgleich weitere Systeme wie ERP, Sales App und PIM implementiert wurden. Anpassungen an der Commerce Cloud waren dank des gewählten Vorgehens auch dann nicht nötig, als später andere Systeme ausgetauscht wurden oder neu hinzukamen.

Herausforderungen – fehlende Dokumentation und parallellaufende Projekte

Bei der Entwicklung der SAP Commerce Cloud war es FÖRCH ein Anliegen, dass so viele etablierte Features des bisherigen Shops wie möglich bestehen bleiben und weiterentwickelt werden. Die Herausforderungen bei der Umstellung lagen im großen Funktionsumfang, der oftmals fehlenden Dokumentation abzulösender Systeme, sowie in der heterogenen Landschaft mit zahlreichen Schnittstellen, der daraus resultierenden Komplexität und fehlenden Features im Funktionsumfang der CC.

Die parallellaufende Umstellung des ERPs, die Einführung eines neuen PIMs und die Entwicklung einer Sales App für die Außendienstmitarbeiter sowie die benötigten Zulieferungen zwischen den Teilprojekten erforderte agiles Projektmanagement. Hinzu kam ein hoher Abstimmungs- und Steuerungsaufwand der vielen parallelen Handlungsstränge.

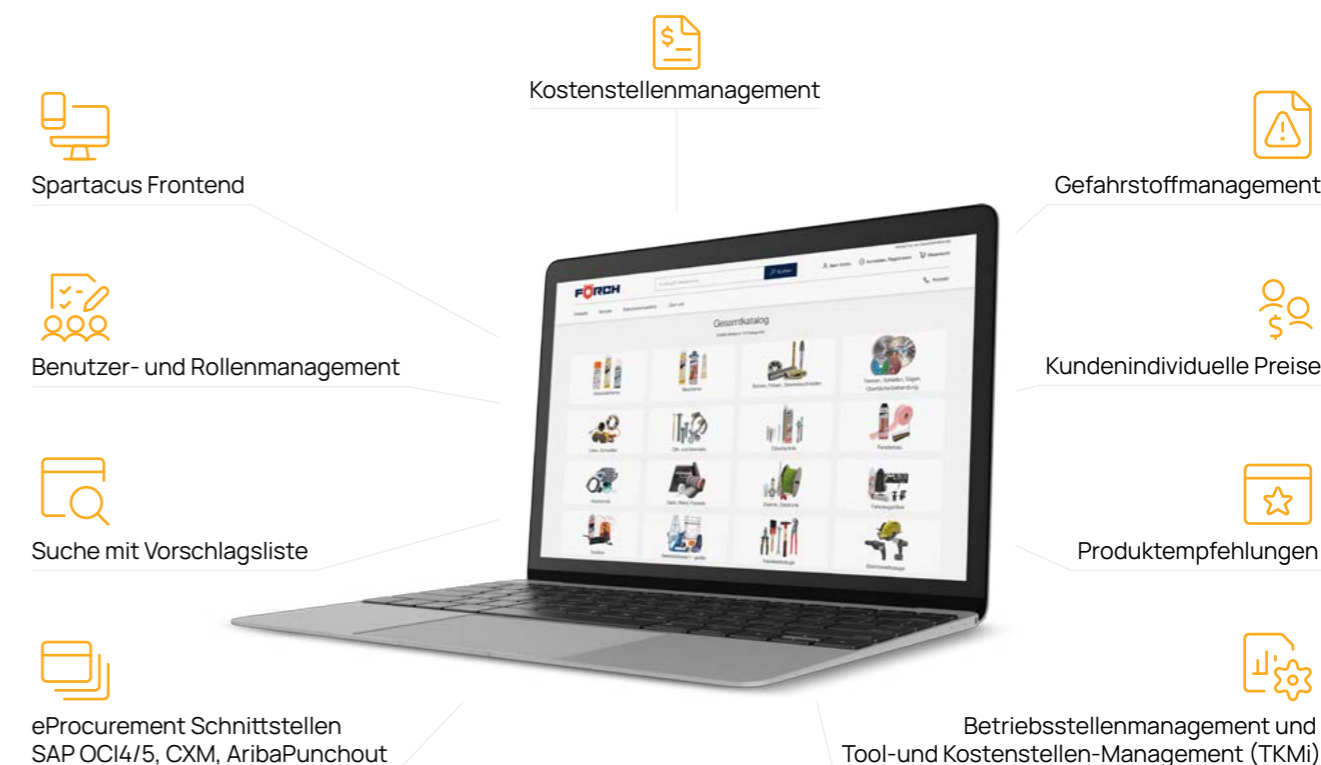
Durch die Erfahrung von Smart Commerce war es an vielen Stellen möglich, von Standardlösungen abzuweichen und auf Individualentwicklungen zu setzen, um die gewünschten Features umzusetzen. Die notwendigen Änderungen nahm man agil vor und bezog relevante Stakeholder mit ein. So konnte man den bisherigen Funktionsumfang des alten Webshops vollständig abbilden und entsprechend der geäußerten Wünsche ausbauen.

Die Unterstützung der FÖRCH Stakeholder war hierbei elementar. FÖRCH stellte sicher, dass die eigenen IT-Ressourcen nicht zu Projekt-Engpässen werden.



Jana Haase

Funktionen im FÖRCH Onlineshop.



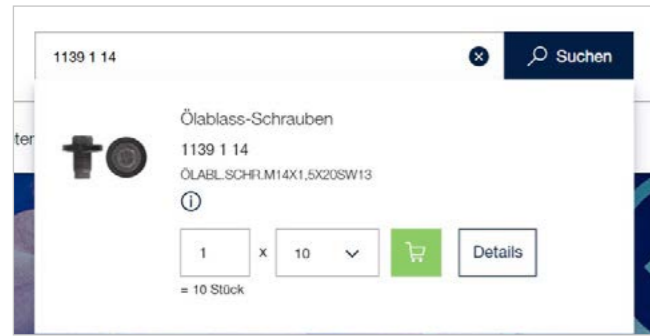
„Digitalisierung wächst in allen Bereichen. Ob im Büro, auf der Baustelle oder unterwegs: Wenn man auf jedem Endgerät mit nur wenigen Klicks Zugriff auf alle Informationen und Serviceleistungen hat, können tagtäglich auftretende Herausforderungen schneller gelöst werden und Kundenbedürfnisse lassen sich unabhängig von Wochentag, Geschäftszeit oder Ort erfüllen. Auch wenn der vertrauensvolle persönliche Kontakt von Außendienst und Kunde weiterhin hochgeschätzt ist, schafft man parallel dazu ein digitales Ökosystem, um den FÖRCH-Kunden für jede Situation eine optimale Customer Journey zu bieten.“

Jana Haase, Senior Digital Consultant, Smart Commerce

Die Wünsche von Gewerbekunden, sowie Besonderheiten im Beschaffungsprozess stellen große Anforderungen an den B2B eCommerce. Der neue Onlineshop von FÖRCH entspricht diesen dank Implementierung relevanter B2B Funktionen:

Suche mit Vorschlagsliste

Ein Beispiel dafür ist die interne Suche, die bei der Größe von FÖRCHs umfassenden Produktportfolio ein wichtiges Feature ist. Kunden möchten sich nicht lange durch verschiedene Kategorien oder Filtereinstellungen zum gewünschten Produkt durchklicken, sondern dieses bequem per Keyword- oder Artikelnummer-Suche angezeigt bekommen. Dank SOLR Search und diversen, individuellen Bewertungsparametern finden FÖRCH Kunden innerhalb des Webshops zielsicher das passende Produkt zu ihrer individuellen Suchanfrage.



Eine Besonderheit ist die Möglichkeit, Produkte direkt aus der Suche in den Warenkorb zu legen, was den Bestellprozess effizienter und schneller macht.

Benutzer- und Rollenmanagement

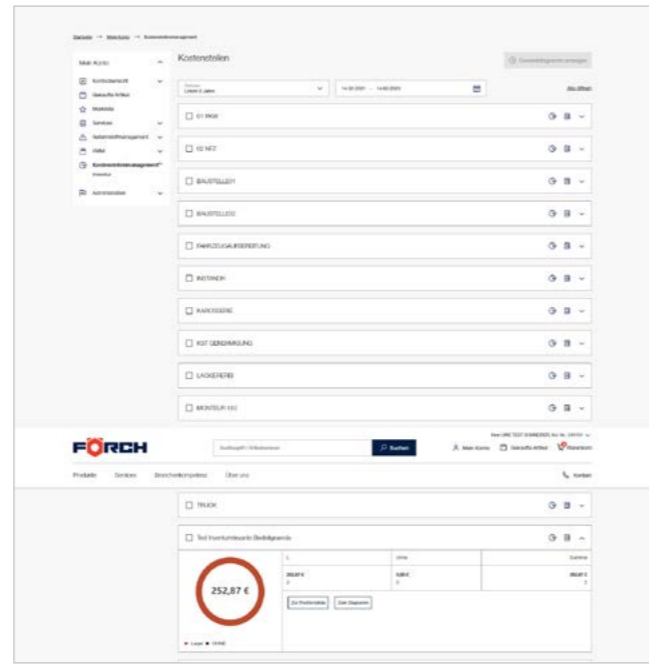
Im B2B Umfeld ist es wichtig, dass für bestimmte Rollen, Mitarbeiter oder Organisationseinheiten individuelle Rechte vergeben werden können. Falls ein Kunde an mehreren Standorten tätig ist, oder ein Einkäufer für verschiedene Abteilungen Bestellungen tätigt, müssen zudem verschiedene Rechnungs- und Lieferadressen zu hinterlegen sein.

Um diesen Umständen Rechnung zu tragen, wurde ein Benutzer- und Rollenmanagement als Feature integriert, über das für jeden Webshopnutzer komplett konfigurierbare Berechtigungen vergeben werden können: Vom Zugriff auf bestimmte Features, über die Zuweisung von Kostenstellen (Kostenstellenmanagement) bis hin zur Einsicht von Preisen und Bestellungen.

Kostenstellenmanagement

Das Management von Kostenstellen im FÖRCH Onlineshop schafft auch Transparenz und Sicherheit für den Kunden. Als Nutzer können Unternehmen zu ihren Kostenstellen Bestellgründe angeben, was signifikante und messbare Einsparungen für die Kunden bedeutet und Bestellvorlagen hinterlegen. Bereits erworbene Artikel können sie sich sortiert nach Kostenstelle übersichtlich darstellen lassen.

Neue Kostenstellen lassen sich komfortabel pro Projekt oder Abteilung hinzufügen und Genehmigungsworkflows können angelegt werden, um den Über-



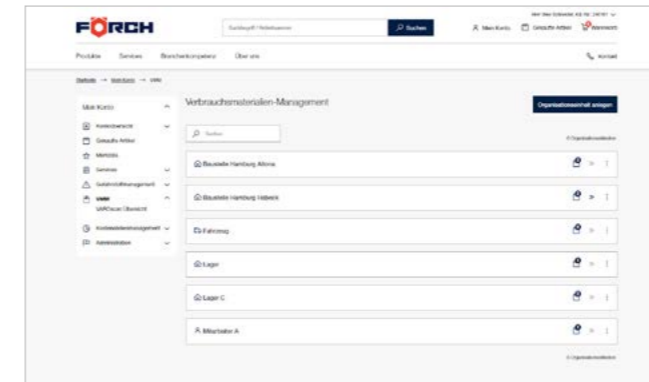
blick über die Bestellungen oder gesetzte Budgets zu behalten. Die Einrichtung und Auswertung von einzelnen Kostenstellen ist jederzeit online abrufbar und Benutzerrechte lassen sich samt Hierarchiestruktur eigenständig anlegen und verwalten. Kunden besitzen somit über umfangreiche Auswertungsmöglichkeiten.

Tool- und Kostenstellenmanagement/ Inventur (TKMi)

Viele kleine und mittelständische Betriebe stehen vor der Herausforderung, den Überblick über ihre eigenen Betriebsgüter oder bspw. die Werkzeugausstattung der Mitarbeiter behalten zu müssen, ohne dafür zu große Mengen zeitliche Ressourcen aufzuwenden. Um das Problem zu lösen, setzen Unternehmen verstärkt auf digitale Mittel.

FÖRCH ist stets bestrebt, den Kunden im Alltag zu unterstützen und bietet deshalb im eigenen Webshop Lösungen, die Handwerksbetrieben dank digitaler Features Übersicht verschaffen und dadurch Zeit und Geld sparen.

Über die Inventurfunktion lassen sich Bestellungen im FÖRCH Webshop automatisch als Lagerbestand einbuchen. Zugänge werden dem Sollbestand zugebucht. Da die Kunden sogar Fremdprodukte in ihre



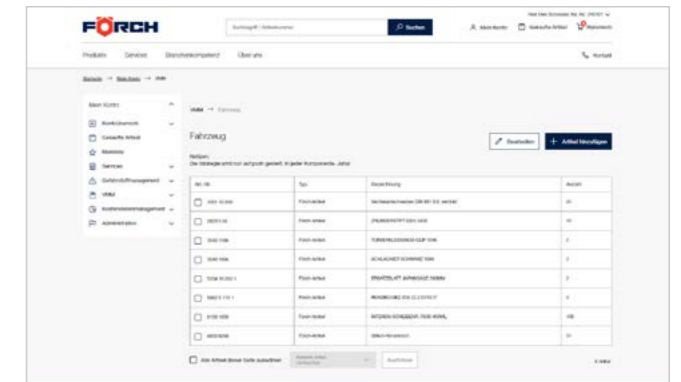
Kostenstellen einpflegen können, ist es möglich, einen Gesamtüberblick z.Bsp. für Werkstattwagen oder Werkzeugschränke zu bekommen. Die Produkte sind nahtlos in den Shop integrierbar. Bilddateien und technische Informationen zum jeweiligen Produkt können ebenso mitgeladen werden wie aktuelle Dokumente.

„Digitalisierung bedeutet mehr als nur die Möglichkeit, online Produkte zu bestellen. Wirklichen Mehrwert bietet ein Großhändler seinen Kunden immer dann, wenn er deren tägliche Arbeit und Prozesse einfacher macht. Digitale Services wie das Tool- und Kostenstellen-Management/Inventur machen es Handwerksbetrieben einfach, ihre Güter zu verwalten und sparen Zeit und Geld. Weil FÖRCH versteht, was die Kunden beschäftigt und Lösungen anbietet, hat das Unternehmen den Sprung vom bloßen Verkäufer zum Partner geschafft und sorgt für eine nachhaltige Kundenbindung.“

Jana Haase, Senior Digital Consultant, Smart Commerce

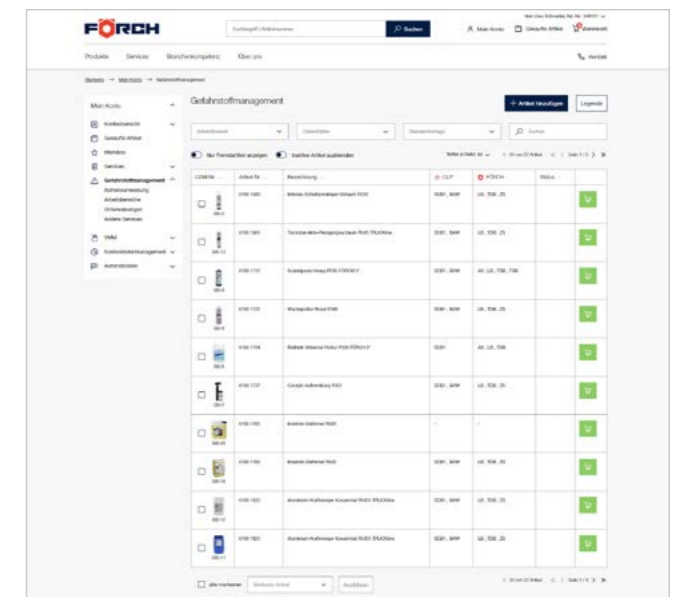
Gefahrstoffmanagement

Der Umgang mit Chemieartikeln und die Lagerung von Gefahrstoffen ist an zahlreiche Verordnungen und Gesetze geknüpft. Unternehmen sind in der Nachweispflicht und müssen jederzeit einen Überblick ihres Bestands haben. Über das Gefahrstoffmanagement-Feature im FÖRCH Webshop wird bei Kauf eines Gefahrstoffs das Produkt automatisch in einem persönlichen Gefahrstoffverzeichnis ange-



zeigt und alle notwendigen Sicherheitsdatenblätter und Betriebsanweisungen werden mitgeliefert, Unterweisungen können über das Feature verwaltet und Erinnerungen angelegt werden. Kunden können auch hier bei Bedarf Fremdartikel manuell pflegen.

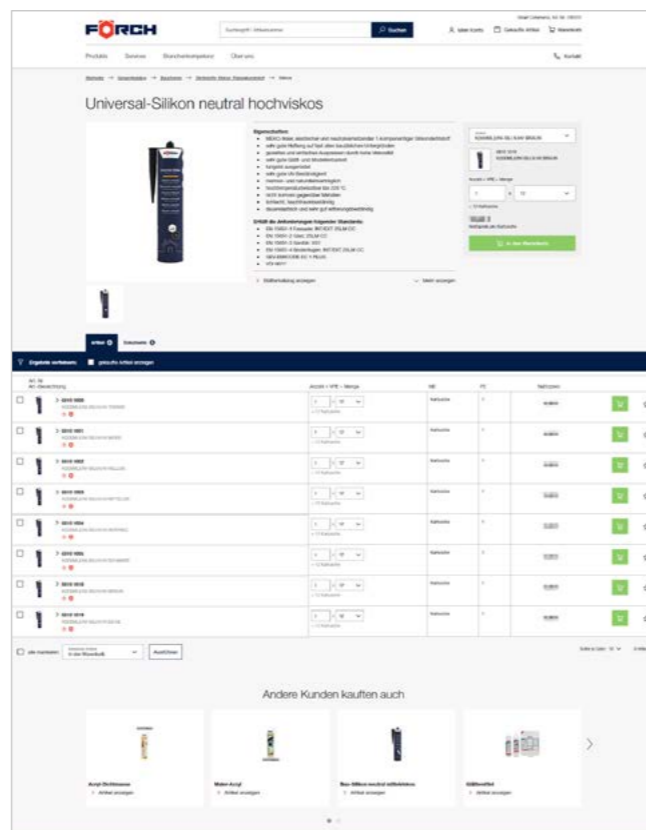
Ziel des Features ist es, dem Kunden das Einhalten der rechtlichen Erfordernisse zu erleichtern und den Verwaltungsaufwand zu minimieren. Eine weitere Besonderheit des Features ist die Bereitstellung eines eigenständigen Gefahrstoffmanagement-Portals. Für FÖRCH Kunden unter eigener URL. Mitarbeitende können so Zugang zum Gefahrstoffmanagement erhalten, ohne dafür einen eigenen Webshop-Zugang zu benötigen. Auf Wunsch kann das User Interface des kundeneigenen Gefahrstoffmanagement-Portals automatisch an das jeweilige Corporate Design eines Kunden angepasst werden.



Kundenindividuelle Preise

Im B2B eCommerce sind kundenindividuelle Preise besonders wichtig und von komplexen Preisfindungsregeln bestimmt. Im FÖRCH Webshop werden diese über die BTP direkt und live aus dem ERP SAP S/4HANA geladen.

Eine Herausforderung, vor der die Teams standen, war die synchrone Preiskalkulation in verschiedenen Backend Systemen (Navision 365, SAP S/4 und IBMi) und die Bereitstellung des richtigen Preises für den deutschen Shop sowie die Ländershops, für die man zukünftig die gleiche Schnittstelle nutzen würde. In der Umsetzung achtete man von Beginn an auf eine einheitliche Datenstruktur bei der Abfrage der Preise. Außerdem setzte das Smart Commerce Team eine Methodik für flexible Preisabfragen ein, die bei der Datenübertragung des jeweiligen ERPs in den Webshop individuelle Anforderungen (zum Beispiel Staffelpreise oder Rabatte) anwendet. So war es möglich, beim Wechsel des ERPs nach GoLive des Webshops die korrekte Ausgabe der Preise zu gewährleisten. Die Methodik erleichtert außerdem zukünftig die Anbindung von weiteren Backend-Systemen bei den geplanten Länder Rollouts.



Produktempfehlungen

„A lot of times, people don't know what they want until you show it to them.“

Dieses berühmte Zitat von Steve Jobs verdeutlicht perfekt, warum Produktempfehlungen in keinem Online-Shop fehlen dürfen. Sie sind erwiesen ein wichtiges Tool, um den durchschnittlichen Warenkorbwert und die Wiederkauftrate zu steigern.

Für die Ausspielung von Produktempfehlungen im FÖRCH Webshop entschied man sich für die SAP Marketing Cloud. In dieser werden Produktdaten mit Bestell- und anderen Interaktionsdaten erfasst und anhand von definierten Logiken („Bestseller“, „Oft gemeinsam gekaufte Produkte“ etc.) bewertet und im Webshop ausgespielt. Was im B2C gängige Praxis ist, konnte im FÖRCH Shop auch B2B Kunden einen echten Mehrwert bieten und FÖRCH selbst die erhoffte Umsatzsteigerung.

eProcurement Schnittstellen SAP OCI4, CXML, IDS und weitere elektronische Bestellbestätigungen

Kunden mit hohem Bestellvolumen wird in B2B Beschaffungsprozessen dank eProcurement die tägliche Arbeit enorm erleichtert. Bestellungen können durch Automatisierung schneller ausgeführt werden und eine zeitaufwendige, nachträgliche Pflege des eigenen ERP entfällt. Trotz eines vorhandenen Standards im eProcurement sind für jedes individuelle Vorhaben weitreichende Anpassungen notwendig, was die Anbindung in der Regel zu einem anspruchsvollen Projekt macht.

Smart Commerce entwickelte für FÖRCH einen eigenen eProcurement-Microservice, um eine langfristige Standard-Lösung für die Anbindung von Beschaffungssoftwarelösungen zu etablieren. Der Microservice transformiert die vom Webshop geschickten Bestelldaten für die jeweilige eProcurement Schnittstelle und macht das Hinzufügen neuer Schnittstellen sehr viel schneller und einfacher.

Überall erreichbar: Mit Spartacus Frontend zur PWA

Vom Büro auf die Baustelle: Gerade im Handwerk ist es mittlerweile unerlässlich, von unterwegs Zugriff auf Informationen und Services zu haben oder direkt vor Ort Bestellungen tätigen zu können. Um Handwerkern den vollen Funktionsumfang überall und immer verfügbar zu machen, ist der FÖRCH Webshop als PWA (Progressive Web-App) auch mobil erreichbar. Mit dem responsiven SAP Commerce Cloud Framework Spartacus wurde eine stark anpass- und erweiterbare Lösung basierend auf Angular eingesetzt, um ein reaktionsschnelles Shop-Frontend für verschiedenste Endgeräte-Typen zu garantieren. Dank der Entscheidung für eine PWA ist nicht nur jedes Feature im Webshop automatisch responsive, sondern man stellt auch Featureparität sicher. Denn FÖRCH Kunden ist es sehr wichtig, auch mobil vollumfänglich auf das komplette Serviceportfolio des Onlineshops zugreifen zu können.

Auf mobilen Endgeräten kann der Shop-Zugriff sowohl über den Browser als auch über die FÖRCH App erfolgen. In der App für iOS und Android stehen den Webshopnutzern weitere nützliche Features wie der integrierte Barcode Scanner und eine Telefon- und Kartenintegration zur Verfügung.

Die Nutzung des Webshops auf verschiedenen Endgeräten stellt immer eine besondere Herausforderung für die Synchronität der Daten dar – z. B. des Warenkorb-inhalts. Über den Einsatz von Websocket Verbindungen wird Datensynchronität im FÖRCH Webshop in Echtzeit gewährleistet. Selbst wenn ein Nutzer über verschiedene Endgeräte einen Warenkorb bearbeitet, hat er so immer den aktuellen Stand. Handwerker können über den Tag Daten mit ihrem mobilen Device sammeln und am Abend über den Desktop bestellen. Ohne Datenverluste. Dank der Echtzeitsynchronisierung werden Fehlbestellungen und Datendisparität im FÖRCH Webshop vermieden.

Ergebnis.

Im März 2021 startete der schrittweise Rollout des neuen deutschen Webshops mit einer Softlaunch-Phase für interne Mitarbeiter und in einem weiteren Schritt für ausgewählte Kunden. In dieser Phase konnten kleinere Bugs und Probleme erkannt und vor dem finalen GoLive behoben werden. Im Juni 2021 wurde der erste Meilenstein mit der Abschaltung des alten Webshops erreicht.

Der zweite Meilenstein folgte bereits ein halbes Jahr später mit dem Wechsel des ERP von IBMi auf die neue S/4HANA Lösung – Dank der BTP-Schnittstelle gänzlich ohne nochmals Anpassungen am neuen Webshop vornehmen zu müssen.

Mit Umsetzung des Projekts besitzt FÖRCH nun eine leistungsstarke, zukunftsfähige eCommerce-Lösung, um die gestiegenen Anforderungen seiner Kunden bedienen und neue Vertriebspotenziale erschließen zu können. Der gewählte Omnichannel-Ansatz liefert inzwischen zahlreiche Touchpoints, eine intuitive User Experience und konsistente Daten über alle Kanäle hinweg. Egal ob Web, App, Desktop, Tablet oder Smartphone - es wurde ein einheitliches Auftreten nach Außen etabliert, was die allgemeine Markenwahrnehmung stärkt.

Die angestrebte 360-Grad-Sicht auf den Kunden soll durch die vollständige Integration von Webshop, App und ERP erfüllt werden. Der Vertriebsinnendienst hat dann vollen Zugriff auf die Historie von Anfragen und Bestellungen, was einen idealen Service ermöglicht. Die Interaktion mit dem Vertriebsaußendienst funktioniert bereits heute nahtlos über die Sales-App und das ADM-Cockpit.

Mit Anbindung der SAP Marketing Cloud an die BTP-Schnittstelle profitiert auch das Marketing von den gebündelten Kundendaten und kann auf Grundlage von Verkaufs- und Interaktionsdaten den Kunden personalisierte und mehrwertbringende Inhalte in Marketingkampagnen anbieten.

Weitere Betreuung und zukünftige Projekte.

Multisite Ansatz für erfolgreiche Internationalisierung

Als international agierendes Unternehmen plante die Theo Förch GmbH & Co. KG von Beginn an weitere Ländershops auf der neuen Systemlandschaft auszurollen. Da man bei der Implementierung des deutschen Webshops von Anfang an auf einen Multisite Ansatz gesetzt hat, muss bei der schrittweisen Ablösung der bestehenden Internetportale in den Ländergesellschaften kein komplett neuer Webshop entwickelt werden. Stattdessen kann man auf dem vorliegenden deutschen Framework aufbauen. Sprache und Währungen lassen sich reibungslos anpassen. Das verkürzt die Zeit der Fertigstellung deutlich und ist mit geringeren Kosten verbunden. Auf Wunsch kann man angepasste Features auch für Ländergesellschaften nutzen und bei der Weiterentwicklung können die neuen Features des deutschen Shops schnell in weiteren Ländern integriert werden, inklusive Mehrsprachigkeit.

Ein Jahr nach GoLive der neuen eCommerce Lösung in Deutschland erfolgte der erfolgreiche Launch des neuen Webshops für die Landesgesellschaft in Österreich (09/2022), IT, ES (1. Halbjahr/2023). Seitdem laufen Rollouts für (zukünftig) über 20 Länder.

Nach dem GoLive ist vor dem GoLive.

eCommerce ist kein Projekt mit festem Enddatum, sondern geht nach dem Live-Gang in die Phase der Betreuung und Weiterentwicklung über.

Die Theo Förch GmbH & Co. KG und Smart Commerce SE arbeiten weiter eng zusammen, um neue Updates auszurollen, die bestehenden Features zu testen und zu entwickeln und natürlich, um die Performance des Webshops zu verbessern.

Smart Commerce und FÖRCH setzten von Anfang an auf eine Serverstruktur, welche hohe Order-Volumen und Spitzen problemlos bewältigt und die Ausfallsicherheit des neuen Webshops deutlich erhöht hat (SLA von über 99,5%). Die Weiterentwicklung des Shops umfasst häufige Releases. Diese werden alle 3 Wochen ohne Downtime durchgeführt.

Doch FÖRCH ist sich der Langfristigkeit der Reise bewusst. So wie sich das Unternehmen und seine Angebote weiterentwickeln, wächst auch das eCommerce System entsprechend. Mit Smart Commerce hat FÖRCH einen starken Partner an seiner Seite, der vertrauensvoll und mit Engagement die Projektentwicklung in bewährt agiler Zusammenarbeit vorantreibt. Als Partner arbeitet man gemeinsam kontinuierlich an dem Ausbau des Shops zu einer umfänglichen Serviceplattform für Handwerker. Ziel ist, ein umfängliches datenzentriertes Omnichannel Portal für den Kunden mit 360° Sicht für FÖRCH und optimalem Kundenservice bereitzustellen.



Fazit.

Die Theo Förch GmbH & Co. KG hat es verstanden, eCommerce als ein strategisches Vorhaben zu sehen, das sich dank einer Vision und klaren Zielen mit der Zeit weiterentwickelt. Durch den Einsatz von moderner Technologie nah am Standard und der weitgehende Verzicht auf Individualsoftware, wurde eine veraltete Lösung durch ein zuverlässiges und zukunftssicheres System ersetzt.

Das neue SAP Commerce System bietet moderne Lösungen für die B2B Großhandelskunden, ohne die bewährte Beziehung zwischen Kunde und Außendienst zu ersetzen oder die Unternehmens DNA zu verändern. Der traditionelle Außendienst wurde vielmehr durch digitale Vertriebskanäle ergänzt, die digitalen Kundenbedürfnissen nachgehen und neue Zielgruppen erschließen. Das gesamte Unternehmen profitiert von der angestrebten 360 Grad Sicht auf den Kunden und die Kunden selbst von individualisierten, anpassbaren Kanälen und einem rundum Digitalpaket mit höchstmöglicher Servicequalität.

Die eingesetzte SAP BTP half, die sich aus der natürlichen Komplexität heraus ergebenden Integrationsaufwände effektiv zu reduzieren und den Datenaustausch zwischen allen Teilnehmern der Unternehmens-Systemlandschaft stabil und performant zu verbinden. Während des Projektes und darüber hinaus.

Durch den gewählten Multisite Ansatz ist es möglich, den erzielten Standard auch für weitere Länder auf den Weg zu bringen. Eine Reise die FÖRCH und Smart Commerce partnerschaftlich gemeinsam beschreiten.

Smart Commerce.

Bei der Smart Commerce SE kombinieren wir die jahrelange Erfahrung unserer eCommerce & Digital Consulting Expert:innen mit technischer Expertise in den Kernbereichen: eCommerce Plattformen, eCommerce Cloud, CMS, CRM und Digital Marketing. So können wir nach umfassenden Analysen problem-spezifische Lösungen in Kombination mit einer individuellen und ganzheitlichen Strategie für unsere Kund:innen anbieten.

Unser kompetentes TEC-Team bestehend aus Senior Project Consultants, erfahrenen Software-Architekt:innen, Software-Entwickler:innen, Web-Entwickler:innen sowie Betriebs-Expert:innen mit tiefgehender eCommerce-Erfahrung bietet ein umfassendes Dienstleistungspaket für High End-eCommerce Plattformen und die digitale Unternehmenstransformation. Dabei hat für uns oberste

Priorität, unsere Kund:innen von Anfang an mitzunehmen und Projekte gemeinsam aufzubauen, damit sie zu jeder Zeit den kompletten Weg und das Ziel transparent im Blick haben. Denn wir haben uns dem langfristigen Online-Erfolg unserer Geschäftspartner:innen verschrieben. Das heißt für uns, nachhaltige, nutzerorientierte und datenzentrierte Lösungen bereitzustellen.

Seit 10 Jahren folgen wir dem Smart Way, der unsere Unternehmenskultur von Beginn an prägt: Wir sind ein mitarbeiter:innenzentriertes Unternehmen. Unsere 100+ Mitarbeiter:innen sind Mitunternehmer:innen und Mitgestalter:innen. Sie halten die Aktien und gestalten die Unternehmung von arbeitsplatzspezifischen Entscheidungen bis hin zu unternehmerischen Werten, Zielen und Führungsgrundsätzen aktiv mit.

Erfahren Sie mehr unter:
www.smartcommerce.de

Technologiepartner.



Impressum

Smart Commerce SE
 Steinweg 10 · 07743 Jena · Germany
 Telefon: +49 3641 3 16 10 20
 Telefax: +49 3641 3 16 10 22

E-Mail: hello@smartcommerce.de
 Internet: www.smartcommerce.de

Vertretungsberechtigte Vorstände:
 Dr. Ludger Vogt, Frank Schneider, Ingo Körber
 Registergericht: Amtsgericht Jena
 Registernummer: HRB 507999
 USt-IdNr: DE284448889
 Inhaltlich Verantwortlicher gemäß
 § 55 Abs. 2 RStV: Frank Schneider
 Autor: David Bredenbeck
 © Smart Commerce SE 2023

Die Einwilligung [Einwilligungserklärung: Verarbeitung meiner angegebenen Daten zum Zwecke der Kontaktaufnahme und der Zusendung von Angeboten und Informationen insbesondere zu unseren Success-Stories, zu unseren Weiterbildungsmöglichkeiten und zu Neuheiten unseres Unternehmens durch die Smart Commerce SE per E-Mail einverstanden] ist notwendig für den Download des Whitepapers und jederzeit für die Zukunft widerruflich – per E-Mail an unsere im Impressum genannten Kontaktdaten – und gilt, bis sie widerrufen wird.

Weitere Informationen finden Sie in unseren Datenschutzhinweisen unter www.smartcommerce.de/datenschutz/

Interessiert an Ihrer eigenen Erfolgsgeschichte?

Einfach per E-Mail: sales@smartcommerce.de

Die Einwilligung [Einwilligungserklärung: Verarbeitung meiner angegebenen Daten zum Zwecke der Kontaktaufnahme und der Zusendung von Angeboten und Informationen insbesondere zu unseren Success-Stories, zu unseren Weiterbildungsmöglichkeiten und zu Neuheiten unseres Unternehmens durch die Smart Commerce SE per E-Mail einverstanden] ist notwendig für den Download des Whitepapers und jederzeit für die Zukunft widerruflich – per E-Mail an unsere im Impressum genannten Kontaktdaten – und gilt, bis sie widerrufen wird.

Weitere Informationen finden Sie in unseren Datenschutzhinweisen unter www.smartcommerce.de/datenschutz/



Kontakt Mail:

hello@smartcommerce.de

Standort Jena (HQ):

Steinweg 10 · 07743 Jena, Germany

Tel.: +49 3641 3 16 10 20

Standort Böblingen:

Paul-Lechler-Passage 5 · 71034 Böblingen, Germany

Tel.: +49 711 18 42 01 00

Standort Leipzig:

Nonnenstraße 17 · 04229 Leipzig, Germany

Tel: +49 341 99 15 36 00

