

**COMARCH**

**COMARCH FOR RETAIL  
REFERENZBUCH**



# INHALT

---

<b>1. COMARCH AUF EINEN BLICK</b>	<b>4</b>	<b>5. UNTERNEHMENSMANAGEMENT</b>	<b>38</b>
		Back-Office-Management	40
<b>2. EINLEITUNG</b>	<b>8</b>	Auftragsverwaltungssystem	42
Digitalisierung im Einzelhandel	10	Stammdatenverwaltung	43
Comarch Angebot	12	Business Intelligence	46
<b>3. OMNI-CHANNEL-VERTRIEB</b>	<b>14</b>	<b>6. LIEFERKETTE</b>	<b>48</b>
Mobiles bezahlen	16	Distributionsmanagement	50
B2C-E-Commerce	18	Elektronischer Datenaustausch (EDI)	52
mPOS	20	Beschaffungsmanagement	56
POS	22	Lagerverwaltungssystem	56
B2B-E-Commerce	24	<b>7. RECHENZENTRUM</b>	<b>58</b>
Sales-Force-Anwendung für B2B	26	<b>8. SYSTEMARCHITEKTUR</b>	<b>62</b>
<b>4. KUNDENERLEBNIS</b>	<b>28</b>	<b>9. ÜBERSICHT DER REFERENZEN</b>	<b>66</b>
Angebotsmanagement	30		
Kundenbindungsmanagement	32		
Kampagnenmanagement	34		
Customer Engagement	34		
Business Intelligence & Social Mining	35		
Standortbezogene Dienste	36		

KAPITEL I

# COMARCH AUF EINEN BLICK





## COMARCH

### COMARCH AUF EINEN BLICK

Comarch ist ein weltweit tätiger Anbieter von innovativen IT-Lösungen für zahlreiche Branchen wie den Handel zur Realisierung einer Customer Journey mit Omni-Channel (z. B. M-Commerce, e-Shop, POS, Kundenbindung & Marketing). Die Vision der Märkte von Morgen und vom Shopping der Zukunft basiert dabei auf jahrzehntelangen Erfahrungen und erfolgreich durchgeführten Projekten für renommierte Marktführer. So hat Comarch bspw. tiefgreifende IT-Umstellungen bei so bekannten Marken wie Lacoste, Yves Rocher, Leroy Merlin oder Kik unterstützt sowie Handelsgruppen mit großen, internationalen Filialnetzen wie Auchan, REWE oder Metro Systems.

Mehr als 5.500 Mitarbeiter stehen Einzelhändlern in über 50 Ländern bei der digitalen Transformation zur Seite. Da Comarch zudem kontinuierlich hohe Investitionen in Forschung und Entwicklung tätigt, kann das Unternehmen ein umfassendes Spektrum innovativer IT-Lösungen anbieten, die bei Kunden und Analysten gleichermaßen einen hohen Stellenwert genießen.

**Lernen Sie das Comarch-Portfolio speziell für die Handelsbranche kennen und bieten Sie Ihren Kunden ein einzigartiges Nutzungserlebnis.**

Gründung  
im Jahre

1993



Mehr als

5 500

Mitarbeiter



Hauptsitz

KRAKAU,  
POLEN

Anfänge  
von

1991

#### 93% MEHRWERT

Der Softwareanbieter Comarch liefert eigene Softwareprodukte für Großunternehmen sowie Implementierungs- und Serviceleistungen



500  
Mio. USD

Gesamtwert  
von Comarch  
an der Warschauer  
Börse

#### Gelistet von

Gartner, Forrester  
Research, IDC u. a.



### Globale Präsenz

Nordamerika Europa Asien  
Lateinamerika Naher Osten  
Afrika Australien



Notiert an der  
Warschauer Börse  
seit  
1999



Niederlassungen

54



Tausende erfolgreich  
abgeschlossener Projekte

in  
6  
Kontinenten

in  
60  
Ländern

KAPITEL II

# EINLEITUNG

DIGITALISIERUNG IM EINZELHANDEL





## DIGITALISIERUNG IM EINZELHANDEL

**Als Softwareanbieter sind wir in einen zentralen Teil der Geschäfte unserer Kunden involviert, denn heutzutage erfolgen mehr Interaktionen über IT-Systeme als je zuvor. Um die Anpassung an einen neuen Markttrend zu ermöglichen, müssen daher schnelle Änderungen an bestehenden IT-Lösungen vorgenommen werden.**

Durch unsere starke Einbindung können wir die aktuellen Entwicklungen im Umfeld unserer Kunden, zu denen zahlreiche Marktführer im Einzelhandel gehören, analysieren, uns an ihnen beteiligen und sie sogar mitgestalten. Als wichtiges Teilstück dieses komplexen Puzzles beobachten wir den enormen Wandel, den der Einzelhandel momentan durchläuft und der in den nächsten zehn Jahren zweifellos noch an Geschwindigkeit gewinnen wird – die daraus folgenden Veränderungen werden drastischer sein als die der letzten 25 Jahre. Ein wesentlicher Katalysator dieses Wandels ist bereits am Werk und nennt sich Digitalisierung: Kommunikation zwischen Objekten durch IoT-Technologie, das Smartphone im Mittelpunkt aller möglichen Kundenaktivitäten, die Beeinflussung des Kundenverhaltens durch soziale Netzwerke, Kommunikationssteuerung, Geolocation, Smartwatch-Apps und vieles mehr.

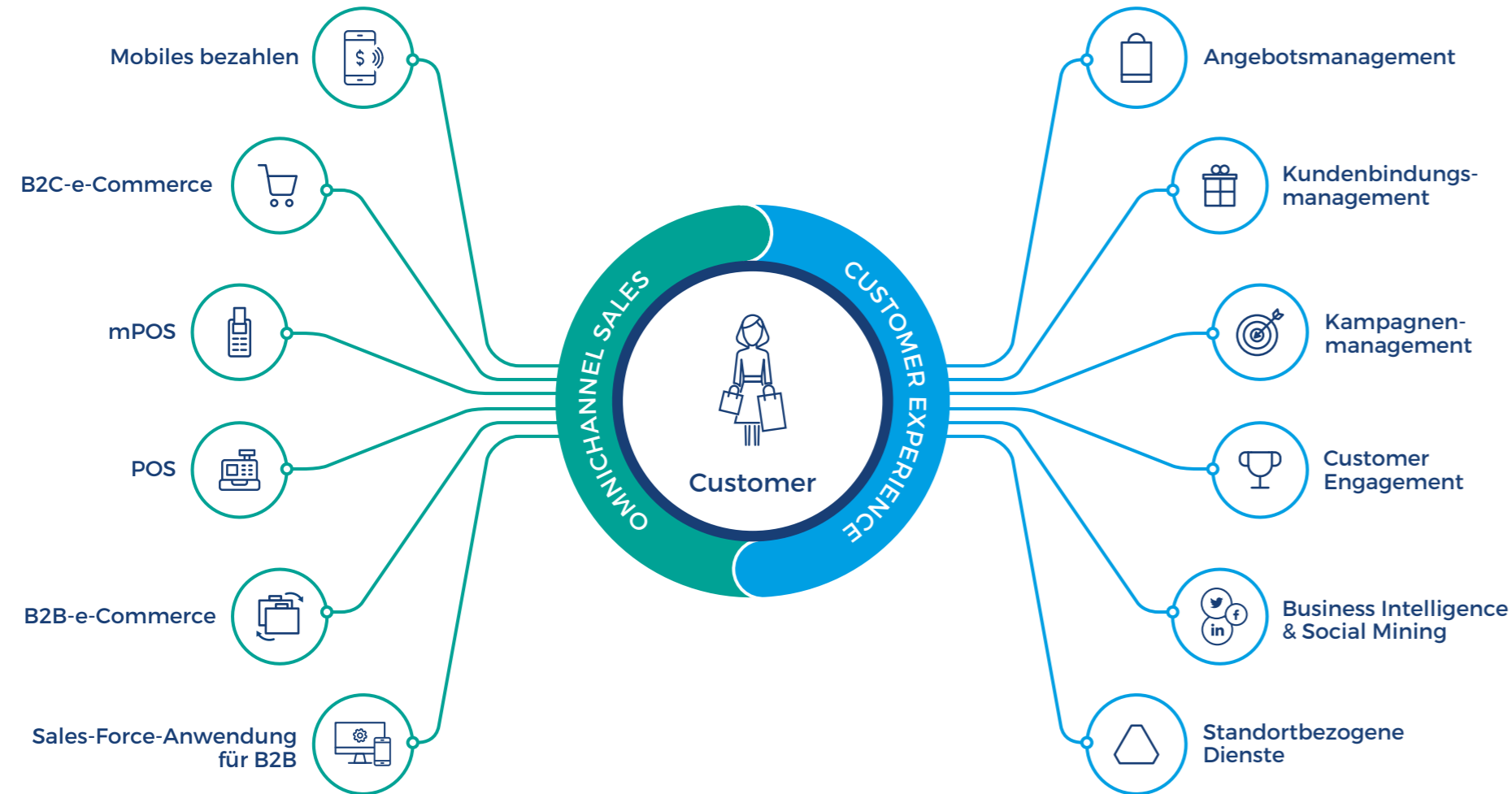
Die digitale Welle, die zunehmend alle Lebensbereiche erfasst, hat genau ein Ziel: Die Sicherung der Kundentreue durch die Reduzierung des Kaufvorgangs auf ein absolutes Minimum und die daraus resultierende

erhebliche Verbesserung des Konsumerlebnisses. Um von diesen aufkommenden Entwicklungen profitieren zu können, sieht Comarch für die Marktteilnehmer folgenden Schwerpunktbereich: Einzelhändler sollten klare, kundenorientierte Strategien verfolgen und ihre IT-Infrastrukturen vereinfachen, indem sie auf ein integriertes Portfolio setzen. So werden Hindernisse abgebaut, dem Kunden wird eine wahre Omni-Channel-Journey geboten und seine Stimmung beim Einkauf positiv beeinflusst. Alle diese Zielsetzungen werden in unserem Produktportfolio berücksichtigt, das in zwei umfassende Kategorien unterteilt ist: Omni-Channel-Vertrieb & Customer Experience. Jedes Produkt bietet einzigartige, integrierte Funktionalitäten, die Einzelhändler bei der Umsetzung deutlicher Verbesserungen in beiden Bereichen unterstützen. Wie genau, erfahren Sie in den folgenden Kapiteln.

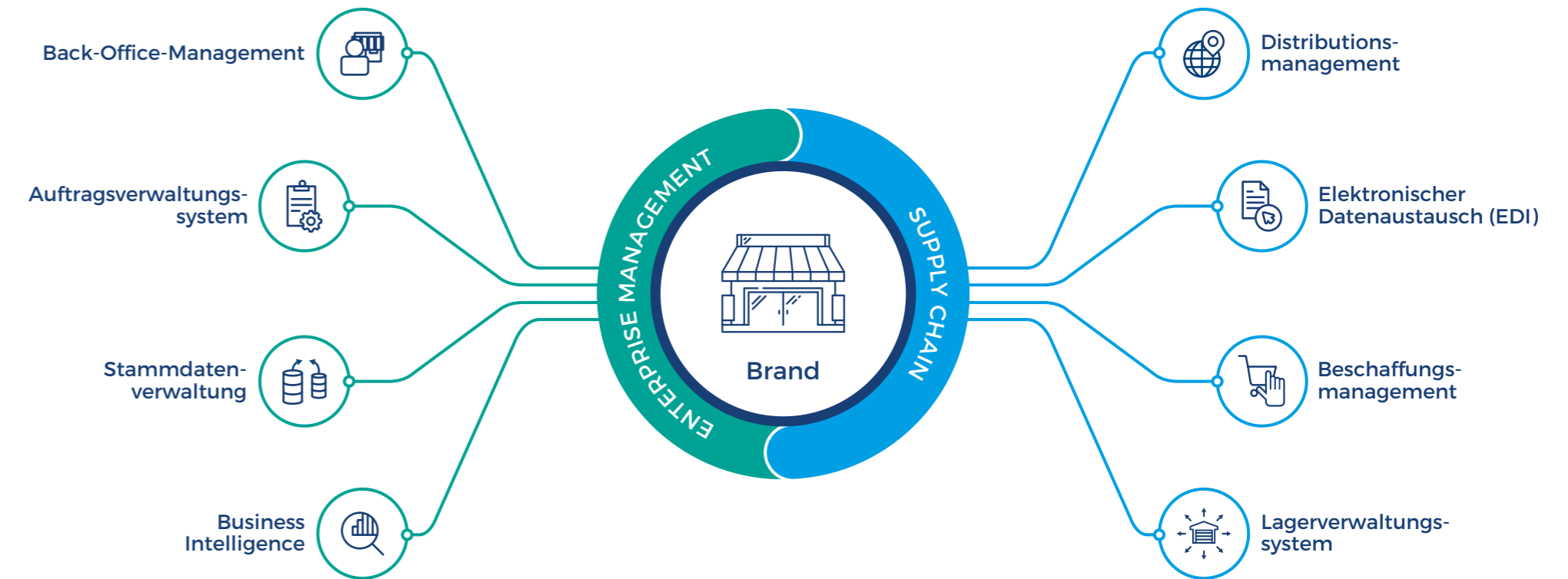


## COMARCH ANGEBOT

Comarch folgt einem kundenorientierten Ansatz, der den Kundenbedürfnissen oberste Priorität beimisst. Einer neuen Studie von Gartner zufolge glauben 64 % der Kunden, dass bei der Auswahl einer Marke das Kundenerlebnis von größerer Bedeutung ist als der Preis des betreffenden Produkts. Um dementsprechend für ein besseres Kundenerlebnis zu sorgen, hat Comarch Produkte eingeführt, mit denen sich die Kundenzufriedenheit direkt beeinflussen lässt. Dazu zählen auch Lösungen, die Einzelhandelsketten bei der Digitalisierung unterstützen, indem sie die Omni-Channel-Journey umsetzen, und im Ergebnis das Kundenerlebnis sowie die Treue der Kunden gegenüber der Einzelhandelsmarke verbessern.



Comarch bietet technischen Support für Prozesse in Zentrale/Back-Office, damit die Mitarbeiter am Hauptsitz, in den Ladengeschäften und den Lagern sämtliche für den Betrieb des Handelsunternehmens wesentlichen Aufgaben und Bereiche effizienter verwalten und abwickeln können. Dies betrifft u. a. Kundenbestellungen, Logistik, Produktverfügbarkeit und Beschaffung.



KAPITEL III

# OMNI-CHANNEL -VERTRIEB

---

Die Customer Journey ist nicht mehr auf einen bestimmten Kanal beschränkt. Die Kunden kaufen heute gleichrangig im Ladengeschäft, über eine E-Commerce-Website, bei einem fliegenden Händler, über das Smartphone oder im Pop-up-Store. Damit nimmt die Komplexität der Journey zu, kommen immer neue oder weiterentwickelte Technologien zum Einsatz und verbinden sich zu einer Omni-Channel-Landschaft, in der sowohl der B2C- als auch der B2B-Kunde König bleiben soll. Aus diesem kundenorientierten Ansatz ergeben sich neue Herausforderungen für die Händler, die ihre vielfältigen Verkaufsstellen über ein einziges Tool steuern möchten.





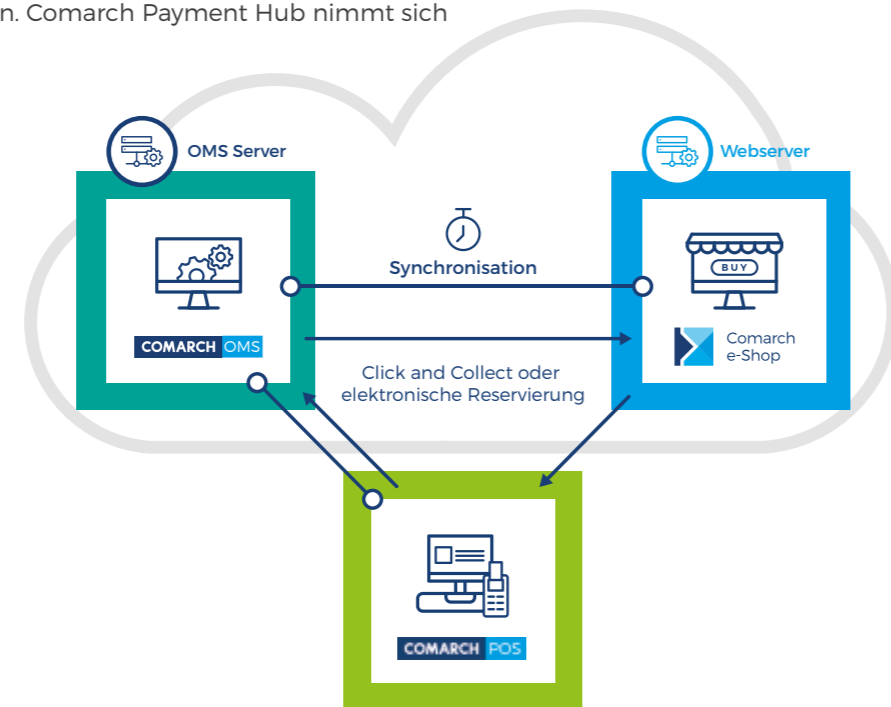
## MOBILES BEZAHLEN

**Mit der Entwicklung des Bezahls über das Smartphone verändern sich die Gegebenheiten in den Verkaufsstellen.**

Die Lösung Comarch Payment Hub ermöglicht es den Einzelhändlern, bargeldlose Zahlungen auch ohne Kartenlesegerät abzuwickeln. Die Kommunikation zwischen dem POS und der mobilen Bezahlanwendung des Kunden erfolgt dabei über das Einscannen eines Barcodes oder QR-Codes bzw. durch Eingeben der Telefonnummer. Die zentrale Frage, die sich bei einem Netzwerk aus mehreren Hundert oder sogar Tausend Verkaufsstellen bzw. POS (Points of Sale) stellt, betrifft die Umsetzung. Diese muss innerhalb einer annehmbaren Zeitspanne und ohne Auswirkungen auf den Betrieb des vorhandenen Systems möglich sein. Comarch Payment Hub nimmt sich

dieser Problemstellung an. Die Lösung arbeitet in einem Middleware-Modell und bildet die Schnittstelle zwischen den verschiedenen bestehenden Zahlungssystemen und den Zahlungsdienstleistern. Zudem fügt sie sich hervorragend in das IT-System ein.

Bei Einsatz von Comarch Payment Hub können Kunden über Zahlungsdienste wie Resto Flash, Check Cadhoc, BPCE, PayPal, Apple Pay, Samsung Pay, Android Pay, WeChat oder Lyf Pay bezahlen. Ein Zahlungsangebot, das keine Grenzen kennt und das – dank Comarch Payment Hub – innerhalb kürzester Zeit umgesetzt und in den Verkaufsstellen bereitgestellt werden kann.



## FALLSTUDIE: AUCHAN



Gegründet 1961 durch Gérard Mulliez ist Auchan Retail heute eine weltweit tätige, familiengeführte Einzelhandelskette. Mit einem Umsatz von 51,2 Mrd. Euro nutzt die Gruppe alle Formate des Lebensmittelhandels: von Hypermarkt und Onlineshop über Drive-in und Supermarkt bis zum Convenience Store. Aktuell findet sich Auchan Retail auf Platz 11 der weltgrößten Lebensmittelhändler und auf Platz 35 der größten Arbeitgeber.

### AUFGABE

- Entwicklung einer zentralen Schnittstelle für die Abwicklung mobiler Zahlungen (Mobile Payment Hub), die mit jedem POS und Mobile-Payment-Anbieter kompatibel ist

### PROJEKT

- Entscheidung für SaaS-Modell zur Vereinfachung der Wartung und zur Kostenkontrolle
- Verwendung von Webtechnologie für die Benutzerschnittstelle, um Kompatibilität mit allen POS zu gewährleisten
- Implementierung verschiedener Prozesse und Schnittstellen für jede Art von POS (Kasse, selbsttätiges Scannen, mit und ohne Barcode- oder QR-Codescanner) und Mobile-Payment-Anbieter
- Entwicklung unabhängiger Schnittstellen für POS und Mobile-Payment-Anbieter

### VORTEILE

- Schnelle Implementierung für alle Arten von POS oder Zahlungsdienstleister, ohne dass spezielle Entwicklungsarbeiten am POS erforderlich sind
- Verbessertes Kundenerlebnis und Eingehen auf die Kundenerwartungen
- Einheitlicher Ansatz, in dem auch Kundenbindungsmaßnahmen berücksichtigt sind
- Reduzierung der Anzahl technischer Mittler in den einzelnen Verkaufsstellen
- Offen für neue Geräte wie Fingerabdruckscanner
- Offen für neue Funktionen und Einsatzmöglichkeiten basierend auf Webtechnologie



## B2C-E-COMMERCE

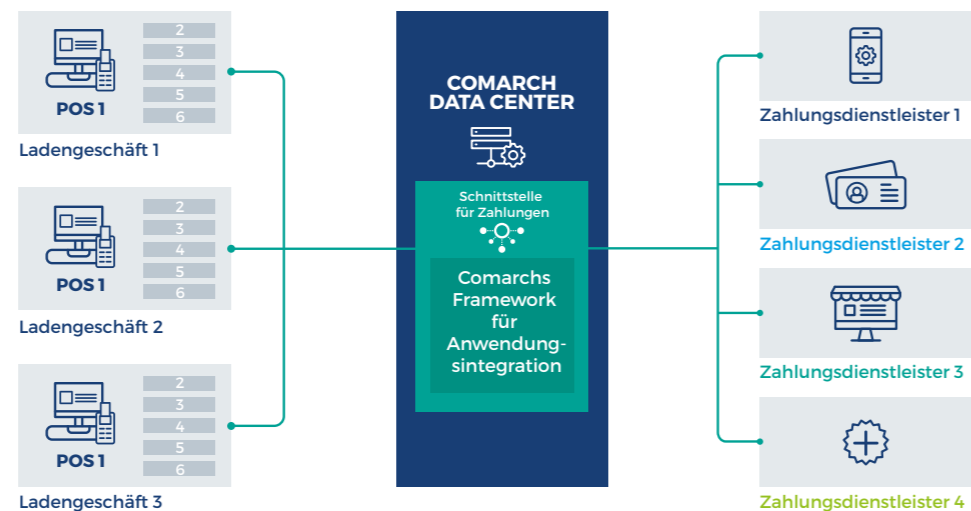
**Comarch e-Shop ist die richtige E-Commerce-Lösung für den B2C-Bereich, wenn Sie nach einer integrierten Lösung suchen, mit der Sie den Ausbau Ihres Onlinegeschäfts vorantreiben können. Dieses Marktsegment verzeichnet Jahr um Jahr ein dynamisches Wachstum. Dementsprechend können durch die Verlagerung oder Ergänzung der Geschäftstätigkeit auf den Onlinehandel höhere Umsatzzahlen erreicht und beträchtliche Chancen geschaffen werden.**

Die einfach zu bedienende Lösung ermöglicht Ihnen das selbstständige Erstellen Ihrer eigenen E-Commerce-Website. In Kombination mit Comarch Order Management System (OMS) sinkt zudem der für die Verwaltung der Website erforderliche Ressourcenaufwand deutlich.

Mit Comarch e-Shop lässt sich die Customer Journey

durch Vorschläge verwandter Artikel und personalisierte Angebote begleiten. Als Schlüsselement einer Omni-Channel-Strategie kann die Lösung darüber hinaus auch Kundenbesuche im stationären Laden generieren, indem eine kostenlose Lieferung in die Filiale oder die Vorreservierung von Artikeln in einem bestimmten Geschäft angeboten wird. Die Kunden erhalten über Comarch e-Shop B2C umfassende Informationen zum Fortschritt ihrer Bestellungen sowie zu ihren Bonuspunkten.

Von Grund auf mit Comarch Order Management System integriert, komplett anpassbar und responsiv gestaltet, ermöglicht Comarch e-Shop die schnelle Erstellung eines Onlineangebots. Zudem ist die Lösung mit Preissuchmaschinen kompatibel, auf eine schnelle Referenzierung ausgerichtet und für die Integration mit verschiedenen Zahlungsmodulen sowie sozialen Netzwerken geeignet.



## FALLSTUDIE: LES NÉRÉIDES

**Les Néréides**  
PARIS

Les Néréides ist ein international tätiger, französischstämmiger Schmuckhersteller und -händler, der 1980 gegründet wurde. Der angebotene Schmuck wird in eigenen Werkstätten handgefertigt und handbemalt. Getrieben von dem Wunsch, Tradition und Moderne miteinander zu verbinden, zeichnet sich das Unternehmen durch technisches Interesse gepaart mit beständigem Streben nach Innovation aus. Von den Anfängen als familiengeführtes Schmuckgeschäft hat sich Les Néréides zu einer internationalen Marke mit mehreren Boutiquen, Franchisenehmern und zahlreichen Verkaufsstellen entwickelt, die in mehr als 25 Ländern weltweit präsent ist.

### AUFGABE

- Lieferung einer Omni-Channel-Komplettlösung für Les Néréides, die auch E-Commerce-Management für B2C beinhaltet
- Verwaltung aller Niederlassungen in einer Datenbank (Franchisefilialen und eigene Ladengeschäfte)

### PROJEKT

- Omni-Channel-Vertrieb mit E-Commerce-Plattform und POS
- Kompletter Verwaltung des Order-Management-Systems
- Unterschiedliche Abrechnungsverfahren für die verschiedenen Vertriebskanäle (E-Commerce, POS, etc.) und Zahlungsarten (PayPal)
- Implementierung von Workflows zur Automatisierung von Prozessen ohne Mehrwert, einschließlich der automatischen Generierung der beiderseitigen Belege für Kauf und Verkauf zwischen Franchisefiliale und Hauptniederlassung
- Hosting der Lösungen in Comarch-Rechenzentren und Kommunikation mit externer E-Commerce-Plattform

### VORTEILE

- Ökosystem leistungsstarker Lösungen für einen einheitlichen Handelsansatz
- Mehrsprachige Lösungen, die verschiedene Währungen und mehrere Unternehmen unterstützen und damit den globalen Entwicklungszielen des Unternehmens gerecht werden
- Entscheidung für SaaS-Modell und Hosting in Comarch-Rechenzentren, insbesondere in Frankreich, am Hauptsitz in Lille



## mPOS

**Comarch mPOS bietet die Möglichkeit, unabhängig von einem Internetzugang unterbrechungsfrei zu arbeiten. So ist es im Offlinemodus möglich, Verkaufstransaktionen und Beschwerden abzuwickeln, neue Bestellungen anzulegen bzw. mit der Zahlung fortzusetzen. Im Onlinemodus können die Benutzer auf aktuelle Warenbestände sowohl in eigenen Lagern als auch in den Lagern anderer Niederlassungen/Verkaufsstellen zugreifen.**

Mit mPOS können Vertriebsmitarbeiter alle Vertriebsaktivitäten über ein Smartphone oder Tablet abwickeln und dabei auf detaillierte Informationen vor allem in Bezug auf die Produktverfügbarkeit zugreifen. Neben der Möglichkeit zur Anbindung von Kartenzahlungsgeräten und einem fortgeschrittenen Rabattmanagement bietet Comarch mPOS zudem eine 360°-Kundenansicht.

Der Einzug mobiler Lösungen im Ladengeschäft schafft einen Anreiz, die Customer Journey und insbesondere ihre Ziele zu überdenken. mPOS-Lösungen sind hervorragend dafür geeignet, die Wartezeiten an der Kasse zu verkürzen und das Bezahlen an jedem beliebigen Ort des Geschäfts, basierend auf dem Queue-Busting-Prinzip, zu ermöglichen.

Zusätzlich zu dem konventionellen Einsatz durch die Vertriebskräfte im mobilen Bereich kann Comarch mPOS in Pop-up-Stores, Kaufhäusern, kleinen Einzelhandelsgeschäften sowie den Läden in Einkaufszentren verwendet werden. Es trägt hier zur Optimierung der Kundenbeziehungen bei, da es eine größere Nähe zum Kunden schafft.

## FALLSTUDIE: NATURA

Natura gehört zu den weltweit führenden Kosmetikunternehmen. Gegründet 1969 in Brasilien bietet der Hersteller und Einzelhandelslieferant seine Produkte in unterschiedlichen Geschäftsmodellen, über unabhängige Vertreter und mehr als 3.200 Geschäfte in zahlreichen Ländern in der ganzen Welt an. Zurzeit ist Natura das umsatzstärkste Kosmetikunternehmen Brasiliens (Umsatz 2016: 4 Mrd. US-Dollar).

### AUFGABE

- Bereitstellung einer mPOS-Lösung an Natura für Pop-up-Stores an stark frequentierten Orten wie Einkaufszentren bzw. auf Veranstaltungen wie Feierlichkeiten zum Jahresende

### PROJEKT

- Einführung der Lösung Comarch mPOS
- Kabellose Integration mit EPT für Kreditkartenzahlungen und Thermodrucker
- Möglichkeit zum automatischen Versand von Belegen per E-Mail
- Synchronisierung mit Comarch Order Management System und anderen Back-Office-Lösungen
- Erstellung von Business-Intelligence-Berichten in den Pop-up-Stores und auf Anbieterebene sowie deren automatische tägliche oder wöchentliche Übermittlung an das Management per E-Mail



### VORTEILE

-  Die auf Pop-up-Stores zugeschnittene Lösung zeichnet sich durch Benutzerfreundlichkeit für Lieferanten und sogar externe Dienstleister aus
-  Der Rabattmechanismus lässt sich einfach mit anreizbasierten Benachrichtigungen koppeln, um die durchschnittliche Warenkorbgröße zu steigern
-  Erfassung von Kunden- und Interessentendaten für Marketingzwecke
-  Zentrale Datenhaltung in einem einzigen Repository
-  Dank SaaS-Modell und sehr kurzen Einführungszeiten ist die Lösung auch für untypische Verkaufsorte, wie bspw. Pop-up-Stores, bestens geeignet
-  Die wichtigsten Geräte eines Geschäfts sind über Drahtlosverbindung miteinander verbunden, vom Ingenico-Kartenzahlungsgerät bis zu dem Drucker
-  Bedarfsorientierte Synchronisierung zwischen der mobilen Lösung und dem Back-Office



## POS

**Comarch POS ist das neueste Kassensystem von Comarch. Diese benutzerfreundliche und ergonomische Lösung bietet eine übersichtliche Navigation und ermöglicht eine einfache Durchführung selbst genauestens spezifizierter Prozesse.**

Die POS-Lösung von Comarch verwaltet alle Verkaufstransaktionen und arbeitet mit Kartenzahlungsgeräten sowie Registrierkassen zusammen. Sie folgt einem kundenorientierten Ansatz, der Kundenbindungs- und Omni-Channel-Programme beinhaltet.

Unabhängig davon, ob Sie online oder offline arbeiten, gibt Ihnen die POS-Lösung von Comarch die Möglichkeit, Umsätze zu erfassen und die Finanztransaktionen gemäß den gesetzlichen Anforderungen detailliert nachzuverfolgen.



Mit Comarch POS können Sie die Verfügbarkeit der Produkte im Lager bzw. in anderen Filialen prüfen, eine Bestellung anlegen und dabei den Lieferort auswählen sowie dem Kunden individuelle Angebote unterbreiten. Des Weiteren gibt Comarch POS die Möglichkeit zur Durchführung von Back-Office-Vorgängen wie bspw. Empfang/Versand von Waren und Beständen.

Die benutzerfreundliche Lösung Comarch POS arbeitet auch im Offlinemodus und sorgt damit für optimale Sicherheit. Durch die Unterstützung aller Zahlungsarten und die Verwaltung immaterieller Angebote ermöglicht die Zahlungslösung von Comarch die vollständige Verwaltung des Vertriebszyklus.

Comarch POS unterstützt darüber hinaus Transaktionen und Prozesse in dem deutlich umfangreicheren B2B-Geschäftskontext. Dieser beinhaltet Vertriebsauftragsmanagement, Verwaltung der Geschäftskunden mit ihren spezifischen Preislisten und Beschaffungskonditionen, komplexe Rechnungsstellungsprozesse mit spezifischen Zahlungsmodalitäten usw.

## FALLSTUDIE: BUREAU VALLÉE



Bureau Vallée ist eine der größten Einzelhandelsketten Europas, die auf den Vertrieb von Schreibwaren, Büroartikeln, -geräten und IT-Verbrauchsgütern spezialisiert sind. Das 1990 in Frankreich gegründete Unternehmen besitzt nach 30 Jahren Marktpräsenz mehr als 300 Filialen in 8 Ländern und erzielt stabile Umsätze von mehr als 340 Millionen Euro. Zu den größten Aufgaben und strategisch wichtigsten Zielen für die kommenden Jahre zählen die Weiterentwicklung auf internationaler Ebene und die Omni-Channel-Ausrichtung in allen Ländern und allen Geschäftsformaten.





### AUFGABE

- Möglichkeit für Bureau Vallée zum kontinuierlichen Wachstum unter Verwendung neuester Technologien und Digitalisierung von Verkaufsstellen
- IT-Fertiglösung im SaaS-Modell für Franchisenehmer
- Förderung des Wachstums auf internationaler Ebene

### PROJEKT

- Implementierung einer Verwaltungslösung für die Zentrale
- Implementierung der neuesten Lösung Comarch POS in den Filialen für Offline- und Onlinemodus
- Einrichten einer Back-Office-Lösung parallel zu mobilen Lösungen
- Anlegen von Business-Intelligence-Berichten und speziellen Dashboards
- Hosting von Daten in Comarch-Rechenzentren einschließlich des Standorts in Lille
- Entscheidung für SaaS zur Vereinfachung von Integrationsprozessen

### VORTEILE

-  Entscheidung für SaaS, um die Einführung zu beschleunigen bzw. Zeit zu sparen und da SaaS dem natürlichen Wachstum des Unternehmens entgegenkommt
-  Hosting (Aufbewahren) von Daten in Comarch-Rechenzentren einschließlich des Standorts in Lille
-  Ergonomische Zahlungslösung, einfache Handhabung durch Teams
-  Entwicklungsmöglichkeiten der Lösung und Häufigkeit empfohlener Updates



## B2B-E-COMMERCE

**Comarch B2B ist eine Webplattform für die Fernverwaltung eines Vertriebsnetzes in einem B2B-Modell.**

Aufgrund der nativen Integration mit Comarch Order Management System (OMS) kommen alle Daten direkt aus dem zentralen System. Der Zugriff wird über einen einfachen Webbrowser ermöglicht.

Dank der Flexibilität der Comarch-B2B-Webplattform können Sie das Systemdesign an die Anforderungen Ihres Unternehmens anpassen. Die Lösung ermöglicht zudem eine automatisierte Kontrolle sowie einen umfassenden Zugriff auf die Historie aller erfassten Dokumente. Sie können spezifische Berechtigungen für ausgewählte Kunden vergeben und Ihr Verkaufsangebot bzw. Verkaufsaktionen individuell anpassen. Nutzen Sie diverse Maßeinheiten und hochwertige Abbildungen, um Ihr Angebot noch attraktiver zu gestalten. Legen Sie ein lesbares Produktverzeichnis an und stellen Sie eine effiziente sowie intuitive Navigation zu Ihren Produkten bereit, in der nach bestimmten Kriterien gesucht werden kann. Durch die Integration mit Comarch OMS werden Kategorien und zugehörige Artikel genauso wie in Comarch B2B angezeigt.

Für eine intensive geschäftliche Zusammenarbeit bietet Comarch B2B außerdem die Möglichkeit zum Austausch von Kundendaten (Adressendetails, Handelsdaten, Mitarbeiterliste) und zusätzlichen Dokumenten (Verträge, Dokumentationen, Spezifikationen, Werbezettel, Kataloge).

Die Standardversion der Webplattform Comarch B2B unterstützt 13 verschiedene Sprachen für die Benutzeroberfläche und ermöglicht das Ausführen von Zahlungen in unterschiedlichen Währungen. Somit können Kunden ihre Muttersprache auswählen und in ihrer Währung einkaufen. Zusätzlich bietet Comarch e-Commerce B2B Ihren Kunden die Option, ihre Einkäufe und Bestellungen auszuwerten, den Status von Zahlungen einzusehen sowie gewährte Rabatte zu prüfen. Die Plattform erzeugt für Sie Berichte und übermittelt sie an Kunden.

## FALLSTUDIE: ERAM

Groupe Eram ist ein französisches Unternehmen für Schuhe und Accessoires, das aus der 1927 gegründeten Schuhmarke ERAM hervorgegangen ist. Heute umfasst der Konzern Dutzende verschiedene Marken (GEMO, ERAM, BOCAGE u. a.). Mit mehr als 10.000 Mitarbeitern und als führender französischer Schuhhersteller mit einem Jahresumsatz von über 1,5 Mrd. EUR gehört das Unternehmen zu den größten Händlern für Schuhe und Kleidung in Europa.

### AUFGABE

- Bereitstellung einer Lösung zur Erleichterung der Kommunikation mit Franchisenehmern
- Bereitstellung exakter und aktueller Daten zum Status von Aufträgen und Lieferungen

### PROJEKT

- Franchisenehmern die Möglichkeit bieten, auf Produktkataloge zuzugreifen, Kollektionen sowie zugehörige Saisonartikel und verfügbare Bestände einzusehen
- Übermittlung regelmäßiger, automatischer Vorschläge für Bestellungen zum Wiederauffüllen des Lagers an Franchisenehmer – je nach aktueller Verkaufslage und Bestand
- Option für Franchisenehmer, vorgeschlagene Bestellungen zu überprüfen oder neue Bestellungen anzulegen
- Möglichkeit für Franchisenehmer, den detaillierten Status von Bestellungen einzusehen (Vorbereitung, Versand, Lieferung, Abrechnung)
- Versenden und Herunterladen der PDF-Version einer Rechnung oder eines Lieferscheins für den Versand

## GROUPE ERAM

### VORTEILE



Eine einzigartige, leistungsstarke und individuell angepasste Verwaltungslösung für das gesamte Unternehmen, die zudem alle funktionalen Anforderungen von Franchisenehmern abdeckt



Eine einfache Option für Franchisenehmer, um neue Kollektionen einzusehen und Bestellungen zu verwalten



Eine innovative und ergonomische Weblösung für die Interaktion und Unterstützung von Franchisenehmern



## SALES-FORCE-ANWENDUNG FÜR B2B

**Comarch SFA (Sales Force Applications) für B2B ist eine mobile und webbasierte Lösung, die dazu dient, Verkaufsprozesse in Einzelhandelsunternehmen zu unterstützen und zu optimieren. Unser Portfolio beinhaltet Systeme zur Vertriebsunterstützung und Verwaltung der Aufgaben von Vertriebsmitarbeitern, zur Integration von Lösungen und Kommunikation mit Geschäftspartnern sowie Webanwendungen für das Vertriebsmanagement, (Trade) Marketing und Verkaufsaktionen.**

Comarch SFA hat über 5.000 mobile Anwendungsbenutzer und wurde bereits für 20 Millionen Lieferaufträge sowie über 15 Millionen verarbeitete Dokumente verwendet. Comarch-SFA-Lösungen wurden in Unternehmen wie Carlsberg, Diageo (Hersteller von Johnnie Walker, Smirnoff und Baileys), Red Bull, Nivea (Beiersdorf), Orbico Beauty, Dtribev Orbico oder Fortuna implementiert.

Mit unserer mobilen hochmodernen Lösung (Mobile Sales Force für B2B) können sowohl Hersteller als auch Einzelhandelsketten ihre Mitarbeiter im Außendienst verwalten, die sowohl für den Verkauf als auch für die sachgemäße Lagerung zuständig sind. Die Anwendung bietet zahlreiche Funktionalitäten, welche die Arbeit von Vertriebs- und Außendienstmitarbeitern optimieren, indem sie u. a. den Zugriff auf die vollständige Historie an Transaktionen, Zahlungen und Kontakten mit einem Kunden ermöglichen. Zu den Mobile-Sales-Force-Modulen für B2B gehört bspw. Retail Activity Optimization für die Optimierung der Arbeit von Außendienstmitarbeitern bei Abwicklung im Ladengeschäft. Perfect Store beinhaltet KPI für das

Nachverfolgen, Analysieren und Vorschlagen von Aktionen zur Verbesserung des Absatzes. Category Management wiederum dient der Überwachung des Produktvertriebs, der Sichtbarkeit oder von Fehlmengen. Image Recognition schließlich automatisiert die Ausführungs- bzw. Kontrollprozesse, so dass sich Außendienstmitarbeiter mehr Zeit für den direkten Verkaufsprozess nehmen können.



## FALLSTUDIE: DIAGEO

Diageo ist ein Hersteller und Vertreiber von weltweit bekannten Getränkemarken für Spirituosen, Wein und Bier. Dessen Portfolio umfasst Marken wie Johnnie Walker, Smirnoff, J&B, Baileys, Cuervo, Tanqueray, Captain Morgan, Crown Royal sowie Weine von Beaulieu Vineyard und Sterling Vineyards.

### AUFGABE







- Projekt-Rollout in folgenden Ländern: Dänemark, Deutschland, Griechenland, Italien, Norwegen, Österreich, Russland, Schweden, Schweiz
- Mehrsprachige Anwendung
- Technischer Support in folgenden Sprachen: Polnisch, Englisch, Deutsch und Russisch

### PROJEKT

- Implementierung des Systems Comarch SFA (Anwendung Mobile Sales Force, Online Manager, Online Administrator)
- Berichterstattung, die speziell für Benutzer vorgesehen ist, die auf unterschiedlichen Unternehmensebenen arbeiten
- Automatische Bestellung, Möglichkeit zum Stornieren einer Bestellung
- Automatische Margenberechnung bei Auftragserteilung
- Erweiterte Verkaufsförderungsfunktionen

DIAGEO

### VORTEILE

-  Effektive Umsetzung der Unternehmensziele (quantitative und qualitative Ziele)
-  Verkürzung des Aufenthalts im Laden, ohne dabei die Qualität negativ zu beeinflussen
-  Beseitigung von Fehlern in der Berichterstattung
-  Optimierung der Arbeit des Vertriebspersonals, Senkung der Kosten für den Kundendienst
-  Kontrolle und Verwaltung des gesamten Vertriebsnetzwerks (Handel und Gastronomie)
-  Erfolgreiche Aufgabenerfüllung in sich verändernder Marktumgebung

## KAPITEL IV

# KUNDENERLEBNIS

---

Eine der größten Herausforderungen kundenorientierter Unternehmen ist der Aufbau einer dauerhaften Bindung zwischen Kunde und Marke. Seit mehr als 15 Jahren bietet Comarch seinen Kunden daher innovative IT-Lösungen für die umfassende Verwaltung von Kundenbindungsprogrammen und Kundenbeziehungen sowie für die Durchführung von Marketingaktivitäten an. Mit einer erstklassigen Lösung – Comarch Loyalty Management – können Unternehmen einmalige Engagement-Programme erstellen und ausführen, die Teilnehmer und Prämien effizient verwalten, mit den Kunden über verschiedenste Kanäle kommunizieren und die Leistung des Loyalty-Systems überwachen.



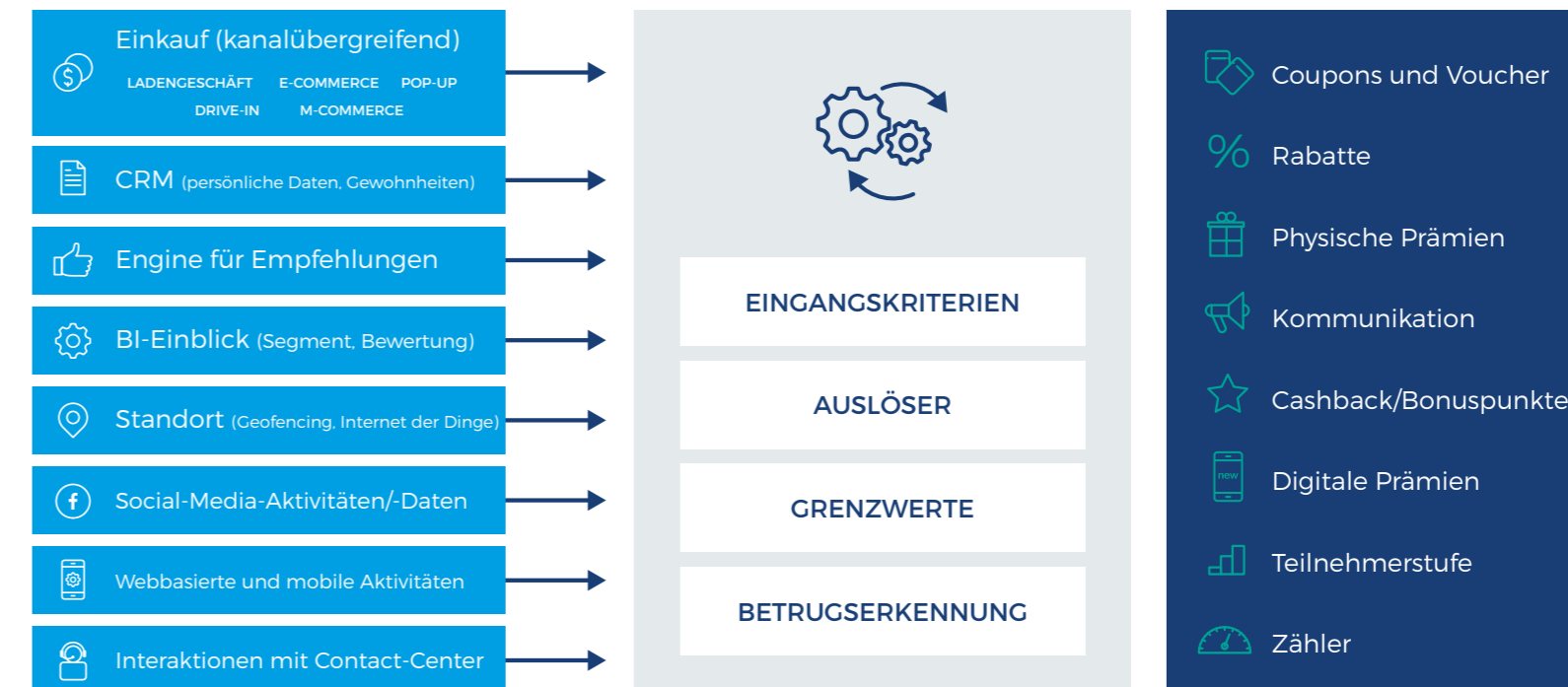


## ANGEBOTSMANAGEMENT

**Kunden erwarten ein einheitliches Einkaufserlebnis über alle Vertriebskanäle hinweg sowie nahtlose Interaktionen zwischen allen Kanälen. Zudem möchten sie aufs Genaueste individualisierte Angebote erhalten, die sich nach ihren Alltagsgewohnheiten ebenso richten wie nach ihren sich ständig ändernden Bedürfnissen.**

Zu den wesentlichen Problemstellungen des Einzelhandels gehört heute, dass mit Transaktionssystemen kombinierte Promotion-Engines keinen umfassenden Zugriff auf die Kundenverhaltensdaten haben und die Kommunikation zwischen diesen Komponenten schwierig ist. Daher benötigt ein innovativer Einzelhändler, der für die Zukunft gerüstet sein möchte, ein leistungsstarkes, flexibles und optionsreiches Angebotsmanagementtool, das losgelöst von den einzelnen Vertriebskanälen als Knotenpunkt für alle verkaufsfördernden Maßnahmen fungiert.

Comarch Offer Management ist ein solches nützliches System, mit dem Marketingverantwortliche jede Art von Omni-Channel-Promotion problemlos erstellen, testen und durchführen sowie Kunden mittels verschiedenster Vorteile anlocken können. Das System kann mit allen Quellen verbunden werden, die Daten zum Kundenverhalten erfassen, und entsprechend in Echtzeit reagieren. Es ist in der Lage, jeden Tag Millionen von Transaktionen zu verarbeiten. Verbunden mit Comarch BI liefert es optimale Empfehlungen, kann vom Kundenverhalten lernen und zeigt auf, warum bestimmte Angebote funktionieren.







## KUNDENBINDUNGSMANAGEMENT

Das System Comarch Loyalty Management (CLM) liefert die Grundlage für die digitale Transformation eines anspruchsvollen Einzelhändlers. Es dient dem Aufbau von Kundentreue durch Innovationen auf den verschiedenen Transaktionsstufen als Antwort auf die heutigen Erwartungen der Kunden.

In erster Linie erwarten die Kunden ein einheitliches Einkaufserlebnis über alle Kanäle hinweg: sowohl in den bekannten (POS, E-Commerce) als auch den innovativeren (Smartphone, Pop-up-Store, physischer Standort ohne Kassierer). Dies beinhaltet natürlich auch nahtlose, kanalübergreifende Interaktionen.

Die Implementierung von CLM ist auf globaler Ebene möglich. Das System kann täglich Millionen von Transaktionen verarbeiten, bietet hervorragende Tools für die Verwaltung komplexer Abrechnungen und Geschäftsregeln, unterstützt Multi-Programm-Funktionen und deckt alle möglichen komplexen Kundenszenarien ab. Zudem ermöglicht es die zentrale Verwaltung aller

Arten von Promotions (für Programmteilnehmer und alle anderen Kunden) – wie Rabatte, Coupons, Cashback, verschiedene Bonuspunkte usw. – für alle Kanäle.

Das CLM-System dient weiterhin der effektiven Steuerung von Kundenbindungsprogrammen. Es unterstützt verschiedenste Programmmechanismen und zielt auf den Aufbau einer engen Beziehung zu den Kunden ab. Zu diesem Zweck ermöglicht es die Vermittlung vorteilhafter Eindrücke und eine auch für Gelegenheitskäufer interessante Gestaltung des Programms. Neben Standardfunktionen wie Promotion-Management und Prämienkatalog bietet das System weitere Möglichkeiten für Interaktionen innerhalb eines Programms, wie Gewinnspiele, Auktionen, Programmvorteile, digitale Prämien u. v. m. Diese machen die Teilnahme an einem Kundenbindungsprogramm unterhaltsam. Eine breite Palette an Funktionen und Schnittstellen sowohl für Kunden (mobile App, Website) als auch Programmpartner (In-Store-App, B2B-Portal) sorgen für eine einfache Handhabung des Systems.



## FALLSTUDIE: X5



Bei der X5 Retail Group N.V. handelt es sich um Russlands größtes Einzelhandelsunternehmen nach Umsätzen. Zum 30. September 2010 verzeichnete X5 1.630 Geschäfte, darunter 1.232 Filialen des Pjaterotschka-Soft-Discounters, 289 Perekrjostok-Supermärkte, 65 Karusel-Hypermärkte und 44 Convenience Stores. Die X5 Retail Group betreibt Läden in 42 Regionen Russlands sowie der Ukraine.

### AUFGABE

- Belohnen der Super- und Hypermarktkunden für ihre Treue mit zusätzlichen Vorteilen und Bonuspunkten
- Effiziente, moderne IT-Lösung zur Unterstützung von drei unabhängigen Kundenbindungsprogrammen
- Multi-Partner-Plattform, die den Programmteilnehmern das Sammeln und Einlösen von Bonuspunkten bei mehreren Programmpartnern ermöglicht

### PROJEKT

- Implementierung von Comarch Loyalty Management
- Beratungsleistungen, technischer Support, Wartung, Hosting und DRC-Leistungen (Data Recovery Center), die im Partner-Rechenzentrum in Moskau erbracht werden
- Integration von Drittanbieter-iOS-App und dedizierten Webportalen für die Teilnehmer des Kundenbindungsprogramms

### VORTEILE



Der durchschnittliche Wert des Warenkorbs eines Programmteilnehmers ist 45 % höher als der von Nicht-Teilnehmern



Mehr als 26 % des Umsatzes wird über Treuetransaktionen erzielt



Die Gesamtanzahl an Programmteilnehmern – für Klub Perekrjostok und Karusel – beträgt 6 Millionen



Etwa 20 Mrd. Punkte im Wert von ca. 2 Mrd. Rubel wurden insgesamt von Kunden gegen Prämien eingelöst



## KAMPAGNENMANAGEMENT

---

**Die richtige Kommunikation ist eine weitere wesentliche Komponente. Nur bei gezielten, individuellen Angeboten, die zu einer geeigneten Zeit übermittelt werden, können Marketingausgaben in echte Erträge umgewandelt werden.**

Comarch Campaign Management ist eine innovative Lösung, mit der kundenorientierte Marketingkommunikation

## CUSTOMER ENGAGEMENT

---

**Die vorhandene Technologie macht es uns heute möglich, nicht nur den Weg der Kunden im Laden nachzuvollziehen, sondern auch ihre Aktivitäten im digitalen Raum.**

Hierdurch eröffnet sich für den Einzelhändler eine großartige Gelegenheit: Er kann eine echte Community aufbauen und direkt der Stimme des Kunden zuhören. Das Veröffentlichen eines Rezepts auf einem Foodblog mit Direktlink auf die Produktliste im Onlineshop eines Einzelhändlers, die Mitteilung von Ideen zur Verbesserung der Geschäftsführung auf Facebook oder das Unterstützen anderer Kunden bei der Suche nach dem für sie richtigen Produkt sind für einen Einzelhändler alle von großem Wert.

schnell und kosteneffizient gestaltet, umgesetzt und ausgewertet werden kann. Das System optimiert den Prozess der Kampagnenvorbereitung, vereinfacht die Verwaltung, automatisiert die Auslieferung und ermöglicht die Analyse aller Kampagnenergebnisse und -aktivitäten. Dank seiner Integration mit einem Promotion-Management-Tool ermöglicht es die Auswertung, ob ein Kunde das erhaltene Angebot tatsächlich genutzt und nicht nur eingesehen hat.

Das einzige Problem ist, dass sich für diese Aktivitäten kein genauer Geldwert bestimmen lässt. Comarch macht es möglich, das Engagement-Programm für die Kunden um Belohnungen auf emotionaler Ebene im Rahmen eines Gamification-Konzepts zu ergänzen. Hierzu zählen Geschichten, Wettbewerbe in Form von Aufgaben und Leaderboards, Zusammenarbeit und Community-Aktivitäten, Spielfortschritt u. v. m. Durch Verwendung der effektivsten Mechanismen, wie sie bspw. in Videospielen zum Einsatz kommen, lassen sich die Kunden für bestimmte Aktivitäten durch positive Emotionen statt mit geldwerten Prämien belohnen.



## BUSINESS INTELLIGENCE & SOCIAL MINING

---

**Sämtliche Daten, die von Comarchs Marketinglösungen erhoben werden, lassen sich durch Comarch Business Intelligence auswerten. Das BI-Tool bietet fortgeschrittene Analysen, Kundensegmentierung und -Clustering sowie Empfehlungen zum nächstbesten Angebot.**

Die gewonnenen Erkenntnisse sollen den Einzelhändler dabei unterstützen, seine Werbe- und Kommunikationskampagnen anzupassen und zu automatisieren. Mit Comarch BI stehen ihm hierfür die tiefgründige Leistungsanalyse des Kundenbindungsprogramms, die Berechnung des ROI von Marketingkampagnen, genaue Empfehlungen für gezielte Angebote, die den aktuellen Kundenbedürfnissen exakt entsprechen, die Analyse von Verhaltenstrends, die Simulation von Angeboten vor deren Einführung, um die möglichen Ergebnisse beurteilen zu können, und viele andere nützliche Funktionen, die das Marketingmanagement deutlich vereinfachen, zur Verfügung.

Darüber hinaus gibt es ein spezielles Analysetool – Comarch Social Mining –, das sich allein mit dem Verständnis des Kundenverhaltens in sozialen Medien befasst. Dank seiner Integration in das Loyalty-System können alle Daten aus den sozialen Medien (Likes, Shares, Anmeldungen, Tweets) miteinander in Beziehung gesetzt werden, um so die Kunden noch besser zu verstehen. Über eine automatische semantische Analyse liefert das Tool zudem Einblicke, was die Menschen über eine Marke denken, so dass sich schnell feststellen lässt, wer die Markenbotschafter und wer die ständigen Quengler sind, und entsprechend auf deren Aktionen reagiert werden kann.



## STANDORTBEZOGENE DIENSTE

Die Softwareplattform Comarch Location-Based Services stellt eine Reihe von Tools zur Verfügung, mit denen die Anwender komplexeste CRM-Szenarien entwickeln und umsetzen können – innerhalb einer Einzelhandelsumgebung und mit dem Kundenverhalten im Ladengeschäft als Auslöser. Durch die Integration mit der Comarch-IoT-Plattform wird die Verbindung zwischen den Standortgeräten – hauptsächlich Comarch Beacons – und der Softwareplattform abgesichert.

### PROXIMITY-MARKETING

Neue Möglichkeiten der Marketingkommunikation ergeben sich im physischen Ladengeschäft. Über die entsprechende Anwendung erhält der Einzelhändler wertvolle Daten der Kunden, die ein Smartphone nutzen und sein Geschäft betreten haben. Die App, die Teil des Produkts Location-Based Services ist, empfängt Signale von den Beacons oder über WLAN. Die Plattform bestimmt so den Standort der Kunden in Echtzeit und ermöglicht damit die Übermittlung einer Push-Nachricht innerhalb von Sekundenbruchteilen.

Die Nachricht kann sowohl einfache Fakten wie die Öffnungszeiten des jeweiligen Geschäfts oder allgemeine Informationen über neue Produkte im Bestand und aktuelle Sonderangebote enthalten als auch personalisierte, maßgeschneiderte Inhalte, die auf Basis des in der Plattform gespeicherten Kundenprofils erstellt werden (z. B. zu Geburtstag, Jubiläum der Programm Anmeldung, Einkaufsgewohnheiten, -historie).

### IN-STORE-NAVIGATION

Unter Verwendung der Signale des im Ladengeschäfts installierten Beacon-Netzwerks und einer digitalen Karte der Räumlichkeiten können die Kunden problemlos im Laden navigieren. Die zugehörige App zeigt ihnen nicht nur den Weg in eine bestimmte Abteilung, sondern kann auch andere nützliche Orte finden, wie Kassen, Fahrstuhl, Toiletten, Treppenhaus oder Umkleidekabinen. Zudem lässt sich die nicht abgeschlossenen Einkäufe mit Proximity-Marketing kombinieren. Dann wird der Kunde bspw. in den Bereich des Ladens geführt, in dem sich die für ihn interessanten reduzierten Artikel befinden.

### ONLINE/OFFLINE-INTEGRATION

Bei Integration mit einem E-Commerce-System speichert Comarch Location-Based Services Daten zur Onlineshopping-Historie eines Kunden, seine Wunschlisten und verworfenen Warenkorbhalte. Damit weiß der Ladenbesitzer, für welche Produkte sich der Kunde im Onlineshop interessiert und welche er aus irgendeinem Grund nicht gekauft hat. Wenn der Kunde jetzt den physischen Laden betritt, kann ihm eine Nachricht auf sein Mobilgerät gesendet werden, die ihn über die Verfügbarkeit eines dieser Artikel, die er zu einem früheren Zeitpunkt recherchiert hatte, informiert. Über die vorstehend erläuterte In-Store-Navigation ist es sogar möglich, ihn direkt bis zum Regalplatz des Produkts zu führen. Zudem kann auch ein Rabattgutschein für das betreffende Produkt bereitgestellt werden.

## FALLSTUDIE: HUDSON'S BAY

Die Hudson's Bay Company (HBC) wurde 1670 gegründet und ist damit das älteste Unternehmen in Nordamerika. Die Marke Hudson's Bay ist zu Kanadas bekanntester Kaufhauskette geworden, die heute 90 Vollsortiment-Kaufhäuser und thebay.com umfasst. Im Jahr 2017 hat Hudson's Bay seine Tätigkeit über die Grenzen Kanadas hinaus erweitert: mit zehn neuen Läden in den Niederlanden und dem Portal hudsonsbay.nl. Weitere acht Läden sollen 2018 auf dem niederländischen Markt eröffnet werden.

### AUFGABE






- Schaffung einer innovativen Möglichkeit, die Kunden mit Marketingkommunikation zu erreichen
- Bereitstellung einer speziellen App für die Kunden, die alle wesentlichen, nützlichen Funktionen an einem Ort zusammenfasst
- Verbesserung des Kundenerlebnisses durch den Einsatz moderner Technologie in der Anwendung
- Unterbrechungsfreie Echtzeitverbindung zwischen Back-End-Plattform, mobiler Anwendung und Beacons
- Einrichtung eines ausgedehnten Beacon-Netzwerks über mehrere Standorte und Etagen

### PROJEKT

- Implementierung der Comarch-Plattformen für standortbezogene Dienste und Beacon-Verwaltung
- Installation und Konfiguration von Comarch Beacons
- Integration mit Comarch Loyalty Management für einheitliche Kundenprofile und abgestimmte Marketingkommunikation

## HUDSON'S BAY

### VORTEILE

-  Neuer Kommunikationskanal in Form von Push-Nachrichten in Echtzeit über die App
-  In-Store-Navigationsfunktion
-  Online-Chat zwischen Kunde und Verkaufsberater in der App
-  Verbessertes Kundenerlebnis und erhöhte Markenbekanntheit
-  Präzisere Segmentierung und genauer abgestimmte Kommunikation

## KAPITEL V

# UNTERNEHMENSMANAGEMENT

---

Optimale Ergebnisse lassen sich durch ein umfassendes Konzept für die interne sowie externe Kommunikation mit allen Partnern (Lieferanten, Kunden, Logistikbetreiber und Dienstleister) gewährleisten, in dem auch der Austausch von Produkt-, Geschäfts-, Logistik- und Finanzdaten berücksichtigt wird. Unternehmen erhalten hierdurch nicht nur einen schnellen und sicheren Zugriff auf zuverlässige Daten, sondern erreichen auch eine Prozessoptimierung und Kostensenkung in der Dokumentenverarbeitung. Zudem wird mittels unserer Plattform eine effiziente Dokumenten- und Prozessverwaltung innerhalb des Unternehmens sichergestellt, die komplexe Arbeitsabläufe sowie einen schnellen Zugriff auf die Dokumentenablage ermöglicht.





## BACK-OFFICE-MANAGEMENT

Die zentrale Lösung Comarch Store Back Office dient der Kontrolle von Beständen in Echtzeit und liefert eine umfassende Übersicht der Produktverfügbarkeit, die für die Umsetzung einer Omni-Channel-Strategie von wesentlicher Bedeutung ist.

Bei Ladengeschäften, die von der Zentrale aus verwaltet werden, vereinfacht die nahtlose Integration in die POS-Lösung sämtliche Warenbewegungen wie Empfang und Versand von Produkten sowie die Bestandsprüfung durch Stichproben- oder Vollinventur. Die Mitarbeiter in den Geschäften können sich auf die Kunden konzentrieren und den Service verbessern.

Komplett selbstständigen Geschäften wie Franchisefilialen ermöglicht die Lösung u. a., das Produktangebot zu vervollständigen und die Preispolitik anzupassen. Des Weiteren unterstützt sie die Bestellaufgabe bei Lieferanten bzw. die Bestellabwicklung mit Direktkunden, den Empfang von Waren und die Prüfung der Rechnungen, wobei sie gleichzeitig volle Kontrolle über alle Vorgänge gewährleistet.

Mit Comarch Store Back Office kann zudem der Kunde, wenn eine Ware ausverkauft ist, über die Verfügbarkeit im gesamten Distributionsnetz (Läden und Lager) sowie über die verschiedenen Liefermodalitäten einschließlich Lieferfristen und verbundenen Kosten informiert werden.

## FALLSTUDIE: PRINTEMPS

Printemps ist eine Warenhauskette, die Artikel der größten Mode-, Luxus- und Kosmetikmarken vertreibt. In Bezug auf Hochzeitstische bzw. -listen gehört die Kette zu den führenden Anbietern. Printemps unterhält 21 Warenhäuser in Frankreich; das bekannteste unter ihnen ist die Filiale am Boulevard Haussmann in Paris. Seit der Gründung ist der Konzern deutlich gewachsen. Angesichts der zunehmenden Geschäftstätigkeit ist in einigen Warenhäusern die Umgestaltung der IT-Systeme zum Thema geworden. In diesem Zusammenhang wurde Comarch aus den größten Anbietern auf dem französischen Markt ausgewählt, mit den Printemps-Filialen in Tours, Caen und Brest zusammenzuarbeiten.

### AUFGABE





- Allowing Printemps to better manage stores operations including business intelligence dedicated reports

### PROJEKT

- Einführung neuer Prozesse für Konzessionsgeschäfte
- Implementierung von Schnittstellen für den Abruf der Verkaufszahlen aus externen POS-Systemen
- Bereitstellung einer performanten Lösung für Reporting und Umsatzanalyse mit Comarch BI
- Präzise Nachverfolgbarkeit des Bestandsstatus
- Optimierung der Arbeitsweise in der Buchhaltung

## PRINTEMPS

### VORTEILE

-  Zuverlässigkeit der Bestandszahlen und Vereinfachung der Back-Office-Aufgaben in den Filialen
-  Umfassende, effiziente Verwaltungslösung, die alle Prozesse in den Filialen abdeckt, wobei einige über eine Workflow-Engine automatisiert ablaufen
-  Umfassende Berichte und Dashboards für eine verstärkte Leistungsüberwachung (KPI)
-  Verwaltung der Prozesse des Konzessionsmodells



## AUFTRAGSVERWALTUNGSSYSTEM

**Die Kundenerfahrung ist nicht mehr auf einen bestimmten Kanal beschränkt.**

Kunden kaufen heute über ganz unterschiedliche Kanäle ein – ob im Ladengeschäft, über eine E-Commerce-Website, bei einem fliegenden Händler, über das Smartphone oder im Pop-up-Laden. Durch immer neue und weiterentwickelte Technologien sowie deren Vernetzung zu einer Omni-Channel-Landschaft, in der sowohl der B2C- als auch der B2B-Kunde König ist, wird die Kundenerfahrung zunehmend komplexer. Aus diesem kundenorientierten Ansatz ergeben sich neue Herausforderungen für Händler, die ihre Verkaufsstellen über ein einziges Tool steuern möchten. Mit Hilfe von Comarch Order Management System (OMS) wird zunächst das gesamte Repository eines Unternehmens zusammengeführt und sämtliche Einkaufs- und Verkaufsprozesse werden zentral für den Händler abgebildet. Comarch OMS bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihr Verzeichnis nach Ihren eigenen Kategorien zu strukturieren und Varianten zu verwalten, z. B. Modeattribute wie Größe oder Farbe, Verpackung, Sets und ergänzende/ähnliche Produkte für ein besseres Cross- oder Up-Selling. Das Repository lässt sich durch kundenspezifische Attribute und Multimedia-Objekte ergänzen. Unter Einsatz der Lösung können außerdem untypische Waren wie dematerialisierte Artikel (Geschenkkarten und -packungen) verwaltet werden.

Des Weiteren können Sie die Lösung nutzen, um Ihre

Preispolitik zu gestalten. Legen Sie die Verkaufspreise direkt auf Basis Ihres Einkaufspreises fest, um Ihre Margen zu kontrollieren. Sie können jederzeit Aktionspreise (oder Aktionsguthaben), die in Ihrem Vertriebsnetz vorgegeben oder vorgeschlagen werden, für bestimmte Zeiträume festlegen. Gestalten Sie Ihre Verkaufspolitik individuell durch Angebote zu Produktpaketen. Diese Angebote können für bestimmte Einkaufsbeträge oder -mengen und spezifische Kunden gelten.

Letztlich können Sie mit der Lösung Comarch OMS alle kanalübergreifenden Prozesse (Store-to-Web, Web-to-Store, Click and Collect, E-Booking, ...) konsistent durchführen, eine Marketingstrategie zur Umsatzsteigerung umsetzen und die Kundenerfahrung optimieren, während sie zugleich die Kundenbindung stärken.

Dank Comarch Payment Hub können Sie zusätzlich neue mobile Zahlungsmethoden einsetzen, um so einzigartige und essentielle Kundenerlebnisse zu bieten.



## STAMMDATENVERWALTUNG

**Comarch Master Data Management – unser GDSN-zertifizierter Datenpool – bietet dem Benutzer die Möglichkeit, den Datenaustausch- und Datenpflegeprozess sowohl in B2B- als auch in B2C-Kanälen zu organisieren.**

Diese umfassende Lösung dient der Verwaltung aller Produkte sowie deren Vermittlung an Partner weltweit. Unterschiedliche Methoden zur Dateneingabe, Konformität mit GSI-Standards, Datenanreicherung, Genehmigungsworkflows und Integration mit internen Systemen stellen nur einige der bedeutenden Funktionen und Eigenschaften dieser Lösung dar. GDSN unterstützt den Austausch exakter Daten in Echtzeit sowie die Aktualisierung von Handelsgütern unter angemeldeten Handelspartnern. Somit hat jeder Zugriff auf dieselben, laufend aktualisierten Daten. Dieser automatische und effiziente Austausch erleichtert es Unternehmen, die stete Nachfrage der heutigen datenhungrigen Verbraucher zu bedienen.

### LIEFERANTENDATENVERWALTUNG

Unter Einsatz von Comarch Master Data Management wird sichergestellt, dass die Daten von Lieferanten immer auf dem aktuellen Stand sind. Bereits beim Onboarding-Prozess ist die Eingabe korrekter Daten für eine effiziente Zusammenarbeit im Einzelhandel entscheidend. Um Daten zu aktualisieren oder Lieferantenstammdaten

hinzufügen, übermitteln Sie Ihren Lieferanten einfach eine Benachrichtigung. Erinnerungsfunktionen gewährleisten, dass Lieferanten Daten innerhalb eines bestimmten Zeitraums ergänzen. Aktualisierte oder bestätigte Stammdaten werden automatisch im System hinzugefügt.

### DATENANREICHERUNG

Comarch Master Data Management bietet eine Funktionalität zur Anreicherung und Veredelung von Daten auf Empfängerseite – ein wertvoller Vorteil für jedes moderne Unternehmen. Die vom Lieferanten bereitgestellten Daten enthalten nicht unbedingt die für die internen Systeme des Einzelhändlers erforderlichen Informationen (z. B. interne Produktcodes). Über die Benachrichtigungsfunktion werden betreffende Abteilungen daran erinnert, entsprechende Daten vor der Integration in die internen Systeme einzugeben.

### GENEHMIGUNGSWORKFLOWS

Der Datenvalidierungsprozess läuft in jeder Organisation anders ab. Daher bieten wir eine flexible Workflow-Engine an, mit der sich der Genehmigungsprozess für Lieferanten- und Produktdaten individuell festlegen lässt. Der Prozess kann von mehreren Abteilungen parallel ausgeführt werden und findet genau in der Reihenfolge statt, die durch spezifische Attribute definiert ist



## PRODUKTINFORMATIONSMANAGEMENT – PIM R

Comarch Retail PIM ist eine Lösung, die als zentrale Referenzquelle dienen soll. Als Grundstein der Comarch Retail Suite führt die Lösung das gesamte Repository eines Unternehmens zusammen und bildet alle Einkaufs- und Verkaufsprozesse zentral für den Händler ab. Mit der Lösung können Sie Ihr Vertriebsnetz organisieren, Ihr Produktangebot zusammenstellen, die Preispolitik gestalten, Lieferanten referenzieren und Geschäftsbedingungen aushandeln. Mittels der Verwaltungsplattform für dematerialisierte Produkte und Dienstleistungen können Sie Ihr Produktangebot rasch aktualisieren. Des Weiteren können Sie Comarch Retail PIM nutzen, um Ihre Preispolitik zu gestalten. Legen Sie die unverbindliche Preisempfehlung bzw. die Verkaufspreise direkt auf Basis Ihres Einkaufspreises fest, um Ihre Margen zu kontrollieren. Sie können jederzeit Sonderpreise (oder Sonderguthaben), die Ihnen in Ihrem Vertriebsnetz vorgegeben oder vorgeschlagen werden, für einen bestimmten Zeitraum festlegen.



### COMARCH MASTER DATA MANAGEMENT



## FALLSTUDIE: CARREFOUR



Carrefour ist eine der größten Handelsketten in Polen. Das Unternehmen beschäftigt dort über 16.000 Mitarbeiter und betreibt mehr als 900 Geschäfte mit unterschiedlichem Profil: Hypermärkte (Carrefour), kleinere Supermärkte (Carrefour Market) und Convenience Stores (Carrefour Express), die einige Produkte direkt vor Ort herstellen. Insgesamt besitzt die Carrefour-Gruppe ca. 12.000 Filialen in mehr als 30 Ländern und beschäftigt über 380.000 Mitarbeiter.

### AUFGABE

- Optimierung des internen Dokumentenmanagementsystems
- Automatisierung des Datenaustauschprozesses
- Vereinheitlichung der Beschaffungsverfahren
- Gestaltung eines einheitlichen Bestellabwicklungssystems
- Vereinfachung der Benutzeroberfläche und der Vergabe abgestufter Zugriffsrechte für die Mitarbeiter in unterschiedlichen Teilen Europas

### PROJEKT

- Implementierung von Comarch Master Data Management und Comarch Procure to Pay
- Optimiertes Verfahren für das Hinzufügen und Bearbeiten wichtiger Daten in Lager- und Finanzdokumenten
- Automatische Datenvalidierung
- Integration mit Gica (Vertriebssystem)

### VORTEILE

- Um 350 % schnellere Genehmigung von Dokumenten
- 95 % weniger Fehler bei der Dateneingabe
- Mehr als 1,2 Mio. archivierte Dokumente
- Geringere Kosten



## BUSINESS INTELLIGENCE

**Comarch BI liefert funktionale und effiziente Lösungen, die sich individuell anpassen lassen und die den höchsten Ansprüchen gerecht werden.**

Business-Intelligence-Lösungen im Einzelhandel werden vorrangig eingesetzt, um Strategien zur Erweiterung des Marktanteils zu definieren, den Produktverkaufsprozess und dessen Ergebnisse zu optimieren und Kundenbedürfnisse besser zu erfassen. Mit Hilfe der Analysetools werden Einzelhändler dabei unterstützt, die richtigen Entscheidungen auf unterschiedlichen Unternehmensebenen zu treffen. Folglich können sie sich eine starke Position auf einem schwierigen Markt verschaffen, die Kundenzufriedenheit erhöhen und gleichzeitig den Absatz steigern sowie die Kosten minimieren. Der Fokus der BI-Lösung liegt auf dem Kunden. Der Kunde ist der Interessensschwerpunkt eines jeden Unternehmens in der Einzelhandelsbranche. Für jedes expandierende Unternehmen ist es von zentraler Bedeutung, den Kunden zu verstehen, sein Verhalten zu erkunden, Vorlieben und Lebensstil zu erkennen sowie gemeinsame Muster in verschiedenen Kundengruppen herauszufiltern. Dank des Business-Intelligence-Analysetools lassen sich Kundenbindung und Verbraucherzufriedenheit steigern, indem deren Bedürfnisse besser abgedeckt werden.

Unter den vielen Vorteilen der BI-Plattform haben folgende direkten Kundenbezug:

- Besseres Verständnis für Kunden und deren Bedürfnisse durch Omni-Channel-Ansatz
- Höhere Rücklaufquoten zu Marketingkampagnen
- Prognosemöglichkeiten für Cross- und Up-Selling
- Höhere Verkaufswerte und -häufigkeit
- Prognose der zukünftigen Nachfrage nach Produkten
- Steigerung der Kundenbindungsrate und Senkung der Kundenabwanderung
- Personalisierte Angebote, E-Mail-System und Prämien tragen zu einer besseren Kundenmeinung bei

Comarch BI Point ist eine Anwendung zur Datenvisualisierung, die eine transparente Oberfläche bereitstellt, welche sich durch eine hohe Intuitivität auszeichnet. Mit deren Hilfe ist es selbst ohne erweiterte IT-Kenntnisse möglich, eine umfassende Reihe an lesbaren Berichten oder interaktiven Dashboards auch über Mobilgeräte zu erstellen. Erstellen Sie Dashboards und Berichte zu durchschnittlichen Warenkorbwerten/-größen, Warenrotation, Umsatz- und Gewinnindex, Marketingkampagnen. Nehmen Sie eine Analyse zur Kundenabwanderung, eine Kundensegmentierung oder eine RFM-Analyse vor und sichern Sie sich die Wettbewerbsfähigkeit Ihrer Marke auf dem weltweiten Markt.

## FALLSTUDIE: BP

BP ist eines der weltweit führenden Mineralölunternehmen, das in über 100 Ländern tätig ist und Tausende von Mitarbeitern beschäftigt. BP ist ein führendes Unternehmen bei der Förderung sowie Verarbeitung von Öl und Gas mit einem umfangreichen Netz an Tankstellen in Europa. Die Tankstellen bieten nicht nur Treibstoff an, sondern sie sind auch Verkaufsstellen für andere Waren.

### AUFGABE

- Bereitstellung einer umfassenden und vergleichenden Analyse der wichtigsten wirtschaftlichen Parameter für die reibungslose Funktion und Entwicklung des Einzelhandelssektors im Unternehmen in 8 Ländern

### PROJEKT

- Erstellung spezifischer leistungsorientierter Dashboards und Berichte für unterschiedliche Abteilungen des Unternehmens – von der Tankstelle bis hin zur Hauptgeschäftsstelle
- Bereitstellung einer Business-Intelligence-Lösung, die in Echtzeit funktioniert und eine schnelle Umsetzung von Korrekturmaßnahmen ermöglicht
- Steigerung von Cross-Selling und Up-Selling durch Bereitstellung eines entsprechenden Verkaufsberichts für jede Tankstelle
- Integration der Verkaufsdaten zu Treibstoff und anderen Produkten – Bereitstellung einer Rentabilitätsanalyse zu verkauften Produkten
- Vergleich der Verkaufsleistungen zwischen den einzelnen Tankstellen



### VORTEILE



Unterstützung von BP bei der Umsetzung eines erfolgreichen Kundenbindungsprogramms



Bereitstellung und Austausch von entscheidenden Informationen und Kenntnissen auf allen Unternehmensebenen – von der Hauptgeschäftsstelle bis hin zu den Tankstellen



Erleichterung des Entscheidungsprozesses auf der Basis von Leistungskennzahlen



Bereitstellung detaillierter Transaktionsinformationen, u. a. jeder gekaufte Artikel, Datumsangaben, noch zu verbuchende Punkte, Coupons



Schaffung eines effektiven Planungs- und Betriebsmanagements



Bereitstellung einer vollständigen Unternehmensansicht – unerwünschten Umständen gegensteuern und Chancen nutzen



KAPITEL VI

# LIEFERKETTE

---

Die Leistungsfähigkeit des Supply-Chain-Management hat einen deutlichen Einfluss auf das Nutzererlebnis und die Treue der Kunden. Für eine reibungslos funktionierende Lieferkette sind optimales Warenbeschaffungsmanagement sowie bestmögliche POS-Belieferungs- und Logistikprozesse erforderlich.



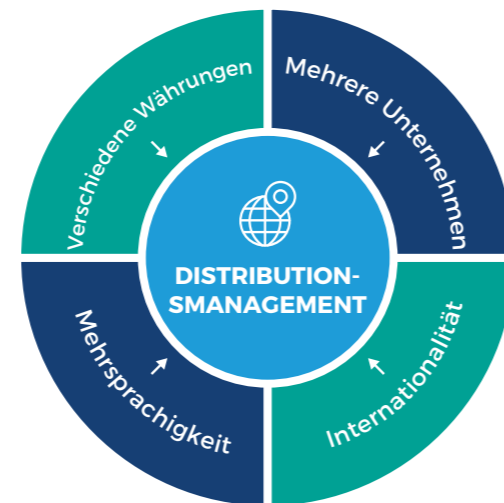


## DISTRIBUTIONSMANAGEMENT

Mit Comarch Distribution Management können Sie die Warenverteilung innerhalb Ihres Vertriebsnetzes steuern und dabei die Umschlagsgeschwindigkeit verbessern sowie Fehlmengen vermeiden.

Die Lösung führt sämtliche Warenbestandsdaten an einem zentralen Punkt zusammen und ermöglicht die Verwaltung des Warentransfers zwischen Lagern und Läden. Auf Basis von Analysen historischer Daten, Statistikregeln sowie Plänen für die Lagerauffüllung oder Lieferzeiten kann die Lösungs-Engine den optimalen Bestand berechnen. Mit diesen bearbeitbaren Daten oder den Min-/Max-Bestandsangaben erzeugt das System dann einen internen Lieferauftrag oder eine Lieferantenbestellung, wobei es die verfügbaren Bestände in den verschiedenen Filialen berücksichtigt.

Insgesamt vereinfacht Comarch Distribution Management die betreffenden Prozesse, indem es den Benutzer entsprechend unterstützt und mit Hilfe von Comarch Business Process Management (BPM) zahlreiche Aufgaben automatisiert. Für die Abwicklung der Logistikkvorgänge kann Comarch WMS genutzt werden.



## FALLSTUDIE: ERAM

Groupe Eram ist ein französisches Unternehmen, das 1927 gegründet wurde und Schuhe, Kleidung sowie Accessoires vertreibt. Der Konzern ist aus der 1927 gegründeten Schuhmarke ÉRAM hervorgegangen und umfasst heute Dutzende verschiedene Marken (GÉMO, ÉRAM, BOCAGE u. a.). Mit mehr als 10.000 Mitarbeitern und als führender französischer Schuhhersteller mit einem Jahresumsatz von über 1,5 Mrd. EUR gehört das Unternehmen zu den größten Händlern für Schuhe und Kleidung in Europa.

### AUFGABE




- Vorstellen einer Verwaltungskomplettlösung, in der alle Franchiseaktivitäten der verschiedenen Marken des Konzerns berücksichtigt werden können
- Verstärken der kundenorientierten Lösung durch Multi-Channel-Ausbau
- Verbessern der Kontrolle sämtlicher Lieferkettenprozesse

### PROJEKT

- Bereitstellung eines einsatzbereiten Systems für Franchisenehmer, das in Comarch-Rechenzentren gehostet wird
- Vereinfachung der Bestandsverwaltungsprozesse zwischen Marke und Netzwerk in internationalem Kontext, d. h. einschließlich Zolldokumenten
- Integration des Lagerverwaltungssystems und anderer Komponenten des IT-Systems von Groupe ERAM
- Lieferung einer eindeutigen Schnittstelle zwischen Groupe ERAM S I und dem Franchisenez
- Regelmäßige, automatische Bestellvorschläge für die Bestandsauffüllung abhängig von Absatz und Bestand der Franchisefilialen

## GROUPE ERAM

### VORTEILE

-  Unterstützung für einen schnelleren internationalen Ausbau der Groupe ERAM
-  Erleichterung der geschäftlichen Koordination zwischen den Unternehmen des Konzerns und den Franchisenehmern
-  Förderung der Attraktivität des Konzerns für neue Franchisepartner

## ELEKTRONISCHER DATENAUSTAUSCH (EDI)

Als IT-Anbieter, der in diesem Bereich mehr als 100.000 Benutzer in 40 Ländern (hauptsächlich in der Einzelhandelsbranche) und mehr als 600 Millionen ausgetauschter Dokumente jährlich verzeichnet, unterstützt Comarch Einzelhändler in der Umgestaltung ihrer Konzepte für die elektronische Zusammenarbeit und die Datenbereitstellung im B2B-Bereich, um hierdurch die Lieferantenbeziehungen zu verbessern.

Dabei steht Comarch für einen ganzheitlichen Ansatz: von Austausch der Produktdaten über Bestellprozess, Verpackung und Lieferung der Waren bis hin zu Abnahme der Waren, Rechnungsstellung und automatisierter Verarbeitung von Eingangsrechnungen.

### LIEFERANTENANBINDUNG

Comarchs bewährtes Vorgehen und proaktives Handeln sorgen für eine beinahe 100 %ige Umsetzung von Onboarding-Programmen durch die Lieferanten.

- Globale Abdeckung: mehrsprachiger Helpdesk und Interoperabilität
- Erfolgreiche Implementierung: Self-Service-Funktionen zur Aktualisierung von Stammdaten, Konfiguration und Testkommunikation

- Lösungen für Lieferanten aller Art: verschiedene Integrationsmöglichkeiten sowie ein benutzerfreundliches Portal für kleinere Lieferanten

### STAMMDATENVERWALTUNG (GDSN)

Mit Comarch Master Data Management wird die Reinheit und Aktualität von Lieferanten- und Stammdaten sichergestellt.

- Unterstützung globaler Standards: GDSN-konformer Datenpool für die umfassende Produktdatenverwaltung in B2B- und B2C-Kanälen
- Zugriff auf die wirklich benötigten Daten: auf die jeweiligen Bedürfnisse abgestimmte Menge an Attributen, die über ein ergonomisches Portal oder das Hochladen einer Datei durch die Lieferanten ausgefüllt werden
- Einheitliche, aktuelle Daten in allen Systemen: Erfahrung in der Integration von PIM-, DAM- und ERP-Systemen

### AUFTRAGSABWICKLUNG UND BESTANDSVERWALTUNG

Comarch B2B Network sichert die Datenkonsistenz während der gesamten Zusammenarbeit mit einem Lieferanten.

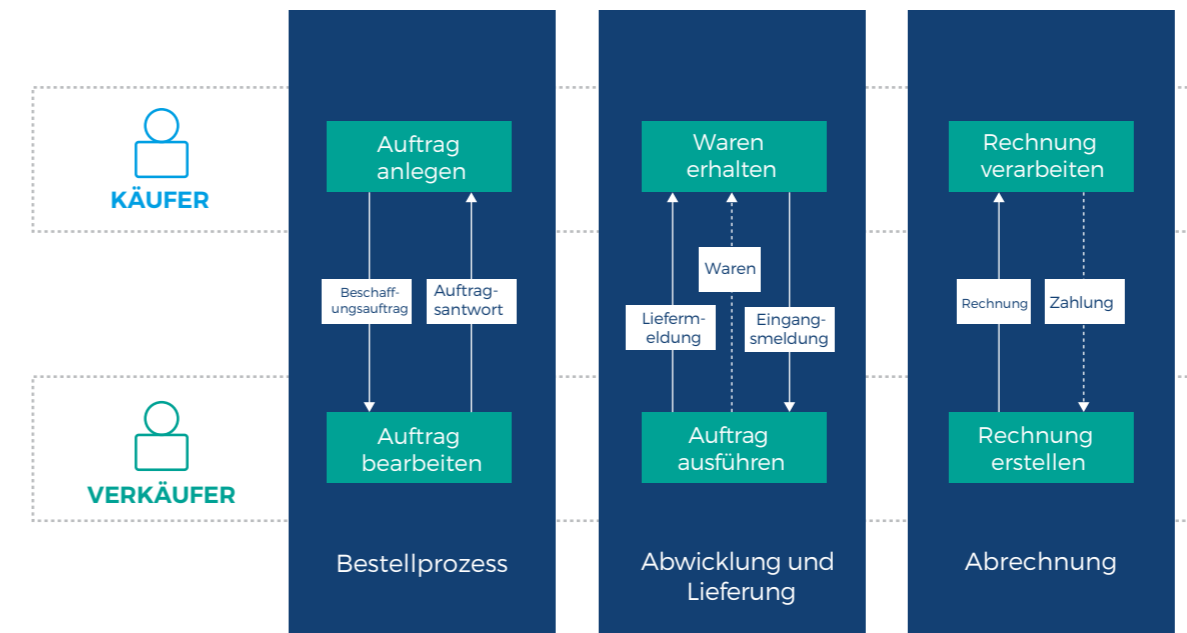
- Einhaltung globaler Standards: Comarch unterstützt GS1 eCom
- Kompletter Lebenszyklus: integrierter Austausch umfassender Referenzdokumente innerhalb der gesamten Lieferkette
- Erfahrung mit zahlreichen Formaten: Mapping zwischen allen Formaten (XML, EDIFACT, TRADACOMS, ANSI X12)
- Schneller Zugriff auf zuverlässige Daten: Möglichkeiten der Berichterstellung auf Basis von Daten aus

EDI-Dokumenten und externen Systemen (z. B. Serviceleistung, Absatz- und Bestandsprognose)

- Verminderung von Fehlmengen: Unterstützung von VMI zur Sicherstellung der benötigten Bestandsmengen

### SUPPLY-CHAIN-MANAGEMENT

Comarch B2B Network gewährleistet einen sicheren und schnellen Informationsfluss bezüglich der physischen Bewegung bestellter Waren durch die Verwendung von EDI-Nachrichten in Kombination mit Logistiketiketten. Auch eine effiziente Kommunikation mit den





Logistikdienstleistern ist sichergestellt.

- Optimierung des Wareneingangs: Integration der Liefermeldung (ASN) mit hochwertigem Logistiketicket
- Eine Plattform für viele Logistikpartner: Integration der Systeme von Logistikdienstleistern und einsatzbereiter Satz logistikbezogener EDI-Nachrichten
- Nachverfolgbarkeit: Reduzierung der Kosten für Produktrückrufe durch Nachverfolgbarkeit der Produkte über die gesamte Lieferkette

## ELEKTRONISCHE RECHNUNGSSTELLUNG UND AUTOMATISIERTE KREDITOREN-/DEBITORENBUCHHALTUNG

Comarch e-Invoicing und Comarch AP/AR Automation ermöglichen die kostengünstige Abwicklung der gesamten Rechnungsprozesse in einer integrierten Suite.

- Delete Rechtskonformität: Unterstützung und Gewährleistung der Einhaltung von Rechtsvorschriften in weltweiten e-Invoicing-Projekten
- Eine Lösung für die Kreditoren-/Debitorenbuchhaltung: Lösung zur Rechnungsverwaltung, mit der sich sowohl Kreditoren- als auch Debitorenprozesse optimieren lassen
- Exzellente Datenqualität: Dreifachprüfung unter Abgleich der Daten mit Referenzdokumenten

- 100% elektronische Rechnungsstellung: Unterstützung verschiedener Kanäle für eingehende und ausgehende Datenflüsse (z. B. Integration, Portal, E-Mail, OCR)
- Kreditoren: Standardisierung und Automatisierung von Rechnungsabwicklungsprozessen sowie einfache Suche nach Dokumenten innerhalb eines einzelnen Systems, unabhängig von deren Form
- Garantierter Zugriff während der gesamten Aufbewahrungsfrist: sicheres und rechtskonformes Archiv mit schnellem Zugriff auf Dokumente für autorisierte Benutzer

## PROCURE TO PAY

Die Lösung Comarch Procure to Pay verbindet Funktionen für die strategische (e-Sourcing) und operative elektronische Beschaffung (e-Procurement), die elektronische Rechnungsstellung (e-Invoicing) sowie die automatisierte Kreditorenverrechnung in einer einzelnen, integrierten Plattform.

- Verbesserte Verwaltung der Lieferantendaten: zentrale Datenbank der Lieferanten mit Workflows für die Erfassung, Prüfung, Bestätigung und Aktualisierung von Auftragnehmerdaten
- Optimiertes Vertrags- und Preismanagement: Bearbeitung eines Vertrags in jeder Phase seines Lebenszyklus (von der Erstellung über die Verhandlung und den Abschluss bis hin zur Erneuerung oder Beendigung)

## FALLSTUDIE: METRO SYSTEMS

METRO SYSTEMS erbringt IT-Dienstleistungen für die Gesellschaften der METRO Group, insbesondere METRO/MAKRO Cash&Carry und real,-. Die METRO Group ist eines der größten und bedeutendsten internationalen Groß- und Einzelhandelsunternehmen. Mit circa 2.200 Verkaufsstellen ist METRO in 30 verschiedenen Ländern präsent.






## AUFGABE

- Verbesserung der Geschäftskommunikation zwischen der METRO Group und ihren Lieferanten
- Senkung der bisher hohen Kosten für die Verarbeitung großer Mengen an Geschäftsdaten
- Senkung der Fehlerquote, die aus der manuellen Bearbeitung von Dokumenten resultiert

## PROJEKT

- Migration der EDI-Dienstleistungen und Erbringung kontinuierlicher Managed-EDI-Services
- Über 20.000 Lieferanten aus 24 Ländern weltweit
- Die operative Phase des Projekts umfasst 35 Vertriebslinien und Hunderte von Mappings
- Die operative Phase umfasst die gesamte Verarbeitung von EDI-Nachrichten, d. h. Übertragung/Routing, Validierung, Konvertierung usw. der Dokumente
- Die durch die METRO Group verwendete EDI-Plattform wird im Comarch-Rechenzentrum gehostet
- Supportleistungen: tägliches Projektmanagement, Monitoring der Plattform, Nachverfolgung von Transaktionen und Fehlerüberwachung, Helpdesk und Service-Level-Management.

## VORTEILE

-  Internationale Erfahrung
-  Automatisierung der Lieferkette und umfassende Serviceleistung
-  Umweltfreundlicheres Arbeiten
-  Kostensenkung
-  Sicherheit und Schnelligkeit der Datenübertragung



## BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

**Mit Hilfe der Lösung Purchase Management werden alle Vorgänge - von der Bestellung über den Rechnungsabgleich bis hin zum Wareneingang - ausgeführt und jeder Schritt lässt sich detailliert anhand der Dateien nachverfolgen.**

Die Lösung bietet die Möglichkeit, Preis- und Beschaffungsanfragen automatisch zu erstellen und diese über die Anwendung an Lieferanten zu übermitteln. Unter Einsatz von Purchase Management können Sie eine spezifische Menge für einen bestimmten Zeitraum festlegen, Lieferantenrechnungen direkt mit der erhaltenen und bestätigten Ware abgleichen und letztlich die Abrechnungsdaten an die Buchhaltung weiterleiten sowie die Steuern verwalten.

Um die Geschäftsbeziehung zu Dienstleistern, Lieferanten oder Spediteuren zu erleichtern, bietet Comarch EDI Funktionen für einen automatisierten und sicheren Austausch sämtlicher Dokumente.

## LAGERVERWALTUNGSSYSTEM

**Comarch Warehouse Management System (WMS) ist ein System zur Lagerverwaltung in Echtzeit, das Bestand, Bestellungen und Versand für Vertriebsunternehmen, Hersteller und Einzelhändler organisiert.**

Es trägt dazu bei, die größtmögliche Lagerleistung zu erreichen, indem der Einsatz von Papierdokumenten minimiert und Lagerprozesse wie Bestandsprüfung, Versand und Empfang, Auftragsabwicklung etc. automatisiert werden. Comarch WMS integriert Logistikprozesse und stellt Tools für alle an der Lagerabwicklung Beteiligten bereit.

## FALLSTUDIE: CERMAG

Das 1985 gegründete Unternehmen Cermag ist auf den Verkauf von Keramikfliesen, Zubehör fürs Bad und innovativen Baustoffen spezialisiert. Das Unternehmen bietet auch Leistungen im Bereich Planung und Montage im Rahmen der Innenraumgestaltung an. Heute gehört Cermag zu den führenden Anbietern von Badfliesen.

### AUFGABE

- Verwaltung von Lagerprozessen

### PROJEKT

- Bessere Nachverfolgung der Aktivitäten in den einzelnen Filiallagern
- Mengen- und Qualitätskontrolle gelieferter Artikel
- Sicherstellung der vollständigen Rückverfolgbarkeit von Produkten und Chargen
- Optimale Verwaltung von Lieferungen und Beziehungen zu Speditionsunternehmen

### VORTEILE

- ➔ Beschleunigte Lagerauffüllung und Erfassung von Eingängen bzw. Retouren
- 🔍 Lageroptimierung und bessere Nutzung der verfügbaren Lagerkapazitäten
- ⚙️ Automatisierung mancher Logistikprozesse zur Senkung der Fehlerquote
- 🔒 Bereitstellung eines webbasierten Zugriffs auf Lagerinformationen
- 📄 Deutliche Reduzierung des Papierverbrauchs durch Digitalisierung
- 🕒 Verkürzung der Bestandsaufnahmeprozesse

## KAPITEL VII

# RECHENZENTRUM

---

Comarch bietet umfassende Rechenzentrumsleistungen, darunter die Bereitstellung und Wartung komplexer Systemplattformen, einschließlich der dazugehörigen Hardware- und Softwarekomponenten sowie Administrationsdienstleistungen. Das umfassende Produktportfolio von Comarch beinhaltet sowohl Basisleistungen für Unternehmen, die nicht in eine kostspielige IT-Infrastruktur investieren möchten, als auch Lösungen für sehr anspruchsvolle Kunden, z. B. das Disaster Recovery Center.





## RECHENZENTRUM

**Sicher, konform und anbindungsfähig – Comarchs Rechenzentrumsleistungen unterstützen neue IT-Lösungen für den Einzelhandel.**

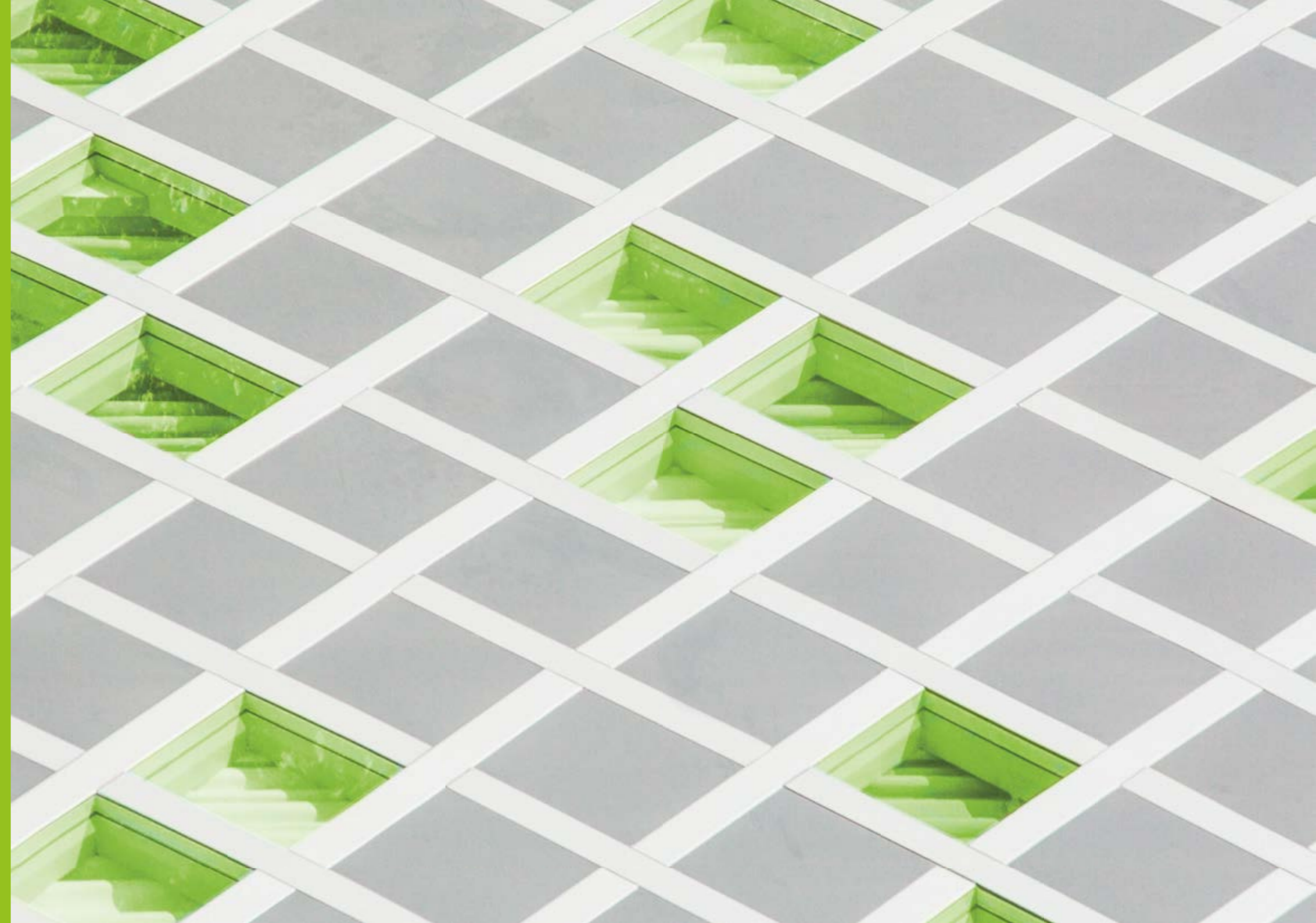
Einzelhändler und Anbieter von Konsumgütern setzen auf Big Data, um eine größere Nähe zu mobilen Kunden zu schaffen, die Kundenerfahrung zu verbessern und die Möglichkeiten für Onlineshopping zu optimieren. Um die wachsende Anzahl an Einzelhandelsanwendungen zu unterstützen, wird eine zuverlässige IT-Infrastruktur benötigt. Zur Unterstützung neuer Anwendungen, Daten und Analysen sind wiederum Investitionen in Technologie erforderlich, damit die bestmögliche Nutzererfahrung sowohl in Ladengeschäften als auch online gewährleistet werden kann. Damit Comarch-Anwendungen in unterschiedlichen Geschäftsmodellen wie SaaS, PaaS oder IaaS betrieben werden können, bieten wir entsprechende Rechenzentrumsleistungen. Unsere Anwendungen werden in Übereinstimmung mit den hohen Anforderungen der Handels- und Einzelhandelskonzerne entwickelt, was durch entsprechende Zertifikate und Bescheinigungen belegt ist, sowie unter Berücksichtigung aktueller Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Comarch Network Operations Center ist eine zentrale Anlaufstelle für alle Einzelhändler, die Unterstützung für Software- und Hardwareplattformen bietet.

Immer mehr Einzelhändler entscheiden sich für die Auslagerung ihrer IT-Infrastruktur in gut vernetzte, sichere und moderne Rechenzentren, um von den Vorteilen zu profitieren, die Cloud-Services, effizient verwaltete Lösungen und nach Bedarf skalierbare Disaster-Recovery-Lösungen bieten. Dank der umfassenden, individuell zugeschnittenen IT-Dienstleistungen von Comarch können sich Kundenunternehmen ihrem eigentlichen Kerngeschäft widmen



Kapitel VIII

# SYSTEMARCHITEKTUR



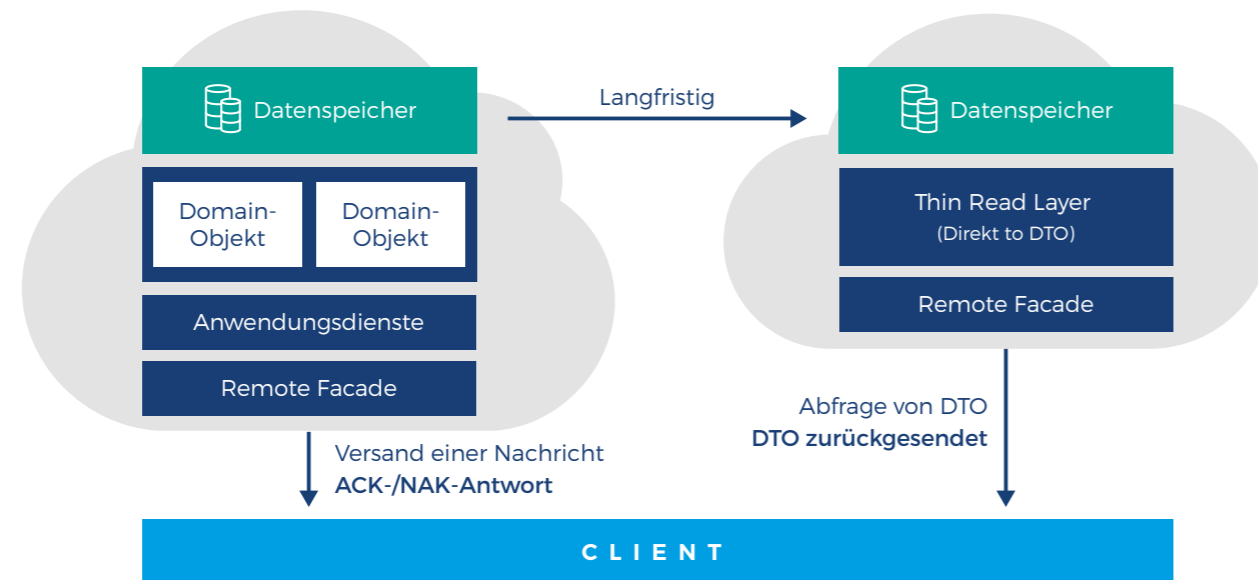


# SYSTEMARCHITEKTUR

Die folgenden Ziele wurden bei der Gestaltung der Systemarchitektur verstärkt berücksichtigt:

- Skalierbarkeit entsprechend den Geschäfts- und Leistungsanforderungen
- Verkürzung der Einführungszeiten für neue Funktionen oder Eigenschaften in der Produkt-Roadmap
- Vereinfachung des Implementierungsprozesses
- Moderne und einfache Integrationsschnittstellen

Das System dient nicht nur der Abwicklung von Kauftransaktionen, sondern bietet einen deutlich größeren Funktionsumfang. So kann beispielsweise ein 360°-Kundenprofil erstellt werden, in dem Aktivitäten auf Facebook, Informationen zu Beacons, ausgewählte oder bewertete Produkte erfasst werden. Das System beruht auf der Event-Sourcing-Architektur und dem CQRS-Modell, wonach zwischen Kommandos und Abfragen unterschieden wird. Dadurch wird die Auswirkung auf die Leistung bei simultan stattfindenden Lese- und Schreibvorgängen innerhalb eines Datenmodells gering gehalten, was in einer leistungsstarken Umsetzung der Geschäftsregeln resultiert.



# HAUPTVORTEILE:

- Horizontale Skalierung – zusätzliche Datenaufteilung (Sharding) zur Verbesserung der Schreibleistung
- Extrem schnelle Schreibbefehle
- Kürzere Transaktionszeiten
- Failover auf Objektebene, da der Objektstatus auf Grundlage von Ereignissen erneut ausgearbeitet werden kann
- Gezielte Optimierung des Lese-/Schreibmodells entsprechend den Geschäftsanforderungen

Das System ist in einzelne Module unterteilt, die über eine API miteinander kommunizieren und den gleichen SSO-Dienst für die Authentifizierung verwenden. Die API ist nach Geschäftsbereichen unterteilt und ermöglicht eine Integration mit den Hauptsystemen des Kunden. Die Datenverarbeitung kann sowohl synchron als auch asynchron erfolgen.

Da funktionsorientierte Module unabhängig voneinander eingesetzt und ganz nach Bedarf bereitgestellt werden können, lässt sich eine hohe Skalierbarkeit auf Ebene der Geschäftsfunktionen gewährleisten.



KAPITEL IX

# ÜBERSICHT DER REFERENZEN



## KUNDENUNTERNEHMEN IM BEREICH EINZELHANDEL NACH BRANCHEN

Generalisten	Bekleidung	Kraftstoff	Kosmetik	Sonstige
     	<b>GRUPE ERAM</b>  <b>PRINTEMPS</b>  <i>Galerias Lafayette</i>  <b>HUDSON'S BAY</b>  <b>Les Néréides PARIS</b>	          	  <b>L'ORÉAL PARIS</b>  <b>ESTÉE LAUDER</b>  <b>SEPHORA</b>  <b>ROSSMANN</b>    <b>COTY</b>	  <b>BRICOMAN</b>      <b>MediaMarktSaturn Retail Group</b>  

## COMARCH – KUNDEN, PROJEKTE, UNTERNEHMEN WELTWEIT

**54**

Tochtergesellschaften und Partner

**91**

Büros

IN

**62**

Städten

IN

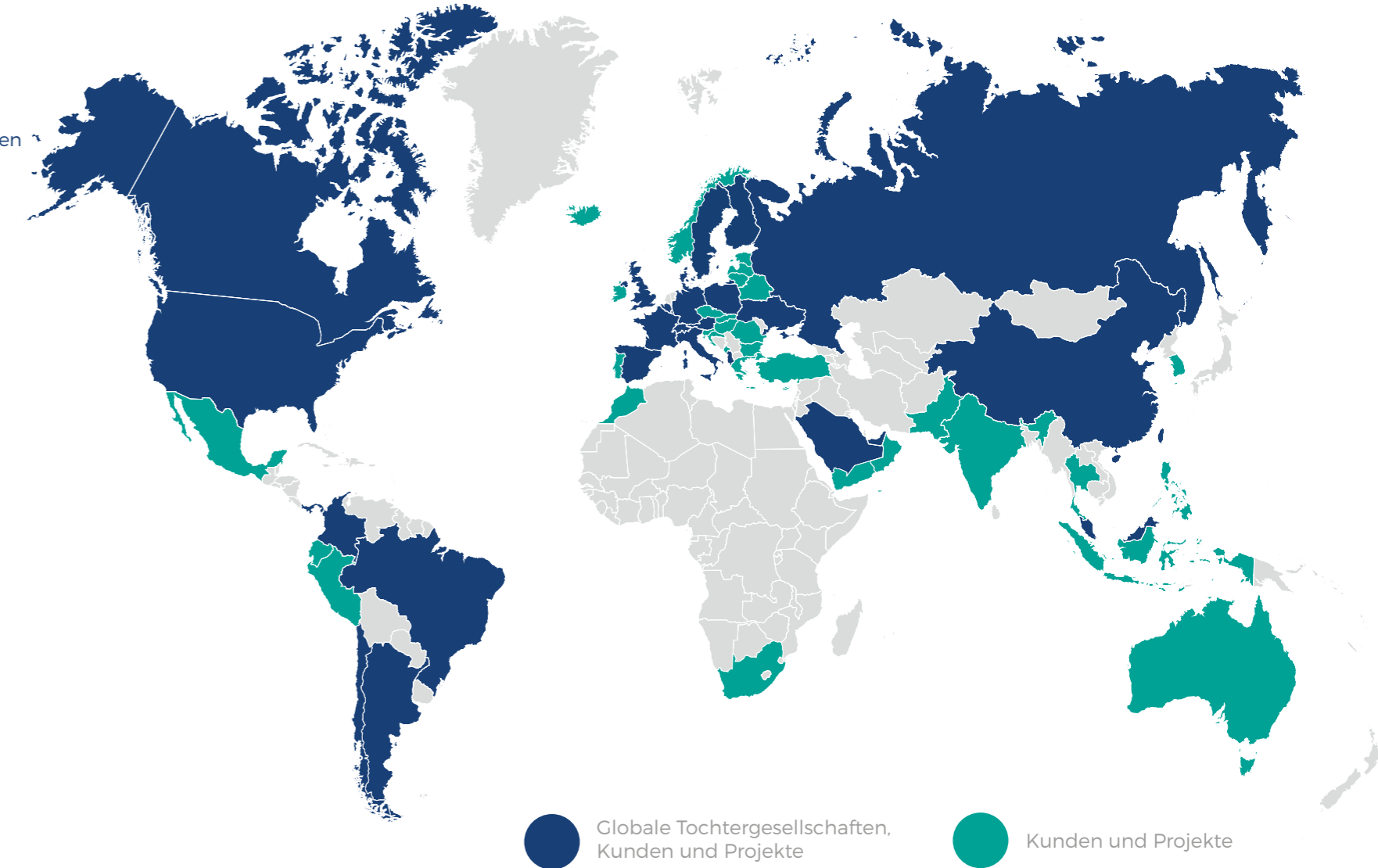
**31**

Ländern

AUF

**6**

Kontinenten



# COMARCH

[info@comarch.de](mailto:info@comarch.de) | [www.comarch.de](http://www.comarch.de)