

Praxisberichte

Mit moderner Software Mode effizient vermarkten

Vielen Modeherstellern fehlt das Know-how und die Infrastruktur, um online zu verkaufen. Die Firma heypaula vermarktet hochwertige Bekleidung, Schuhe & Accessoires auf allen gängigen Online-Plattformen. Als man mit der bisherigen Software an Grenzen stieß, entschied sich das Unternehmen für einen Wechsel. Heute profitiert man von effizienten Prozessen und einheitlichen Daten.

Viele Modelabels und Textilhersteller würden gern über Online-Plattformen vertreiben, doch fehlt es an Know-how und der erforderlichen Technologie. Genau an dieser Stelle kommt die Firma heypaula ins Spiel. Der Dienstleister und Händler verbindet die Modeszene mit Online-Plattformen wie etwa Amazon, AboutYou, OTTO oder Zalando.

Skalierbarkeit fehlte

Systemseitig arbeitete heypaula bislang mit Pixi, einer speziell auf den E-Commerce-Handel zugeschnittenen Warenwirtschaft. Um Daten mit den verschiedenen Online-Marktplätzen auszutauschen, nutzt das Handelsunternehmen die E-Commerce-Middleware von Tradebyte. Eine Kombination, die mit zunehmendem Unternehmenswachstum immer unübersichtlicher wurde. „Wir verdoppeln jährlich unseren Umsatz und binden im Minimum 4-5 neue Plattformen pro Jahr an. Im gleichen Maße wächst auch die Zahl der Vorgänge. Irgendwann sind wir an Grenzen gestoßen“, erinnert sich Florian Zimmermann,

Leiter Business Development & Channel Management bei cbecom. „Wir suchten nach einer offenen, skalierbaren Lösung, die sich flexibel integrieren ließ“, erklärt Zimmermann.

Hoher Standardumfang

Bei der folgenden Marktsondierung setzte sich Anfang 2016 in letzter Runde das ERP-System Microsoft Dynamics NAV gegen eine Software von SAP durch. Der Zuschlag für die Implementierung ging an die TSO-DATA GmbH aus Osnabrück. Ausschlaggebend war die auf den Versand- und E-Commerce-Handel zugeschnittene NAV-Branchenlösung KatarGo. „Alle Punkte, die aus unserer Sicht geschäftskritisch waren, erfüllte KatarGo bereits“, begründet Florian Zimmermann die Wahl. „Bei TSO-DATA waren wir sicher, dass Versprechen eingehalten werden. Sie überzeugten uns mit Branchen-Know-how und verstanden unsere Anforderungen“, ergänzt Zimmermann. heypaula entschied, KatarGo in der Cloud auf Microsoft Azure zu betreiben. „Für uns als wachstumsorientiertes Unternehmen sind Flexibilität und Skalierbarkeit wichtig. Bei Azure können wir mit wenigen Mausklicks zusätzliche Server, Arbeitsplätze oder Kapazitäten hinzufügen“, unterstreicht Zimmermann.

Im Fokus: Plattform-Management

Der Startschuss für die Implementierung fiel im Mai 2016. Anpassungen gab es vor allem beim „Plattform-Management“.

„Mit KatarGo haben wir nun die Möglichkeit all unsere Anforderungen an ein Produktinformationssystem (PIM) direkt aus der ERP-Lösung heraus zu bedienen.“ So können Bilddateien vom Fotostudio von KatarGo automatisiert einem Artikel zugeordnet werden.

Kommissioniert wird mit mobilen Handscannern von Honeywell, sodass bei jeder Entnahme sofort der Warenbestand aktualisiert wird. Damit lässt sich die Fehlerquote beim Kommissionieren deutlich reduzieren. Ein erneuter Scan des Artikels am Versandplatz erzeugt die passenden Lieferpapiere und Versandetiketten. Auch am Wareneingang sorgen mobile Endgeräte für mehr Effizienz.

„Hier genügt ein einfacher Scan, um die angelieferten Waren den betreffenden Bestellungen zuzuordnen. Gleichzeitig werden unsere Mitarbeiter bei neuen Artikeln automatisch über benötigte Contentmuster informiert, falls noch Fotos oder Texte zu erstellen sind“, betont Zimmermann.

Auf allen Kanälen präsent

Der Datenaustausch mit den verschiedenen Online-Marktplätzen läuft nach wie vor über Tradebyte. Darüber hinaus betreibt das Handelsunternehmen mit heypaula.de einen eigenen Webshop, der ebenfalls über Tradebyte an KatarGo angebunden ist. Weitere Schnittstellen existieren zu bekannten Payment- und Versanddienstleistern wie DHL, Hermes und DPD.

Deutlich schnellere Prozesse

Seit Mitte 2016 ist KatarGo an über 20 Arbeitsplätzen im Einsatz. Weil KatarGo alle Informationen transparent an einer Stelle zusammenführt, sinkt der Verwaltungsaufwand. Den optimierten Prozessen in der Logistik ist es zu verdanken, dass das Unternehmen massiv Zeit spart. „Die Kommissionierung läuft heute dreimal schneller als früher. Bei der Retourenverarbeitung erreichen wir sogar den Faktor 5“, bestätigt Zimmermann. Mindestens ebenso wichtig ist aus seiner Sicht die gewonnene Flexibilität: Neue Versender, Labels, Marktplätze und Länder lassen sich mit wenig Aufwand in die vorhandenen Strukturen einbinden. Damit ist heypaula in der Lage, schnell zu wachsen und flexibel auf Marktänderungen zu reagieren.

Systemausbau in Planung

Angesichts des positiven Projektverlaufs plant heypaula bereits den Systemausbau. Künftig setzt man verstärkt auf verteilte Lager. „Über die Cloud können wir externe Lager einfach anbinden, zum Beispiel als Kommissionslager“, so Zimmermann. Den Fokus legt das Unternehmen immer stärker auf den Dienstleistungsaspekt, um Marken den Markteintritt auf verschiedenen Online-Marktplätzen zu erleichtern. Als erstes externes Lager geht in diesen Tagen ein Fulfillment-Dienstleister an den Start, der die Logistik für mehrere Modelabels übernimmt.

Autor: TSO-DATA GmbH | www.tso.de