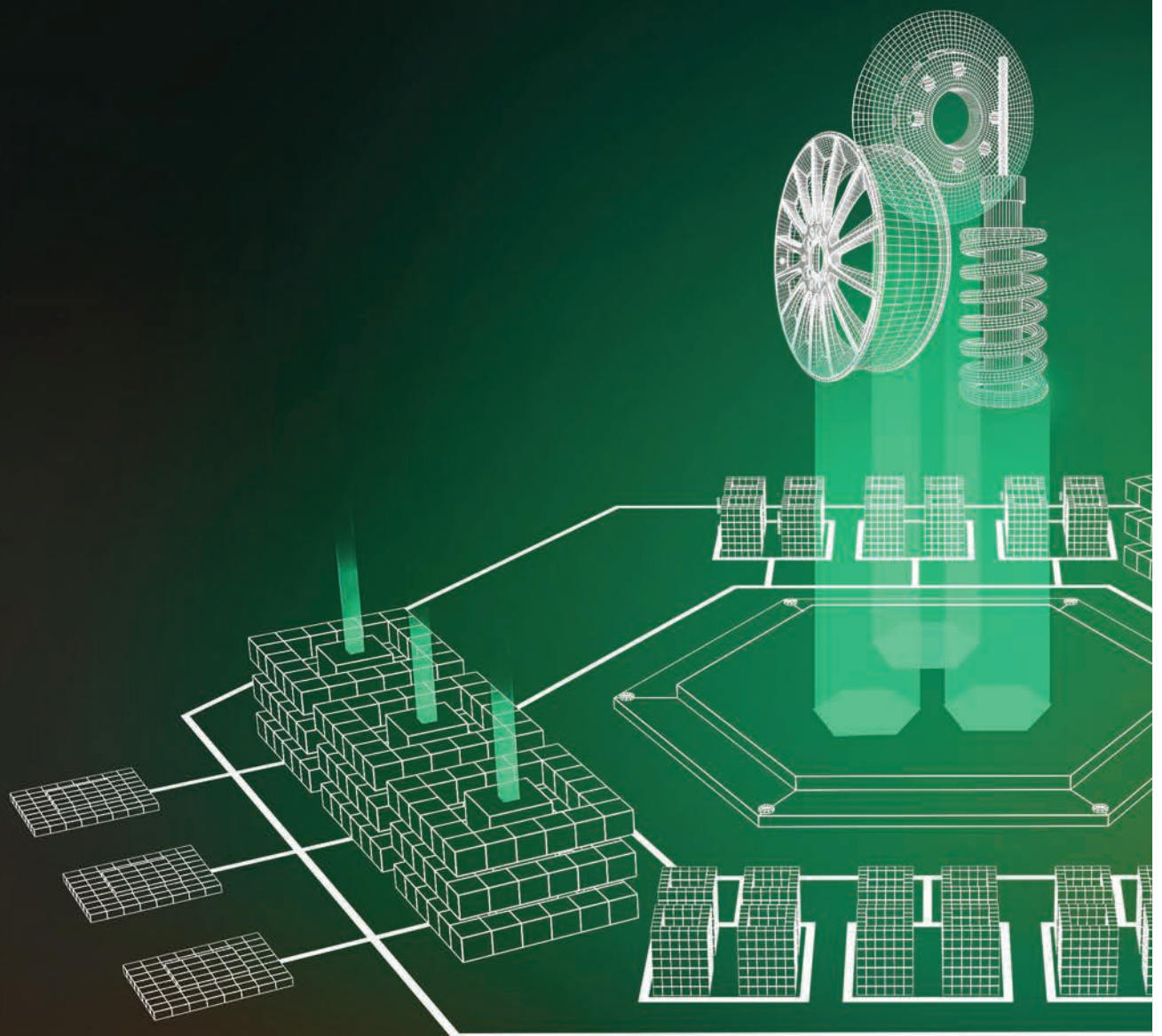


12 ERFOLGSFAKTOREN

digitaler B2C- & B2B-Handelsplattformen für direkten Kundenzugang im automobilen Aftermarket





Nichts ist so beständig wie der Wandel.
Zeit für Neues.

1

WANDLUNGSFÄHIGKEIT

Keine Grenzen im Denken und Handeln.

Zeitenwende in der klassischen Automobilbranche: Elektroautos, Carsharing oder Connected Car sind erst der Anfang. Der automobilen Aftermarket steht in den nächsten Jahren vor neuen Herausforderungen. Digitalisierung verändert das Kundenverhalten. Ursprünglich branchenfremde Big-Data-Player binden Umsatz- und Marktanteile. Neue Technologien verdrängen klassische Produkte und Dienstleistungen. Organisationsstrukturen stehen auf dem Prüfstand.

Gefragt sind innovative Geschäftsmodelle. Software gewinnt an Bedeutung. Für Ersatzteile- und Reifenhändler, Autohausgruppen, Filialisten und Hersteller gilt es, IT-Innovationen stärker in ihr Business zu integrieren. Die Gewinner sind diejenigen Anbieter, die es vor ihren Mitbewerbern schaffen, neue Distributionswege direkt zum Kunden aufzubauen.

B2B- und B2C-Anbieter müssen reagieren. Für Handelsstrategien und Geschäftsprozesse ist eine tragfähige Lösungsarchitektur zu schaffen. Ein Online-Shop ist keine hinreichende Antwort mehr.

Vielmehr braucht es eine zukunftsfähige **Commerce-Plattform**, die sich Ihrem einzigartigen **Automotive-Geschäftsmodell anpasst und nicht umgekehrt**. Variabel und agil genug, um digitale Business-Szenarien, die Sie als Anbieter heute noch nicht kennen, schnell und hochdynamisch im Markt zu entfalten.

Investitionssicherheit

Zukunftsweisende
Commerce-Technologien

Anpassungsfähig, flexibel und skalierbar



GESCHWINDIGKEIT

Beratung, Umsetzung, Service direkt vom Softwarehersteller.

Beim Aufbau digitaler Plattformen und Marktplätze im B2C- und B2B-Umfeld zählt vor allem eins: Geschwindigkeit. Der Markt wartet nicht auf lange Entwicklungszyklen. Im Mittelstand stehen Entscheider oft vor der make-or-buy-Frage: eigene Entwicklungsabteilung aufbauen oder externen Dienstleister beauftragen.

Wird eine Webshop-Agentur beauftragt, stützt diese das Projekt zumeist auf starre Standardprodukte. Damit sind schnell Grenzen erreicht in Bezug auf Individualisierung, Time-to-Market und Lösungsarchitektur. Zudem geht die komplette Funktionsbreite monolithischer Standard-Shopsysteme zu Lasten der Performance.

Hersteller und Händler profitieren davon, wenn im Umfeld einer wachsenden Commerce-Plattform alles aus einer Hand vom Softwarehersteller geliefert wird: Beratung, Konzeption, Design, Umsetzung und Integration.

Als Generalunternehmer bringt dieser Innovationsgeschwindigkeit, technisches Know-how und Customization in das Projekt ein. In enger Abstimmung und auf kurzen Wegen mit allen Projektparteien. System- und Projektressourcen konzentrieren sich von Beginn an auf Ihre individuellen Businessanforderungen.

Innovationsvorsprung

Flexible Individualisierung

Skalierbar je nach Business-Szenario



AGILES FRONTEND

Angebote über alle Displays und Zukunftsformate ausspielen.

Laut einer Studie von TNS Infratest steigt der Online-Anteil im Autoteilemarkt stetig an. Kunden wollen in allen Lebenslagen und zu jeder Zeit einkaufen. Online. Mobil per Smartphone. Am Point of Sale in Filiale und Werkstatt. Gewinner sind die Anbieter, die im richtigen Moment zur Stelle sind. Die mit direktem Zugang zum Kundenbedarf. Klasse statt Masse. Nicht einer von vielen sein.

Die Basis: ein hochwertiges Responsive-Design. Zudem gilt es, den digitalen Wandel aktiv über Grenzen hinweg zu gestalten. Abseits klassischer Vertriebswege und Angebotsformate. Gefragt sind kreative Verkaufsszenarien mit Wow-Effekt beim Kunden. Dadurch erzeugte Impulskäufe entwickeln sich stetig zum „Umsatzmotor“.

Das Ziel: Kfz-Teile, Reifen, Zubehör und Services über alle Customer-Touchpoints zu positionieren. Die Pflicht: Auf digitalen Displays (Desktop-PC, Tablet, Smartphone). Die Kür: Vernetzt mit dem Point of Sale in Autohaus,

Werkstatt und Filiale. Hier sind Touch-Terminals als virtuelle Regalverlängerung oder digitale Schaufenster mit QR-Codes denkbar. Stichwort Internet of Things. Die Zukunft liegt vielleicht darin, mit Buy Buttons Suchmaschinen und Online-Shops zu umgehen. Dinge zum Anfassen (z. B. Autoteile) sind möglicherweise die Shopping-Plattformen von morgen.

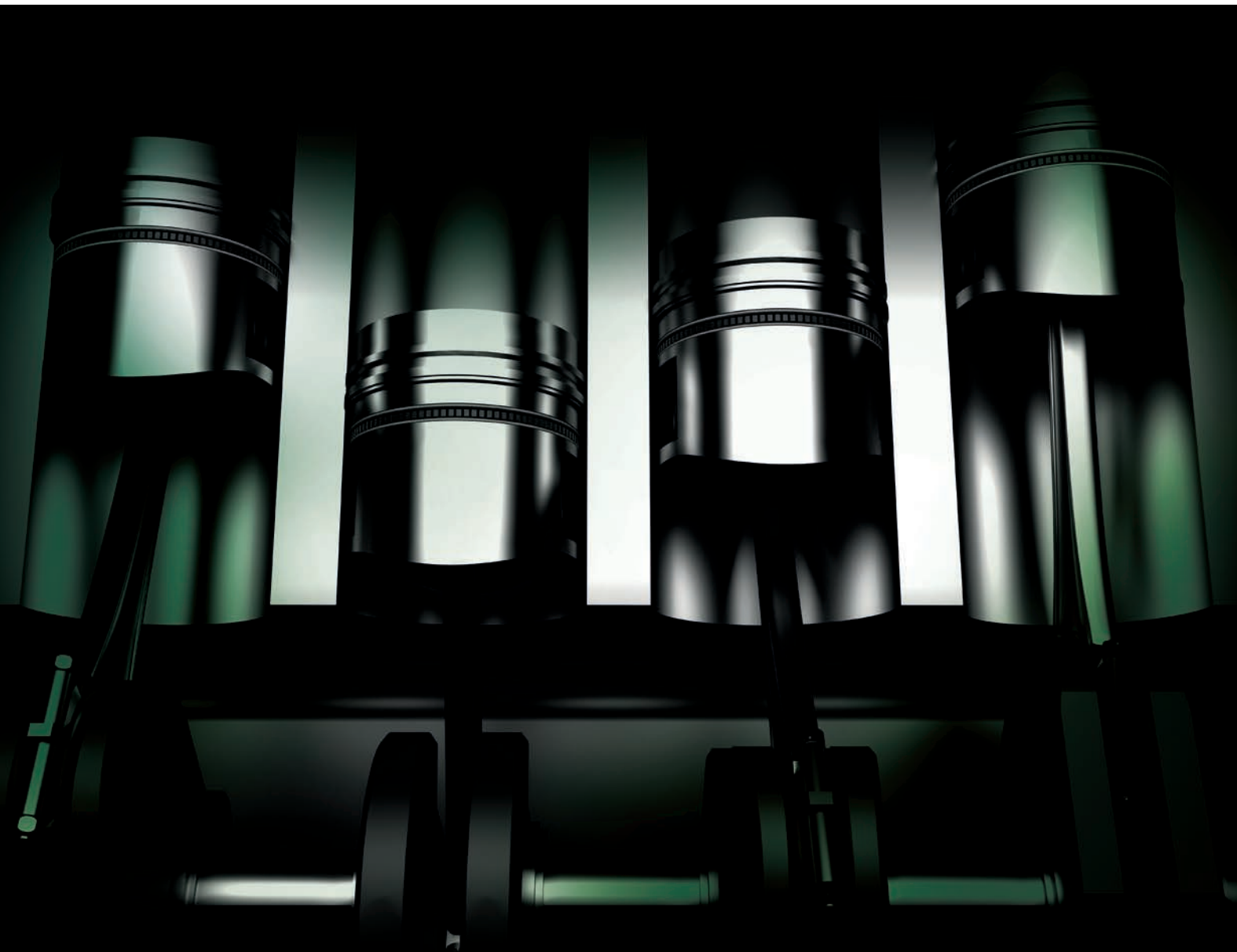
Die Basis: eine fundamentale Commerce-Plattform mit hochflexiblem, schlankem Frontend, das Teile, Services & Co. in allen denkbaren Dimensionen inszeniert.

Dynamisches Responsive-Frontend

Mobile, Tablet, Apps, Internet of Things

Erweiterte Such- und Filterfunktionen für Teilesortimente

Alle Customer-Touchpoints bedienen.



Ein leistungsstarker Kern sichert höchste Verlässlichkeit und Stabilität digitaler Geschäftsprozesse.

4

HIGH-PERFORMANCE

Enterprise-Technologiekern ist hohem Traffic gewachsen.

Eine der tragenden Säulen beim Aufbau plattformgestützter Commerce-Strategien ist der Faktor Performance. Merkmalsreiche Produktsortimente digital zu vermarkten, erzeugt ein hohes Datenaufkommen.

Im Kfz-Teile-Bereich sind Sortimente von 500.000 Artikeln und mehr keine Seltenheit. Zudem vervielfachen Artikelvarianten, Produktsets, Bilder, Textattribute und Tabellen mit unzähligen Fahrzeugkompatibilitäten das Volumen. Gleichzeitig gilt es, abrupten Auftragsspitzen standzuhalten. Zigtausend Aufträge pro Tag bspw. in Folge einer TV-Werbeaktion bringen eine hohe Last auf das System.

Die speziell für den automobilen Aftermarket entwickelte **Commerce-Plattform** bewährt sich besonders bei hohem Traffic. Die High-Performance-Plattform kombiniert einen starken Motor mit effizienter Leichtbauweise an der Oberfläche. Die Basis bilden verlässliche Java Enterprise-Technologie und Microservices.

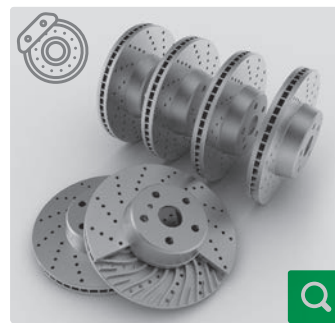
Somit lässt sich die Plattform flexibel je nach IT-Infrastruktur betreiben. Bis hin zur Virtualisierung in der Cloud. Ein solch stabiles Hochleistungssystem ermöglicht es, sich im dynamischen Wettbewerbsumfeld von Kfz-Teilen, Zubehör, Reifen und Services zu behaupten.

Garantiert sicher, stabil und performant

Basis: Java-Enterprise-Technologie

Höchste Ausfallsicherheit

5



TecAlliance
TecDoc Inside



DATENMANAGEMENT

Optimale Sichtbarkeit datengetriebener Kfz-Teilesortimente.

Die Suche nach neuen Bremsscheiben oder der Abgasanlage im Internet stellt Fahrzeugbesitzer oftmals vor eine Herausforderung. Für Händler ist es daher unerlässlich, gut auffindbare Angebote mit vollständigen Informationen zu erstellen. Gerade datengetriebene Kfz-Teilesortimente verlangen hier ein erstklassiges Produktdatenmanagement (PDM).

So ist es beim Teilehandel unerlässlich, die Fahrzeugkompatibilitäten eines Ersatzteils im Angebot auszuweisen. Damit führen Sie die Kunden gezielt durch Ihr Verkaufsangebot. Dies schafft Vertrauen und ein einzigartiges Einkaufs- und Serviceerlebnis. Auf Händlerseite gibt es gleichzeitig weniger Teilerückläufer zu verbuchen.

Die richtige Basis hierfür schafft eine robuste **Commerce-Plattform** mit PDM- oder auch PIM-Modul (Product Information Management). Attributreiche Teilesortimente mit komplexen Datenstrukturen werden damit optimal präsentiert.

Die Datenbasis wird automatisiert bspw. von Tecdoc abgerufen. Tecdoc gilt als führender Datenpool renommierter Teilehersteller. Auch Teilekataloge anderer Datenprovider (Fahrzeughersteller, Großhändler) können individuell angebunden werden. Somit reichern Sie digitale Teileangebote automatisiert mit essentiellen Produkt- und Fahrzeuginformationen an.

Das PDM-Modul bietet komfortable Veredelungsfunktionen für verkaufsstarke Angebote. Zusatzfunktionen wie bspw. eine Synonympflege verwandeln Produktbezeichnungen in endanwenderfreundliche Suchtexte. Damit Ihre Produkte bestmöglich gefunden werden.

PDM- bzw. PIM-Modul für zentralisierte Datenanreicherung

Performante Ausgabe von Fahrzeugkompatibilitäten

Anbindung bewährter Teilekataloge wie z. B. Tecdoc

6



PRODUKTKONFIGURATOR

Funktionsstark und formvollendet im Frontend verzahnen.

Spezielle Branchen erfordern besondere Lösungen. So geht es zum Beispiel beim Reifen-Online-Handel darum, die Komplexität von Komplettträgern abzubilden. Jenseits klassischer Bereifungsattribute wie Dimension, Speed-Index, Roll-Widerstand & Co. Hier hat man es mit vielschichtiger Zuordnungslogik und unzähligen Radkompositionen zu tun.

Um Komplettträger kundennah und effizient anzubieten, braucht es ein Konfiguratormodul für die Zuordnungssystematik „Reifen-Felge-Sensor-Fahrzeug“. Ein spezialisierter Komplettträgerkonfigurator organisiert die unzähligen Radkompositionen.

Am Markt etablierte Produktkonfiguratoren sind flexibel integrierbar. Ebenso können einzigartige Komponenten (Customization) individuell für Ihr Geschäft entwickelt werden.

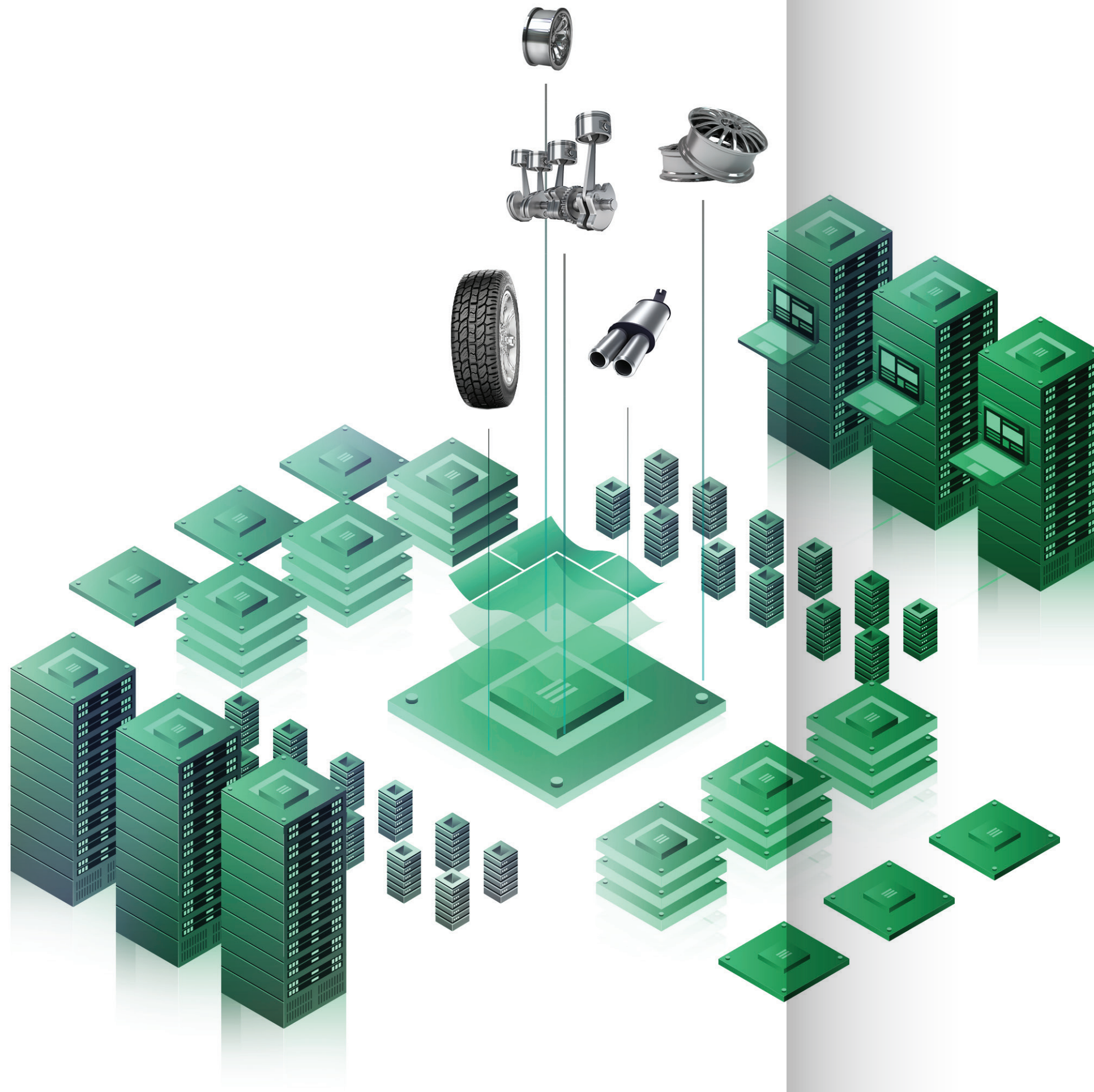
Durch die offene **Commerce-Plattform** greifen Produktkonfigurator und Frontend bestmöglich ineinander. Die Produktzusammenstellung (z. B. Komplettträger) fügt sich stilgerecht in das Shop-Gesamtbild ein. Von der Vielschichtigkeit und Komplexität ist im Frontend nichts mehr zu spüren.

Der Kunde wählt sein Fahrzeugmodell aus, dazu passend die gewünschte Felge plus Reifen. Der entsprechende Montagesatz für den Reifendrucksensor wird ermittelt. Bis zum Kauf sind es so nur wenige Klicks – für Kunde und Händler eine runde Sache.

Produktkonfigurator flexibel adaptierbar

Effiziente Modulintegration im individuellen Händlerdesign

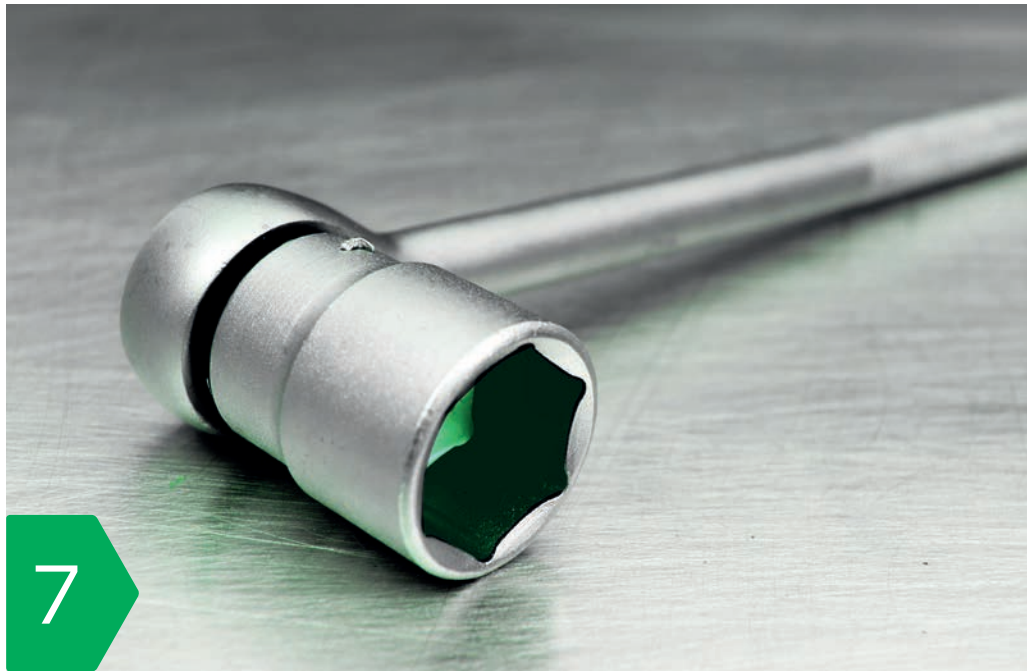
Beispiel: Komplettträgerkonfigurator



COMMERCE-PLATTFORM

Wer hat zukünftig den direkten Zugang zum Kunden?

Ob mit individuellem Online-Shop, Teile- und Werkstattportal oder virtuellem Marktplatz: Um Kunden im eigenen Plattform-Ökosystem zu halten und zum Wiederkommen zu bewegen, braucht es ein solides Fundament. Mit einem ausgefeilten Plattform-Ökosystem lässt sich detailliert auf die Anforderungen der Käufer im Automotive Aftersales-Market eingehen.



Den Kunden mit extra Services überzeugen.

INTEGRIERTE SERVICES

Entscheidender Vorsprung im Wettbewerb der Online-Shop-Landschaft.

In Zeiten von Konsolidierung und Verdrängungswettbewerb gewinnt das Thema Service und kundenorientierte Prozesse zunehmend an Bedeutung. Es gilt, einzigartige Angebotsbausteine zu kreieren, die den Kunden überzeugen und binden.

Essentiell dabei ist, dass der extra Service sich lückenlos in die Customer Journey einfügt. Um Zusatzkosten zu vermeiden, müssen angebotene Services mit der Prozessinfrastruktur Ihrer Unternehmenssoftware zusammenfließen.

Es gilt, einzigartige Serviceangebote effizient über eine integrierbare **Commerce-Plattform** abzubilden. Beispiel: Mit dem neuen Komplettträder-Satz soll auch der Radwechsel beim kundennahen Montagepartner angeboten werden.

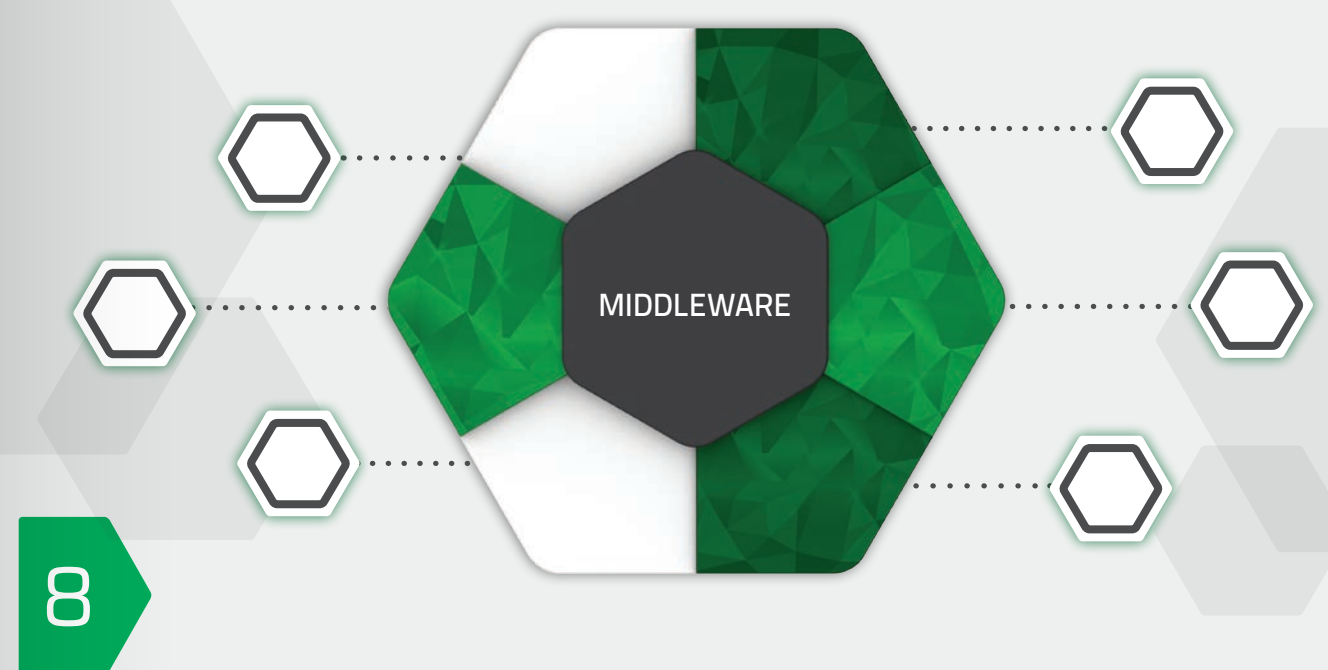
Sichere, prozessübergreifende Anbindung an die wichtigsten Unternehmenssysteme ist gefragt. Diese sollte so weit gehen, dass bei Bestellung des Radsatzes inkl. Montage die verfügbare Hebebühne in der Werkstatt mit terminiert wird.

Entscheidend ist also, dass die **Commerce-Plattform effizient mit der Unternehmenssoftware kommuniziert**. Sei es klassisch ein SAP oder das zentrale Dealer-Management-System im Autohaus. Auch mobile Applikationen wie bspw. eine Reifenberater-App eignen sich als zusätzlicher Service, der über die Plattform gesteuert werden kann.

Services kundennah und prozess-effizient anbieten

Durchgängige Integration von Servicebausteinen (z. B. Montageservices)

Mobile Service- und Beratungs-Apps



MARKTPLÄTZE ANBINDEN

Gesamtarchitektonischer Multi-Channel-Ansatz.

Ersatzteile- und Zubehörhändler aber auch Anbieter von Reifen und Komplettträdern erweitern ihren Verkaufsradius durch Marktplätze wie Ebay, Amazon, Check24 und Tyre24. Dort sind hohe Reichweite und Besuchersfrequenz garantiert. Kunden nutzen die Angebotsvielfalt dieser Online-Marktplätze zum Produktvergleich und letztlich zum Kauf.

Es ist eines der Erfolgsgesetze im digitalen Handel, dass Marktplätze als eigenständige Vertriebskanäle zu behandeln sind. Stattdessen werden diese oft aufwendig manuell über das Marktplatz-Backend oder über Schmalspur-Listing-Plugins aus dem Shop heraus bedient.

Eine fundamentale **Commerce-Plattform** mit starker Middleware als Rückgrat verfolgt hingegen den gesamtarchitektonischen Multi-Channel-Ansatz.

Artikel werden kanalisiert anhand der Darstellungsschablone des jeweiligen Marktplatzes inszeniert. Marktplatzkonforme Attribute verschlagworten Ihre Produkte optimal. Nur so landen die Angebote ganz oben in den Hitlisten und Suchergebnissen von eBay & Co.

Die Middleware bildet auch Sonderprozesse wie eBay Plus oder Amazon Prime zuverlässig ab. Dies zeigt sich letztlich auch positiv im Bewertungsprofil des Anbieters. Auch Auftrags- und Aftersales-Management erfolgen sauber nach Kanälen getrennt. Dank offener API reichen die Prozesse automatisiert bis in das ERP-System.

Reichweitengewinn durch Marktplätze

Tiefenintegration für Ebay, Amazon, Check24 und Tyre24

Zentrale Integrationsplattform mit ERP-Anbindung



Bewährte Funktionsmodule
zu einem leistungsfähigen Gesamtsystem vereinen.

9

DRITTKOMPONENTEN

Schlanke Integration bewährter Funktionsmodule.

Commerce-Strategien sind eng an die bestehende Systemlandschaft (ERP) zu koppeln. Weiterhin müssen sie stetig anhand aktueller Erkenntnisse aus Markt und Controlling optimiert werden. Für intelligente Suche, Analyse des Kundenverhaltens, Empfehlungsdienste & Co. braucht es zuverlässig erprobte Funktionsmodule. Um zügig auf hohem Level zu starten, empfehlen sich markt- oder branchenetablierte Best-in-Class-Lösungen.

Um B2C- und B2B-Commerce-Strategien auf bewährte Drittkomponenten stützen zu können, braucht es eine effiziente Integration innerhalb einer zentralen **Commerce-Plattform**.

Diese funktioniert nach dem Prinzip der Internationalen Raumstation ISS: Viele Nationen entwickeln unterschiedliche Funktionsmodule und letztendlich fügt sich alles zu einem leistungsfähigen Gesamtsystem.

Logisch zusammengehörige Funktionen werden in Softwaremodulen gekapselt. Diese sind nicht fest verdrahtet, sondern kommunizieren über standardisierte Schnittstellen. So bilden Warenwirtschaft, Middleware und Frontend keinen monolithischen Block mehr. Diese kommunizieren über intelligente Webservices. Ergänzt durch eine Plugin-Technologie entsteht so ein hochflexibles Commerce-Ökosystem.

Komponentenbasierte
Highend-Plattformarchitektur

Flexibel beim An- und Abdocken von
Drittssystemen

Shop-Add-on-Lösungen
effizient integrieren



10

PREISE & BESTÄNDE

Hochdynamisches Re-Pricing und interaktiver Bestandsabgleich.

Nichts unter den Stammdaten ist so hochdynamisch wie der Preis. Der nächstgünstigere Anbieter im Internet ist nur einen Klick weiter. Massiver Preiskampf bestimmt den Online-Handel. Re-Pricing-Software zählt zum unverzichtbaren Rüstzeug beim Verkaufen über Webshops und Marktplätze wie Amazon. Dynamisches Preismanagement bedeutet Preisänderungen in Echtzeit und das mehrmals täglich. Der Preis wird anhand ausgewählter Kriterien festgesetzt: Vergleich zum Wettbewerb, verfügbare Kapazitäten, Tageszeit.

Ähnlich dynamisch sind Bestände. Besonders bei Mehrkanalstrategien ist ein sauberes Warenbestandsmanagement unerlässlich. Es gilt, den Reiz der Warenknappheit auszuspielen. Gleichzeitig sind Überverkäufe zu verhindern. Bei logistischen Anforderungen wie Drop-Shipping vermischen sich Preis- und Bestandsdynamik zu vielen Preisvarianten. Der anzugebende Preis ist abhängig von Bestand und Lieferanten.

Die kraftvolle **Commerce-Plattform** mit starker **Middleware** als Rückhalt beherrscht regelbasierte **Automatismen für Preise und Bestände**.

Echtzeitkommunikation mit Preisabgleichsservern: Dadurch können Preise hochdynamisch angepasst werden. Interaktiver Bestandsabgleich: Konfigurierte Einstell- und Auffüllmengen sowie Mindestbestände steuern die Angebote über verschiedenste Kanäle hinweg. Vergriffene Artikel und dadurch verärgerte Kunden sind passé.

Verkaufskanalübergreifender
Bestandsabgleich

Pricing-Engine individuell konfigurierbar

Flexible Anbindung von
Preisabgleichsservern



11

MARKTPLATZFÄHIGKEIT

Breites Sortiment durch Mehr-Anbieter-Fähigkeit.

Ein echter Marktplatz hat viele Anbieter mit einem breiten Sortiment. Er bietet Herstellern, Großhandelskooperationen oder Filialnetzen die ideale Plattform für starke Partnerschaften. Über Geo-Lokation, Umkreissuche und Click & Collect finden Händler und Kunden auch regional in der Filiale zueinander. Ersatzteilverkauf und entsprechende Werkstatteleistungen werden mit besonderen Services wie Terminbuchung, Flottenmanagement, Leihwagenreservierung oder Reifeneinlagerung verknüpft.

Es gilt, die Individualität der Anbieter durch eigene Darstellung zu erhalten. Dafür präsentieren Händler ihr Unternehmen auf dem Marktplatz mit einer eigenen Landingpage. Ein repräsentatives Bild, informativer Text und die Sortimentsschwerpunkte stärken das Vertrauen in die Kompetenz. Filialdaten und Öffnungszeiten runden die Darstellung positiv ab.

Eine verlässliche **Commerce-Plattform** muss für spezielle Marktplatzmodelle und Shop-in-Shop-Konzepte mit mehreren beteiligten Verkäufern ausgelegt sein.

Nur so ist sie den anfallenden Anforderungen im Bereich **Angebotslisting, Auftragssteuerung oder Provisionsabrechnung** gewachsen. **Flexible Preiskalkulationen** machen sowohl **B2B-** als auch **B2C-Geschäftsmodelle** möglich.

Der starke Zusammenschluss von Anbietern sorgt für weniger Aufwand und Kosten beim einzelnen Verkäufer. Wenn der Aufbau eines solchen Geschäftsmodells angestrebt wird, sollte die eingesetzte Plattform in jedem Fall die beschriebene Marktplatzfähigkeit mitbringen. Sie bildet die Basis für eine zuverlässige Verkaufsabwicklung der verschiedenen Händler.

Relevanz durch größeres
Sortiment steigern

Individuelle Präsentation der Anbieter

Aufwand und Kosten unter
vielen Händlern aufteilen



KOMMUNIKATIONSZENTRALE

Schnelle Informationsübermittlung für optimalen Kundenservice.

Der Kunde hat sich längst an die ständige Verfügbarkeit und schnelle Übermittlung von Informationen über das Internet gewöhnt. Diese Eigenschaft erwartet er auch bei der Online-Bestellung von Kfz-Teilen und Reifen. Mit der zentralen Kommunikation zwischen Käufer und Anbieter steht und fällt der Erfolg einer Online-Plattform. Deshalb ist es notwendig, die Kommunikationsverwaltung als essentielle Basisfunktion von Anfang an in die Planung einer Online-Plattform einzubeziehen.

Das Ziel: hohe Kundenzufriedenheit durch schnelle Reaktionszeiten. Dies gelingt dann, wenn Transparenz in allen Transaktionen sowie automatisierte Nachrichtenübermittlung gewährleistet sind. Mitunter müssen für den Versand an externe E-Mail-Programme Käufer-E-Mail-Adressen verschlüsselt werden. Derartige Funktionen sollte eine intelligente Kommunikationszentrale bereits von Haus aus mitbringen.

Die **Commerce-Plattform** bietet eine leistungsstarke Kommunikationszentrale, wo Anfragen von Käufern und Verkäufern gesammelt auflaufen. Status-E-Mails

können automatisiert versendet, aber auch fallabhängig individuell vor dem Versenden bearbeitet werden. Flexible E-Mail-Accounts und Formular-Vorlagen erleichtern die tägliche Arbeit des Kundenservices.

Eine funktionsstarke Kommunikationszentrale zählt zu den wichtigsten Servicefunktionen einer Automotive-Commerce-Plattform. Je nach Servicekonzept und gewünschter Kunden-Interaktion können verschiedenste Kommunikationskanäle integriert werden. Denkbar sind bspw. Chat-Systeme, die das schnelle Erreichen von Service-Mitarbeitern ermöglichen.

Reibungslose Kommunikation zwischen allen Prozess-Beteiligten

Automatisches Nachrichtensystem

Verschlüsselung der Käufer-E-Mail-Adressen

Speed4Trade

Die **Speed4Trade GmbH** entwickelt Software für digitalen Handel. Das eCommerce-Softwarehaus ist darauf spezialisiert, Plattformen aufzubauen (z. B. Online-Shops, Marktplätze, Serviceportale) und mit vorhandenen IT-Systemen zu vernetzen. Speed4Trade begleitet primär Hersteller und Händler des Kfz-Teile- und Reifenmarktes dabei, digitale Geschäftsmodelle mit automatisierten Prozessen zu verwirklichen. Mit der Vision „Kundennähe durch digitale Lösungen“ verschafft Speed4Trade Anbietern effizient, sicher und kostenreduziert Zugang zu Kunden und Umsatz. Seit über 15 Jahren unterstützen die erfahrenen Softwarearchitekten ihre Kunden in allen Phasen ihrer Digitalisierungsprojekte, von Beratung an. Das international tätige, inhabergeführte Softwarehaus mit 100 Mitarbeitern ist im bayerischen Altenstadt an der Waldnaab ansässig.

Wir beraten Sie gern.

