



Praxisbericht
BusinessShop



SSI Schäfer Shop

Dem Digitalisierungsdruck der Kunden entspannt begegnen

SSI Schäfer Shop kommt ursprünglich aus dem klassischen Kataloggeschäft und veröffentlichte auch im Jahr 2016 zweimal seinen 1.500 Seiten dicken Hauptkatalog. Der Mittelständler setzt mit dem Ausbau seines Außendienstes verstärkt auf den persönlichen Kontakt „von Mensch zu Mensch“. Dabei ist er zugunsten eines nachhaltigen Wachstums auch schon mal bedächtiger unterwegs. Wie aber passt das zu seinem Leitmotto „Digital first!“?

„Wir haben unseren Baum vor über 40 Jahren gepflanzt.“ Wenn Geschäftsführer Andreas Reuter sein Unternehmen SSI Schäfer Shop erklärt, das 1975 gegründet wurde, dann klingt das sehr erdig, bodenständig. Er benutzt dabei gern Begriffe wie „Nachhaltigkeit“ oder „Tradition“ und betont die Verwurzelung mit dem Westerwald und die soziale

Verantwortung für seine 500 Mitarbeiter, um dann im nächsten Moment zu berichten, dass der Komplettausstatter für Büro, Lager, Betrieb und Werkstatt mittendrin steckt in der sogenannten digitalen Transformation.

Erst Wettbewerber,
dann Partner

Das Internet gehört bereits seit dem Jahr 1995 zum Vertriebsmix. Als Handelspartner begleitet Mercateo das digitale Geschäft der Westerwälder seit nunmehr 2007. Mit zwei digitalen Katalogen im offenen Mercateo Shop gestartet, wurde Mercateo anfangs als Wettbewerber betrachtet und war ein Online-Shop von vielen. Schnell erkannte man dann aber die Alternative zu gängigen E-Procurement-Systemen und damit den Mehrwert für die Kunden.

Andreas Reuter, Geschäftsführer der SSI Schäfer Shop GmbH, beim Mercateo Supplier Day im Mai 2016 in Leipzig

SSI Schäfer Shop

Unternehmen

Gründung
1975

Branche
Komplettausstatter für
Büro, Lager, Betrieb und
Werkstatt

Mitarbeiterzahl
500

Hauptsitz
Betzdorf, Rheinland-Pfalz
sowie in Österreich,
Schweiz, Benelux, Spanien,
Portugal und Polen aktiv

Website
www.schaefer-shop.de



SSI Schäfer Shop in Betzdorf, Rheinland-Pfalz



Andreas Reuter, Geschäftsführer SSI Schäfer Shop GmbH

Vom Multi- zum Omnichannel-Anbieter

Seit 2013 ist Schäfer Shop mit einer digitalen Agenda auf dem Weg vom Multi- zum Omnichannel-Anbieter. Perspektivisch soll nicht mehr nur über mehrere Vertriebswege parallel verkauft werden, sondern der Kunde wird in den Mittelpunkt gerückt und nach seinen Präferenzen bedient. Die verschiedenen Kanäle sind dabei aufeinander abgestimmt. Neben dem klassischen Katalog und dem persönlichen Kontakt über Call Center oder Außendienstmitarbeiter gewinnt das Online-Geschäft für Schäfer Shop weiter an Bedeutung. Mehr als 35 Prozent der Kunden platzieren ihre Bestellung dort. Dass auch Geschäftskunden nicht in einzelnen, isolierten Vertriebskanälen denken, wird bei der Veröffentlichung der Printkataloge deutlich: Sobald diese versandt sind, ist regelmäßig ein deutlicher Anstieg der E-Commerce-Verkäufe zu verzeichnen. Die Direktbestellungen über die andernorts als verstaubt belächelten gedruckten Kataloge sind rückläufig – als Impulsgeber für das Online-Geschäft bleiben sie jedoch essentiell und werden deshalb bei Schäfer Shop nicht abgeschafft, sondern weitestgehend individualisiert.

Dem Digitalisierungsdruck der Kunden gerecht werden

Wie aber kann SSI Schäfer Shop mit dieser Strategie dem steigenden Digitalisierungsdruck seiner Kunden gerecht werden? Die Rolle der Einkaufsabteilungen in den Unternehmen wandelt sich. Wo es früher vor allem darum ging, Einkaufspreise zu verhandeln, agiert der Einkauf zukünftig strategischer und nimmt ein breiteres Aufgabengebiet wahr. Vernetzung und Digitalisierung sind dafür Grundvoraussetzungen und werden von Geschäftspartnern gefordert. „Wenn Sie den Geschäftskunden fragen, was ihm wichtiger ist – der beste Preis oder eine schlanke Abwicklung – dann hören Sie in den meisten Fällen Letzteres“, erklärt Andreas Reuter. „Senkung der Prozesskosten, Standardisierung und Transparenz im Einkauf sind Themen für unsere Kunden.“ Auch deshalb entschied sich SSI Schäfer Shop Ende 2015 als einer der ersten Anbieter bei Mercateo für den BusinessShop. „Mit dieser Ergänzung unserer Vertriebsstrategie bieten wir unseren Kunden einen Mehrwert: Wir haben das Know-how, die Kundenbeziehung und die Logistik. Mercateo bietet die Plattform für die Transaktionen und den Zugang zu

B2B-Funktionalitäten. Das hilft uns in der Differenzierung am Markt, damit geht unser Außendienst raus“.

Vertriebsmannschaft mit im Boot

Natürlich gab es Bedenken in seiner Vertriebsmannschaft. „Dass die Provisionsregelung für jeden über diesen Weg von Schäfer Shop gewonnenen Kunden attraktiv sein muss, stand außer Frage“, erläutert Stefan Stinner, langjähriger Vertriebsleiter bei SSI Schäfer Shop. „Schnell war dann aber klar, dass uns der BusinessShop auch in unseren eigenen Zielen unterstützt: Produkte, Versand – das kann jeder. Aber den Kunden mit seiner Geschichte und seinen Bedürfnissen zu verstehen, zur richtigen Zeit die passende Karte zu ziehen und das Produkt dann in Kundennutzen zu übersetzen – dazu braucht es den persönlichen Kontakt. Und dafür gewinnen wir durch den BusinessShop mehr Freiraum.“ Die digitale Welt unterstützt in diesem Fall die analoge Beziehung; die Kunden profitieren vom Besten aus beiden Welten.

„Auf dem Weg zum Omni-Channel-Anbieter ist der BusinessShop ein Bestandteil unserer E-Commerce-Strategie: Wir können individuelle Kundenbeziehungen digital abbilden.“

Sebastian Händeler, Leiter E-Commerce SSI Schäfer Shop GmbH



„Mit dem BusinessShop können wir unseren Kunden den Zugang zu B2B-Funktionalitäten und einem großen Produktportfolio bieten.“

Stefan Stinner, Vertriebsleiter SSI Schäfer Shop GmbH

Reaktivierung für Kunden mit BusinessShop-Kampagne

Für den Beziehungsaufbau mussten sich die mehr als 30 Außendienstmitarbeiter in Deutschland gar nicht in die Kaltakquise begeben, denn großes Potenzial schlummert bereits in der Kundendatenbank des Unternehmens. Bei den mehr als eine Million Kunden gibt es Potenzial für Reaktivierung, da nicht alle regelmäßig wieder kaufen. „Das ist ein Schatz, den wir unbedingt heben wollen“, räumt Stinner ein. „Wir haben nach Geschäftskunden gesucht, die internet- und außendienstaffin waren und seit mehreren Jahren nicht mehr bestellt hatten“, beschreibt er die Datenauswahl. Möglich wird diese Segmentierung aufgrund eines detaillierten Scorings der Kunden über neuronale Netzwerkanalysen, das SSI Schäfer Shop mithilfe eines Dienstleisters kontinuierlich durchführt. „Letztendlich haben wir dann in einem E-Mailing 5.000 inaktiven Kunden unseren Service über unseren BusinessShop angeboten. Die Response-Raten der Kampagne lösten anfangs keine Begeisterungstürme aus, aber wir haben schnell Punkte zur Optimierung gefunden und stehen dazu

mit der Mannschaft bei Mercateo im regen Austausch. Das hat auf jeden Fall Potenzial“, ist Stinner überzeugt.

„Digitalen Wandel in die Köpfe der Mitarbeiter bringen“

Für Geschäftsführer Reuter ist Digitalisierung in seinem Unternehmen eine Veränderung, die Zeit braucht. Dabei sieht er die größere Herausforderung klar in der Umgestaltung der Unternehmenskultur und nicht in der technischen Umsetzung. „Wenn Sie aus dem klassischen Kataloggeschäft kommen, dann müssen Sie den digitalen Wandel und dessen zahlreiche Chancen erst einmal in die Köpfe der Leute transportieren und Ängste abbauen.“ Dies gelingt bei Schäfer Shop durch die Mitarbeiterbeteiligung in Projektteams zu wichtigen Kernthemen und mit Abgabe von Verantwortung an die Belegschaft. „Es macht keinen Sinn zu sagen: Von heute an sind wir digital, und dann sind wir digital, sondern wir müssen die Leute wirklich langsam heranzuführen“, so Reuter. Im Westerwald wachsen die Bäume nicht unbedingt schnell, dafür können sie aber richtig groß werden.

SSI Schäfer Shop GmbH

Die SSI Schäfer Shop GmbH ist ein mittelständisches Familienunternehmen mit rund 500 MitarbeiterInnen und Sitz in Betzdorf (Rheinland-Pfalz). In neun europäischen Ländern vertreten, zählt Schäfer Shop seit über 40 Jahren zu einem der bedeutendsten Komplettausstatter für Büro, Lager, Betrieb und Werkstatt in Europa. Als Multichannel-Anbieter bietet Schäfer Shop sowohl B2B- als auch B2C-Kunden ein Komplettsortiment aus rund 85.000 Artikeln. Eine kundenspezifische Beratung gewährleistet Schäfer Shop sowohl durch seine Telefonberatung als auch über seinen bundesweit aktiven Außendienst und den individuellen Premium-Service.



Ansprechpartner

Stefan Stinner
Vertriebsleiter
T +49 2741 286 3614
stefan.stinner@schaefer-shop.de

Mercateo Unite BusinessShop

Der BusinessShop auf Mercateo Unite stellt für Hersteller und Händler eine zuverlässige Lösung dar, mit der sie ihre Sortimente digital bereitstellen und verwalten können. Der direkte Kundenkontakt zwischen Anbieter und Einkäufer bleibt weiterhin bestehen und kann beispielsweise durch die Vergabe von kundenindividuellen oder zielgruppenspezifischen Preisen ausgebaut werden.

Vorteile:

- ✓ Eigener Online-Shop mit Startseite, Kategorien und Artikelbeschreibungen
- ✓ Minimaler Konfigurationsaufwand
- ✓ Geringe Anbindungskosten
- ✓ Digitale Bestellübermittlung
- ✓ Zuverlässige Hostinglösung

Mercateo Unite
Sie haben Fragen?



Christian Möller
T +49 341 35 58 69 99
verkaufen@unite.eu

www.unite.eu

Unite.eu ist Europas anbieterneutrale B2B-Vernetzungsplattform aus dem Haus Mercateo.

Einkäufer, Händler, Hersteller und Dienstleister nutzen diese Infrastruktur für gemeinsame Kooperationen und digitale Transaktionen, unabhängig von ihrem bisherigen Digitalisierungsgrad. Hersteller und Händler lösen den Kanalkonflikt im mehrstufigen B2B-Vertrieb durch neue digitale Kooperationsmodelle und entsprechen so den Erwartungen der Kunden an moderne Einkaufsprozesse und Service. Neben der Vernetzungsplattform Unite.eu, die sich neutral zwischen Anbietern und Einkäufern im B2B-Bereich positioniert, betreibt Mercateo seit dem Jahr 2000 den größten B2B-Marktplatz Europas.