

Das Digitale begrüßen, aber persönlich bleiben: Würth meistert die Digitalisierung

Über Würth

Würth ist B2B-Marktführer im internationalen Handel mit Montage- und Befestigungsmaterial und vertreibt diese mit mehr als 35.000 Außendienstmitarbeitern und einer modernen B2B-Handelsplattform in mehr als achtzig Ländern weltweit. Das traditionelle Familienunternehmen hat sich zu einer Organisation entwickelt, bei der der Kunde im Mittelpunkt aller Innovationen steht.

www.wuerth.de

Ein intelligenter Ausgabeautomat für Handwerkzeuge, Lagersysteme, die selbst scannen oder sogar unbemannte Geschäfte: Mit ausgeklügelten digitalen Lösungen vereinfacht Würth den Einkaufsprozess von 3 Millionen Kunden weltweit. Dennoch setzt das Management weiterhin auf die Grundlage ihres Erfolgs: den persönlichen Kundenkontakt über den Außendienst.

Aus der breiten Produktpalette werden zahlreiche Betriebe in der Fertigungs-, Transport- und Automobilindustrie beliefert: Schrauben, Anker, Dübel, Maschinen, Chemikalien, Werkstätten- und Schutzausrüstungen. Das Angebot ist vielfältig, aber die Stärke von Würth liegt in der Prozessoptimierung. Die Schraubverbindung selbst zwischen A und B ist nicht teuer. Aber die Prozesskosten sind umso höher: „Du willst Dir keine Sorgen um solche C-Teile machen, sie werden erst dann wichtig, wenn sie nicht da sind. Denn dann wird es wirklich teuer.“ Das erklärt Gerard Scheffel, Leiter E-Commerce bei Würth Niederlande B.V.

Mehr als nur ein Web-Shop

Diese eine Schraube kann man eigentlich überall kaufen, aber vor allem will Würth die schwierige Balance zwischen Einkauf und Lagerhaltung erleichtern: „Wir können uns kaum mit den spezifischen Artikeln differenzieren, aber wir können es unter anderem mit unseren digitalen Lösungen“, sagt Scheffel. „Für uns ist E-Business mehr als nur der Web-Shop.“

Bei Würth Niederlande sind Ideen Realität geworden, wie ein Ausgabeautomat voller Werkzeuge beweist. Durch die Integration mit dem Web-Shop und der dedizierten App haben die Mitarbeiter die notwendigen Werkzeuge sofort zur Hand. Und das ist noch nicht alles: Ein intelligentes Regal, das mit einem eingebauten Scan-Streifen erkennt, ob das benötigte Produkt vorrätig ist oder nicht. Alternativ gibt es die Smart Toolbox mit individuellem Einlegebereich, die auch selbstständig scannen kann, ob der Inhalt vollständig ist. Für Kunden, die es weniger ausgefallen haben wollen: Mit der App oder einem Handscanner können sie ebenso einfach Lagerbestände und Bestellungen vor Ort verwalten.

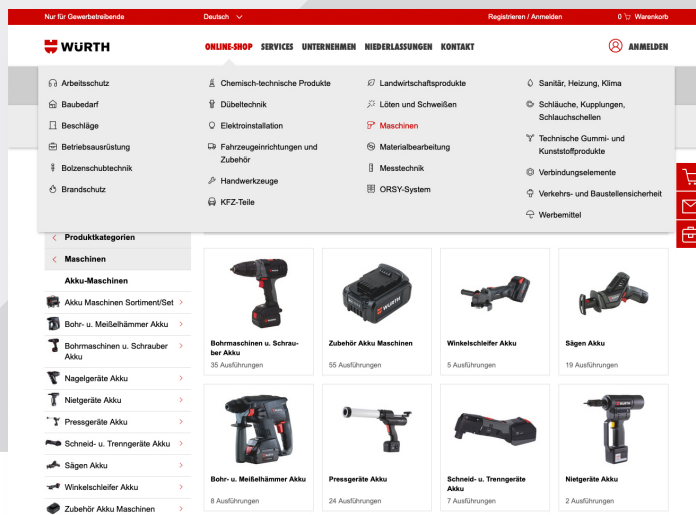
Der persönliche Kundenkontakt hat den höchsten Stellenwert

Es ist wahr, dass der Web-Shop nach wie vor die größte Umsatzquelle unter den digitalen Lösungen ist, mit Abstand gefolgt von der App. Aber online und offline wurde 2018 weltweit ein Gesamtumsatz von 13,6 Milliarden Euro erwirtschaftet. Der Verkauf in der Filiale oder durch einen Außendienstmitarbeiter bleibt jedoch für die Unternehmensstrategie von Würth von entscheidender Bedeutung.

So hat jeder Kunde einen eigenen Vertriebsmitarbeiter, der regelmäßig zu Beratungen, für Ratschläge oder Bestandsaufnahmen kommt. In einer Zeit beispielloser

„Für uns ist E-Business mehr als nur der Web-Shop.“

GERARD SCHEFFEL, LEITER E-COMMERCE BEI WÜRTH



Digitalisierung und Automatisierung, insbesondere im industriellen Bereich, bleibt die persönliche Kundenbindung die wichtigste Basis für Würth: „Auf diese Weise erreichen wir, dass die Verkäufe aus der Anonymität geholt werden und das Überleben des Unternehmens sichergestellt wird. Der Vertreter ist nicht nur für den Verkauf von Artikeln da, sondern auch für die Beratung und Kundenbindung“, sagt Scheffel.

Kunden, die im Web-Shop navigieren, können sich nicht nur an ihren Vertriebsmitarbeiter wenden, ohne den Kanal zu wechseln, sondern auch ihre kundenspezifischen Preiskonditionen basierend auf ihrem Einkaufsvolumen und Segment einsehen. „Die absolute Herausforderung ist es, diesen Preis an jedem Kundenkontaktpunkt bereit zu stellen, egal ob Sie sich im Geschäft befinden, mit Ihrem Vertreter durch das Lager laufen oder während Sie eine Bestellung in der App aufgeben.“

Auffallend ist, dass die durchschnittliche Bestellmenge online fast gleich hoch ist wie über einen Vertriebsmitarbeiter vor Ort. Es zeigt sich auch, dass die Kunden schneller wiederkommen, wenn sie eine Kombination aus Online- und Offline-Kontaktstellen haben.

Großes Sortiment, große Konkurrenz

Wiederkehrende Kunden bieten zwar Stabilität, aber das Tagesgeschäft ist mehr als das. Kunden werden übernommen, gehen ins Insolvenzverfahren oder wechseln

ihren Lieferanten. Aufgrund des breiten Lösungs- und Produktangebots gibt es keinen direkten Wettbewerb. Stattdessen stehen mehrere Wettbewerber aus verschiedenen Branchen auf dem Plan: aus der Automobilindustrie, dem Transportbereich oder der Chemie, vor allem aber der lokale Fachhandel, der die größten Auswirkungen auf jeden Kunden haben kann.

Scheffel: „Wenn ein Unternehmen eine Bohrmaschine bestellt, funktioniert in 90 Prozent der Fälle die bisherige nicht mehr. Wir brauchen viele Artikel auf Lager, um am nächsten Tag liefern zu können - oder besser noch schneller. Unser Wettbewerber kann ein lokales Fachgeschäft sein, daher muss unser Kundenvertreter derjenige sein, an den sich der Kunde zuerst wendet und bei dem er eine persönliche, auf seine Bedürfnisse zugeschnittene Beratung erhält.“

Würth plant, sein Geschäft in Zukunft durch den verstärkten Einsatz von Big Data auszubauen. Anhand von IP- oder Geotracking können potenzielle Kunden erkannt und individuell angesprochen werden. Die Omni-Channel-Strategie steht weiterhin im Mittelpunkt aller Aktivitäten. Die zugrunde liegende Handelsplattform von Intershop ist bereit, sich mit zukünftigen Anwendungen zu verbinden und die Nutzung bestehender Systeme zu erweitern, um das Wachstum von Würth weiter zu unterstützen.

Intershop ist der führende unabhängige Anbieter innovativer und umfassender Lösungen für den Omni-Channel-Commerce. Intershop-Lösungen entfesseln Ihr Business mit inspirierenden Optionen, einer unvergleichlichen Technologie und der Erfahrung aus 20 Jahren E-Commerce. Intershop ist Ihr Partner, wenn es darum geht, Komplexes zu vereinfachen und in Zeiten des massiven Wandels innovative Konzepte für Ihr Online-Business zukunftssicher zu realisieren.

Weitere Informationen über Intershop erhalten Sie im Internet unter www.intershop.de

Intershop®

Intershop Communications AG

Intershop Tower
07740 Jena, Germany
Telefon: +49 3641 50-0
Telefax: +49 3641 50-1111
www.intershop.de
info@intershop.de