

Arvato Systems

Hybris Commerce:
Erfahrung aus internationalen
Projekten – Prozesse statt
Features



Arvato Systems: Daten & Fakten

UMSATZ

€ 418 M

MITARBEITER

> 3.000

STANDORTE

> 25



Weitere Standorte in Deutschland:

z. B. Baden-Baden, Berlin, Bielefeld, Bremen, Dortmund, Düsseldorf, Hamburg, Köln, Leipzig, München, Ratingen, Rostock, Walldorf

Unsere Leistungen

CONSULTING

- Business Consulting
- Management Consulting
- Technology- und Process Consulting

SYSTEMS INTEGRATION

- Digitale Transformationslösungen
- Lösungen mit klarem Branchenfokus
- Cloud, Big Data, Mobile Solutions
- ERP, BW, WCMS, CRM, Finance etc.
- Technologie-Expertise/Partner: SAP, Microsoft, Adobe, hybris

INFRASTRUCTURE SERVICES

- Infrastrukturberatung & -planung
- Application Management
- Managed Services
- Hosting
- Service Desk

Unser Branchenfokus



COMMERCE



HEALTHCARE



MANUFACTURING



MEDIA &
ENTERTAINMENT

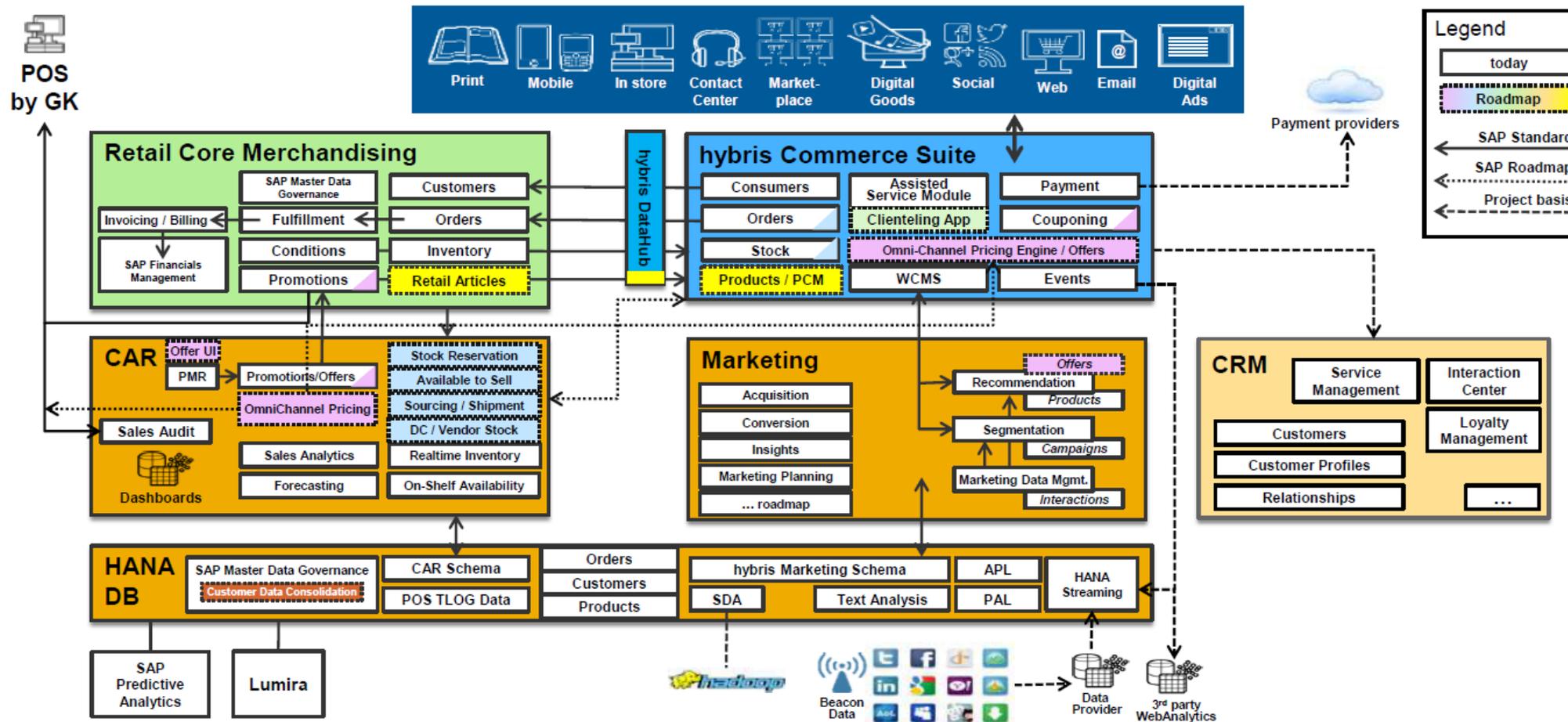


PUBLIC

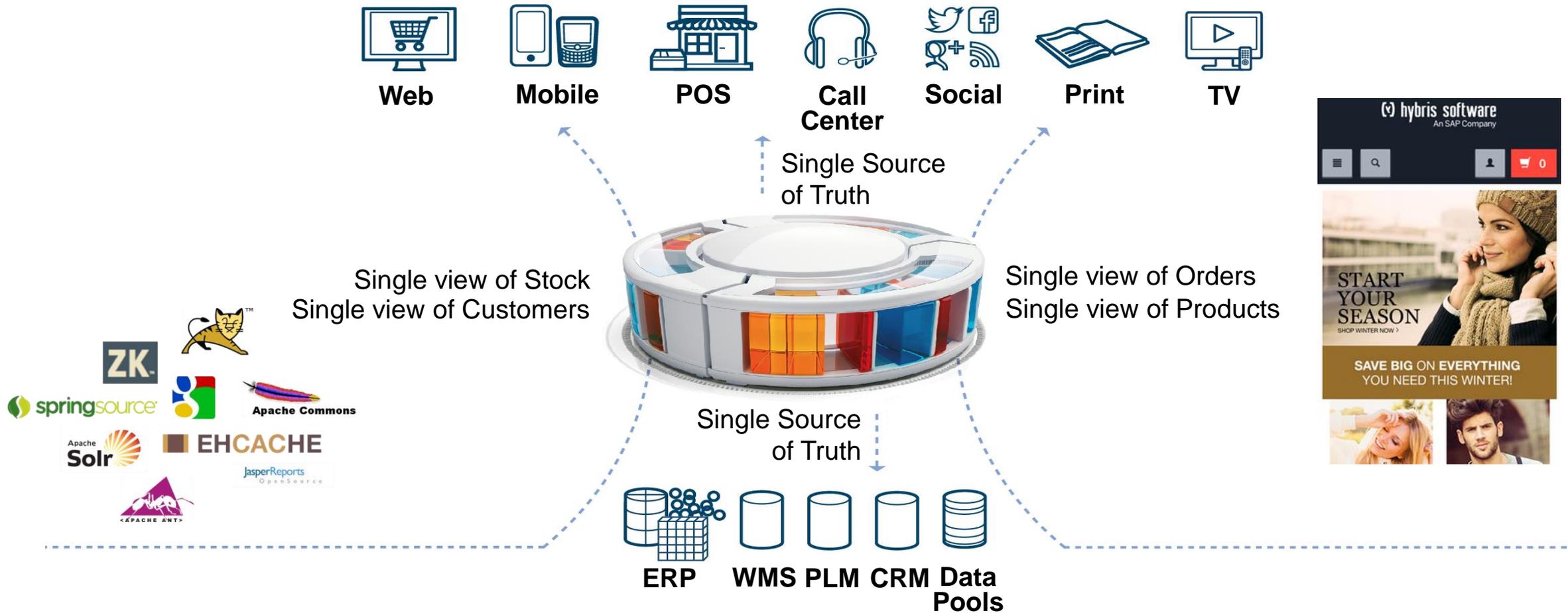


UTILITIES

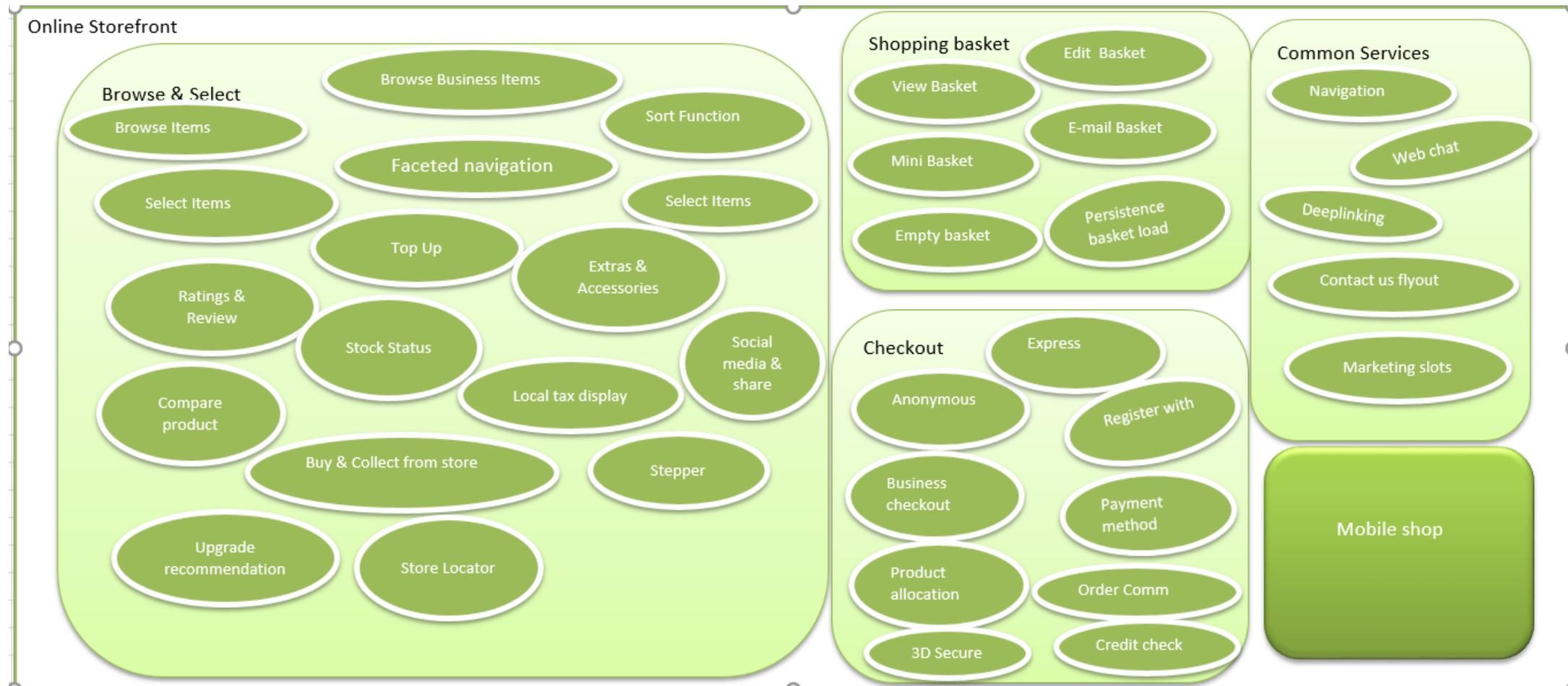
SAP Hybris Commerce Suite als Teil der SAP Retail Referenzarchitektur



SAP Hybris Commerce Lösung



Beispiel für ein feature-basiertes Projekt (52 Feature-Kategorien)



Beispiel für ein Feature basiertes Projekt – Auflistung von Einzelfunktionen ohne Prozesszusammenhang (ca. 500 Features)

Requirement reference number	Title	Description	Additional Details	Requirement as stated by Local Market
"R5006:eShop_Core - Consumer Browse/ Select Standard Offering"	eShop_Core - Browse items_user views pay monthly plans	As a user I want to view available plans on plan listing so that I can make informed purchase decision	Customer Journey Reference: Section 4.2.2 Customer Journey Reference: Section 4.2.7	<p>This use case allows the Online Visitor to view more information about a selected offering (e.g. phone, plan, accessory) prior to purchasing.</p> <p>The Online Shop displays the offering including product image, description, pricing, product features, included plan (if applicable) etc.</p> <p>The product offering detail page contains links that allow the Online Visitor to view:</p> <ul style="list-style-type: none"> - More detailed product images, colour schemes, 3D spins, etc. - Base plan charge (i.e. tariff) - Deposit - Base plan contract terms - Base plan entitlements (e.g. Call rates, included add-ons, etc.) - Optional add-ons and associate charges applicable - Total Plan Charge - Other Charges outside entitlement (for voice, txt, data, etc.) - Ongoing monthly charges - Cost 'today' charges - User guides (PDF Versions) <p>Goal - The Online Visitor must be able view the offering details</p> <p>For more details of this Use Case, please refer to the attached document.</p>
"R5006:eShop_Core - Consumer Browse/ Select Standard Offering"	eShop_Core - Browse items_user views text, data allowance, minutes with pay monthly plan	As a user I want to know how much minutes, text, data allowance I get with the plan I am viewing so that I can make informed choice of plan for my needs	Customer Journey Reference: Section 4.2.2 Customer Journey Reference: Section 4.2.7	<p>This use case allows the Online Visitor to view more information about a selected offering (e.g. phone, plan, accessory) prior to purchasing.</p> <p>The Online Shop displays the offering including product image, description, pricing, product features, included plan (if applicable) etc.</p> <p>The product offering detail page contains links that allow the Online Visitor to view:</p> <ul style="list-style-type: none"> - More detailed product images, colour schemes, 3D spins, etc. - Base plan charge (i.e. tariff) - Deposit - Base plan contract terms - Base plan entitlements (e.g. Call rates, included add-ons, etc.) - Optional add-ons and associate charges applicable - Total Plan Charge - Other Charges outside entitlement (for voice, txt, data, etc.) - Ongoing monthly charges

Beispiel für ein feature-basiertes Projekt

HABEN UNS HIER GEGEN EINE IMPLEMENTIERUNG ENTSCHIEDEN!

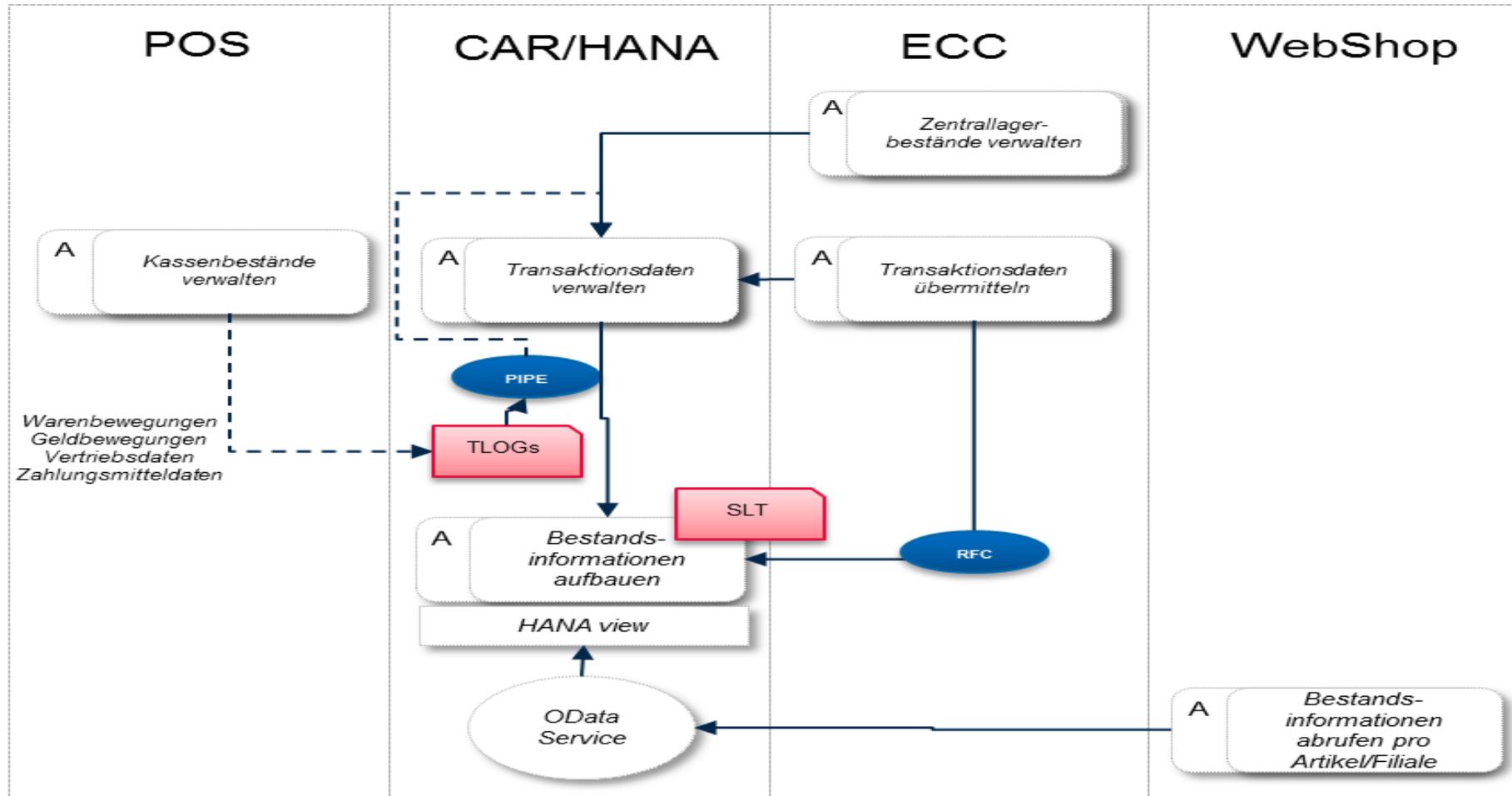
WARUM?

- Konsistenzprüfung, ob Zielsystem so funktionieren kann, nicht möglich
- Einarbeitung in „soll“ Prozesse für Team zu aufwendig (Setup und Change)
- Abnahme-Kriterien unklar

RESÜMEE:

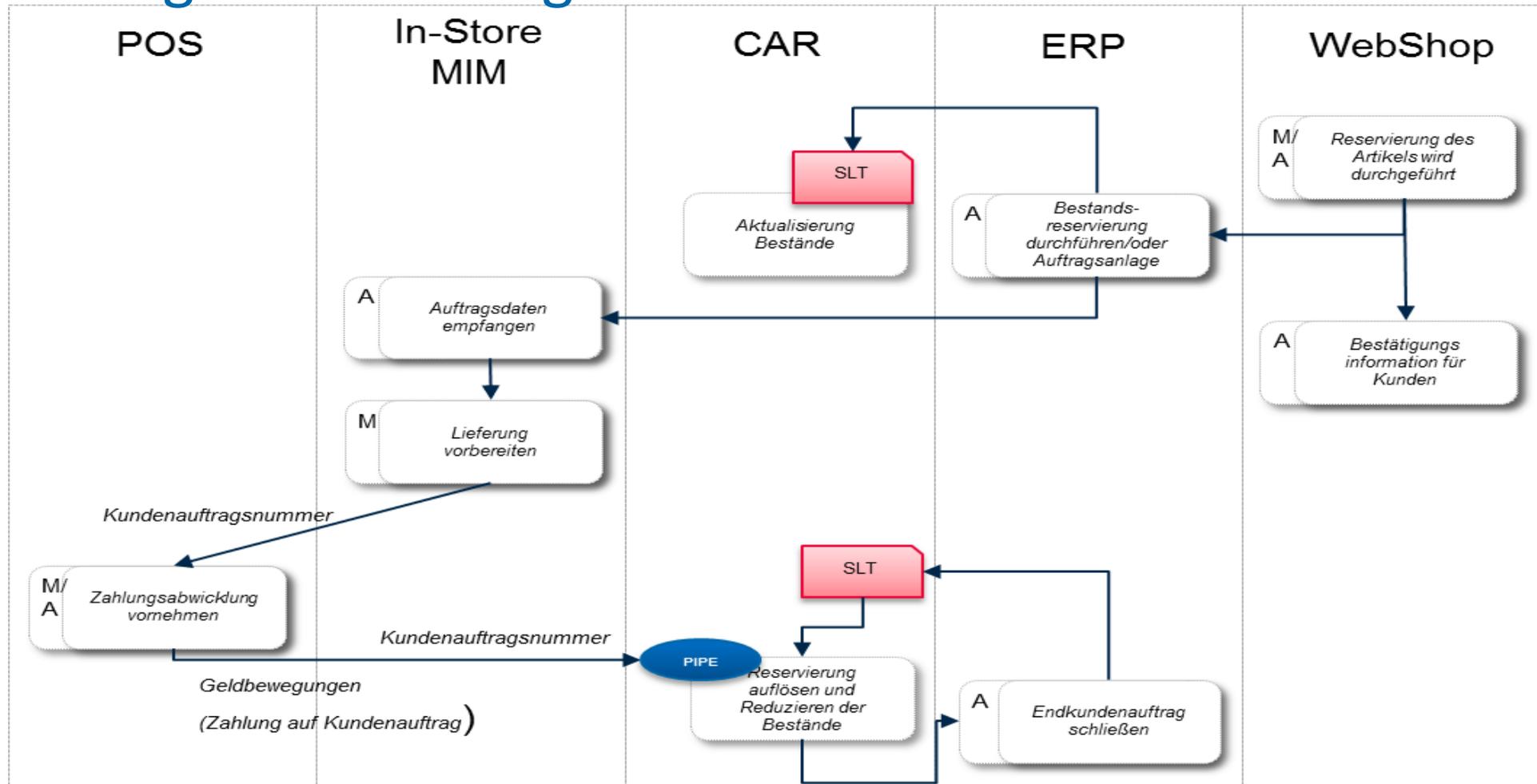
- Projekte auf Basis solcher Spezifikation können nur nach T&M angeboten werden
- Portierung auf andere Landes-Gesellschaften nur mit erheblichen Aufwand möglich
- Man verliert den Business Scope und Fokus bei der Abarbeitung von Feature-Listen (Kosten/Nutzen Analyse)

Beispiel für ein Prozessdesign – Showcase SAP Hybris/CAR Bestanddatenführung

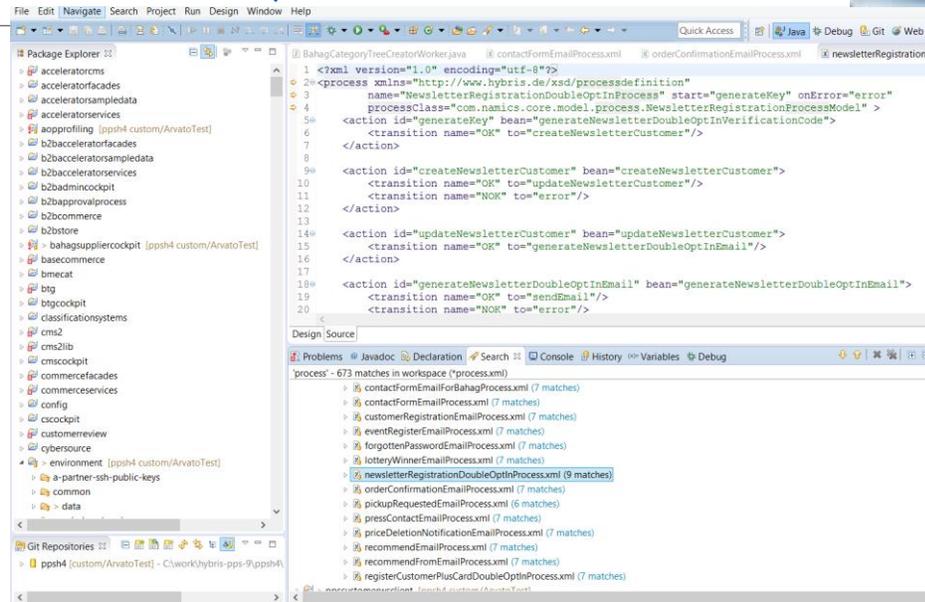
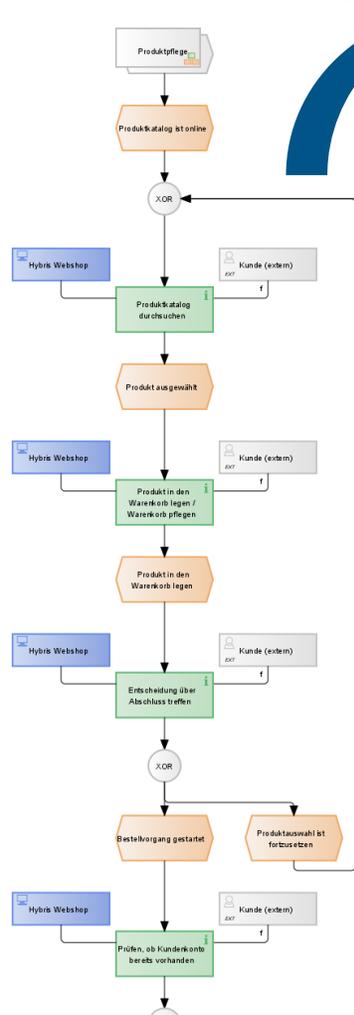


Beispiel für ein Prozessdesign – Showcase SAP Hybris/CAR

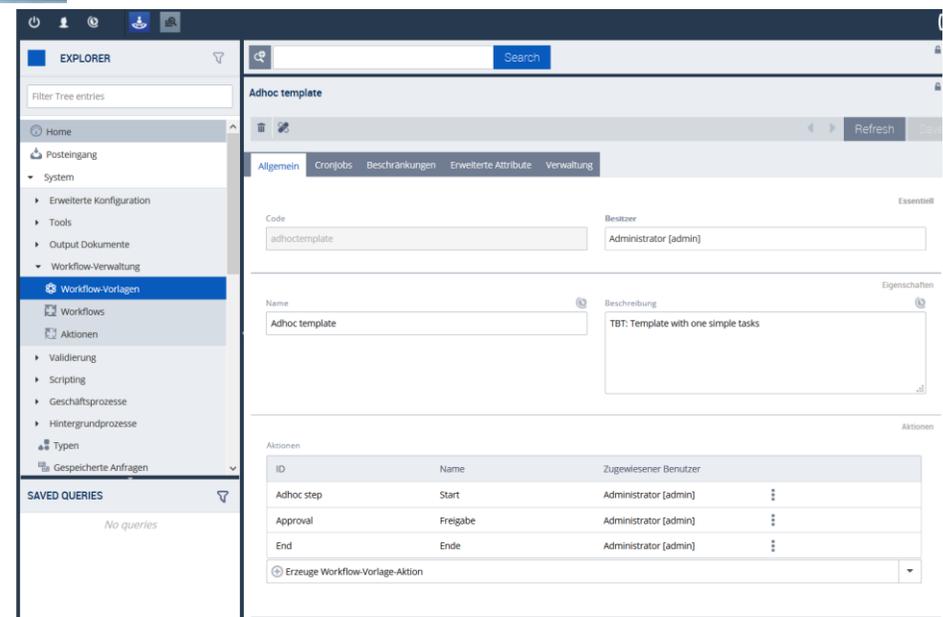
R&A Auftragsverarbeitung



Prozessdesigns direkt in hybris Workflows überführen



EDI Tool für Hybris (eclipse)



Hybris Backoffice & Platform

Fokus auf den Business Prozess

- Features kommen am Ende der Spezifikationsarbeit, sind nicht der Startpunkt eines Designs
- Kosten/Nutzen Analysen können schneller gefahren werden (jeder Change ist machbar im SAP Hybris Umfeld! – nicht jeder ergibt einen Mehrwert)
- SAP Hybris Templates liefern vordefinierte Prozesse mit aus
- Tools sind nur Mittel zum Zweck (Business Process Designer Tools – von Aris über SAP-Solution Manager bis BIC-Design), wichtig ist nur das Zielorganisation diese Werkzeuge beherrscht!
- Optimaler weise können die Process Design Tools direkt in den SAP Hybris Customizing Zyklen integriert werden
 - XML Modelle übernehmen
 - Prozessmodelle versionieren und archivieren
 - Prozessmodelle ausführen in der SAP Hybris Plattform

Referenz Elektro-Material AG

Realisierung eines Online-Shops

Ausgangssituation

Seit 15 Jahren ist die Elektro-Material AG erfolgreich als Pionier im Online B2B Geschäfts tätig. Die frühe und weitsichtige Entscheidung für den Onlinekanal hat sich für das Unternehmen ausgezahlt:

- Rund 50 % des Umsatzes werden heute darüber erwirtschaftet. Trotz der starken Marktstellung im umkämpften Elektrotechnikmarkt kann sich das Unternehmen nicht auf seinem bisherigen Erfolg ausruhen.
- Die Anforderungen der Kunden ändern sich ständig. Geschäftskunden sind auch außerdienstlich viel im Netz unterwegs und übertragen die Erfahrungen des privaten Einkaufs auf die geschäftliche Einkaufssituation.
- So wünschen sich auch Geschäftskunden ein umfassendes, personalisiertes Einkaufserlebnis auf allen Kanälen – ob auf dem Desktop, mobil mit dem Smartphone oder im Kontakt mit Vertriebs- und Servicepersonal. Daher hat die Elektro-Material AG sich entschieden, mit einem Product Information Management und einem neuen Online Shop den Kundenbedürfnissen noch besser gerecht zu werden.



» Unsere B2B-Kunden erwarten viel von uns. Konsistente Produkt- und Stammdaten über alle Kanäle hinweg sind für uns daher unverzichtbar.“



www.elektro-material.ch

Referenz Elektro-Material AG

Realisierung eines neuen Online-Shops

Lösung

Mit der E-Commerce-Lösung von Arvato Systems auf Basis des Hybris B2B-Accelerators und des Master Data Management-Systems wurde eine leistungsstarke und flexible B2B Multichannel-Lösung geplant und implementiert. Das Hybris Print Modul ergänzt die Lösung ideal für die Katalogerstellung.

*Gestartet über Feature-Listen des Alt Commerce Systems ->
Abgeschlossen und Go Live mit Prozess Beschreibungen (erstellt mit Office Produkten und Wiki)*

Kundenvorteil

- Produktdaten der 250.000 Artikel werden auf allen Kanälen konsistent gehalten
- Neues produktives und zeitgemäßes Einkaufserlebnis für B2B-Kunden
- Sämtliche Inhalte wie Texte, Bilder und digitale Objekte werden in einem zentralen System verwaltet
- Reduzierung des Verwaltungsaufwands, Kostensenkung für den Vertrieb
- Verkürzung aller Überprüfungszyklen
- Weiterentwicklungsmöglichkeiten der Hybris-Plattform auf Basis bestehender Prozessdokumente



» Unsere B2B-Kunden erwarten viel von uns. Konsistente Produkt- und Stammdaten über alle Kanäle hinweg sind für uns daher unverzichtbar.“

EM

www.elektro-material.ch

Ihr Kontakt

Arvato Systems

Steffen Groba

Business Development Director

An der Autobahn 200

33333 Gütersloh

steffen.groba@bertelsmann.de

Phone: +49 5241 80 40 689

IT.arvato.com

