

multichannel

„Alle Schnittstellen abgestimmt“

Ariston Informatik und Shooks über die Verzahnung von Warenwirtschaft und Online-Shop

Der Warenwirtschaftsspezialist Ariston Informatik aus Neuss und die Internetprofis von Shooks, Karlsruhe, gehen davon aus, dass das Internet trotz verschärften Wettbewerbs noch ein großes Potenzial für den Modehandel bietet – aber nur dann, wenn der Unternehmer sich konsequent auf seine Stärken, wie die Warenkompetenz, konzentrieren kann. Die beiden Partnerfirmen haben in den letzten zwei Jahren gemeinsam mehr als 20 Internetshops erfolgreich am Markt platziert. Laut Jörg Dufner, Vertriebsleiter bei Ariston Informatik, muss beim Einstieg in das Internetgeschäft zunächst das Warenwirtschaftssystem mit dem Internetshop und anschließend mit einem Versandprogramm verknüpft werden. In dieser Phase stoßen viele Händler auf unerwartete Hürden, so dass mehr Aufwand erforderlich ist, als ursprünglich eingeplant war.

Genau an diesem Punkt setzen die beiden Unternehmen an: „Wir haben bereits durch die vielen gemeinsamen Projekte alle Schnittstellen perfekt aufeinander abgestimmt“, berichtet Shooks-Geschäftsführer Alexander Korn auf der E-Commerce-Veranstaltung des BTE im November in Köln. „Dies ermöglicht es uns, dass wir uns gemeinsam mit dem Händler ausschließlich auf die Kernaufgaben konzentrieren können: ein intuitives, zielgruppenorientiertes Shop-Design, reibungslose schlanke Ablaufprozesse und ein bezahlbarer Werbeetat.“



Antreiber im Online-Markt: A. Hock (l.) und A. Korn (r.) von Shooks sowie J. Dufner (Mitte), Ariston Informatik.

Sämtliche für den Onlineshop gewünschten Daten werden im Warenwirtschaftssystem 'HIS:WIN' von Ariston Informatik gepflegt. Dazu gehören ein vollautomatisierter Bestandsabgleich, bis zu zehn Bilder je Artikel sowie die gewünschten Kategorien, in denen der Artikel im Online-Shop erscheinen soll – inklusive Cross-Selling, wie zum Beispiel die automatische Empfehlung weiterer Artikel. All diese Daten liefert das System an die Online-Shops von Shooks.

Neben der engen Verzahnung von Warenwirtschaft und Online-Shop gelten Versand und Logistik als weiterer wichtiger Erfolgsbaustein. Bei der Lösung von Ariston Informatik und Shooks werden die Verkaufsdaten aus dem Internetshop in das Versandpro-



Im Online-Handel steckt noch reichlich Potenzial, sagen die Experten von Ariston Informatik und Shooks.

gramm der Warenwirtschaft importiert. „Alle weiteren Prozesse erfolgen automatisch: Rechnung, Rücksendeschein und Paketaufkleber werden gedruckt. Der Verkauf wird im Warenwirtschaftssystem gebucht, die Finanzbuchhaltung wird informiert, und der Kunde erhält eine E-Mail mit Versandinformationen“, erklärt Dufner.

Die Spezialisierung auf den Modehandel ermöglichte es, genau auf die Wünsche des Händlers und seiner Kunden einzugehen. „Dies wurde jüngst durch eine Umfrage von Digital Medien Design bestätigt. Dabei gelangte einer unserer Kunden auf Platz drei der besten Online-Shops in Deutschland.“

Alle Shops der Shooks-Kunden werden zusätzlich in einem gemeinsamen Verkaufsportal unter www.shooks.de zusammengeführt. Klickt ein Kunde auf dieser Plattform ein Produkt an, so wird er von dort auf die Homepage eines der beteiligten Unternehmen geleitet, das diese Schuhe verfügbar hat. Shooks.de bietet mit diesem Konzept eines der größten Online-Schuhsortimente Deutschlands und wurde in derselben Befragung zum besten Online-Shop Deutschlands gewählt, so Alexander Hock, Geschäftsführer bei Shooks und verantwortlich für die Entwicklung. Beide Firmen haben zudem mittlerweile eine schlanke Anbindung an die Verkaufsplattform Amazon geschaffen, die alle erforderlichen Geschäftsprozesse abbildet. BR