



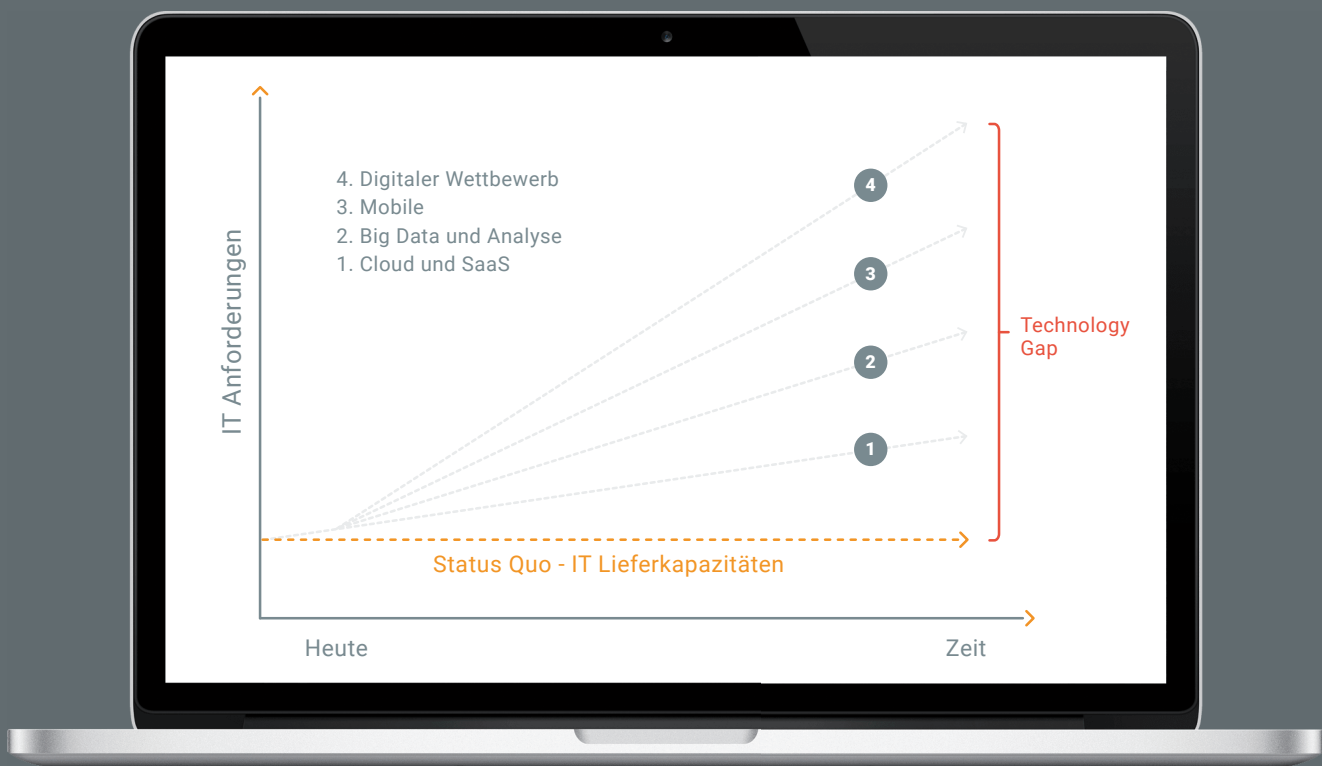
B2X Commerce Cloud

Wie globale Unternehmen Omnichannel E-Commerce meistern

Wie digitale Technologien und moderne Plattformen globale Unternehmen bei der Digitalisierung von Prozessen und Vertrieb unterstützen, strategische Wettbewerbsvorteile schaffen und neue digitale Geschäftsmodelle ermöglichen.

01 | Moderne Plattformlösungen als strategischer Wettbewerbsvorteil

Die Bedeutung von E-Commerce nimmt auch im B2B Business und E-Procurement rasant zu. Moderne E-Commerce Plattformen sind gleichermaßen Herausforderung und Chance, um die enormen Umsatzpotenziale zu heben und optimieren. Für die professionelle Erstellung maßgeschneiderter E-Commerce Stores müssen Plattformen unter anderem Omnichannel Commerce, Multi-Store und eine flexibel skalierbare Performance unterstützen. Enterprise Plattformen müssen hohe technische Anforderungen erfüllen, um die Komplexität bewältigen zu können. Um langfristig höchste Software-Qualität zu gewährleisten ist der Einsatz moderner, passender Technologien entscheidend.



01 | 1 Technology-Gap: IT Anforderungen in der Zukunft

Eine moderne IT bildet die Basis für digitale Prozesse und Geschäftsmodelle. Die Anforderungen an die IT steigen mit dem Grad der Digitalisierung. Ein wichtiger Erfolgsfaktor für Unternehmen ist die Bereitstellung einer leistungsstarken, flexiblen und serviceorientierten Systemlandschaft, die die missionskritischen operativen Geschäftsprozesse maßgeblich unterstützt und verbessert.

Vertriebliche Herausforderungen für globale Unternehmen



Um erfolgreich am Markt agieren zu können, müssen Unternehmen ihren Vertrieb und ihre unternehmerischen Prozesse möglichst effizient gestalten. Dabei stehen global agierende Unternehmen vor der Herausforderung, lokale Bestimmungen, unterschiedliche Zielgruppen und maßgeschneiderte Prozesse unter einen Hut zu bekommen. Digitale Lösungen und eine leistungsstarke IT unterstützen Unternehmen bei der Bewältigung dieser Herausforderungen.

02 | 1 Lokale Bestimmungen und die Auswirkungen auf E-Commerce

Für jede globale Region gibt es unterschiedliche Sprachen, lokale Anforderungen und kulturelle Besonderheiten. Jedes Land hat eigene Zoll-, Steuer- und Preisbestimmungen, die im E-Commerce und bei Business-Prozessen berücksichtigt werden müssen.

Daraus folgt für E-Commerce Plattformen die Anforderung, komplexe Prozesse, Regeln und Abhängigkeiten abbilden zu können, so dass die jeweiligen Bestimmungen beim Order Management und Payment, der Logistik und im Fulfillment berücksichtigt werden können.

Gleichzeitig ist für zielgerichteten Vertrieb eine gewisse Flexibilität für individuelle Angebote und Pricings notwendig.

02 | 2 Passende Zielgruppenansprache und (B2B-) Funktionen

Die individuelle Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen – wie Endkunden (B2C), Businesskunden (B2B) und (Vertriebs-) Partnern (B2P) – ist eine weitere Herausforderung. Während sich die meisten E-Commerce Systeme auf B2C Commerce fokussieren und die benötigten B2C Funktionen von Haus aus mitbringen, mangelt es für B2B Commerce oft an passgenauen Funktionen.

Beispielsweise sind für B2B Commerce die Abbildung komplexer dynamischer Preisstaffelungen, ein B2B Order Management mit verschiedenen Berechtigungsstufen pro Mitarbeiter und Abteilung sowie eine zentrale Rechnungsstellung wichtige Anforderungen. Oft werden diese Anforderungen nicht durch die Standard B2B Features erfüllt und müssen selbst entwickelt werden.

02 | 3 Zukunftsfähige IT-Lösungen

Darüber hinaus ist es für Unternehmen zunehmend wichtig, zukunftsfähige, skalierbare und flexible IT-Lösungen einzusetzen, die langfristig über eine hohe Qualität verfügen und kontinuierlich mit dem Business weiterentwickelt werden können.

Digitale Plattformen unterstützen Unternehmen bei effizientem Vertrieb, automatisierten digitalen Prozessen und ermöglichen den Partnervertrieb und digitale Geschäftsmodelle.

Technische Anforderungen an Enterprise Plattformen



Moderne IT-Infrastruktur

- | Software Kompatibilität
- | Konnektivität zu Business IT
- | Offene Standards
- | Transparenz
- | Reduzierte Komplexität



Höchste Performance

- | Leistungsstarke Plattform
- | Flexibilität & Anpassbarkeit
- | Skalierbarkeit
- | Cloud Hosting & Storage
- | Software-Architektur



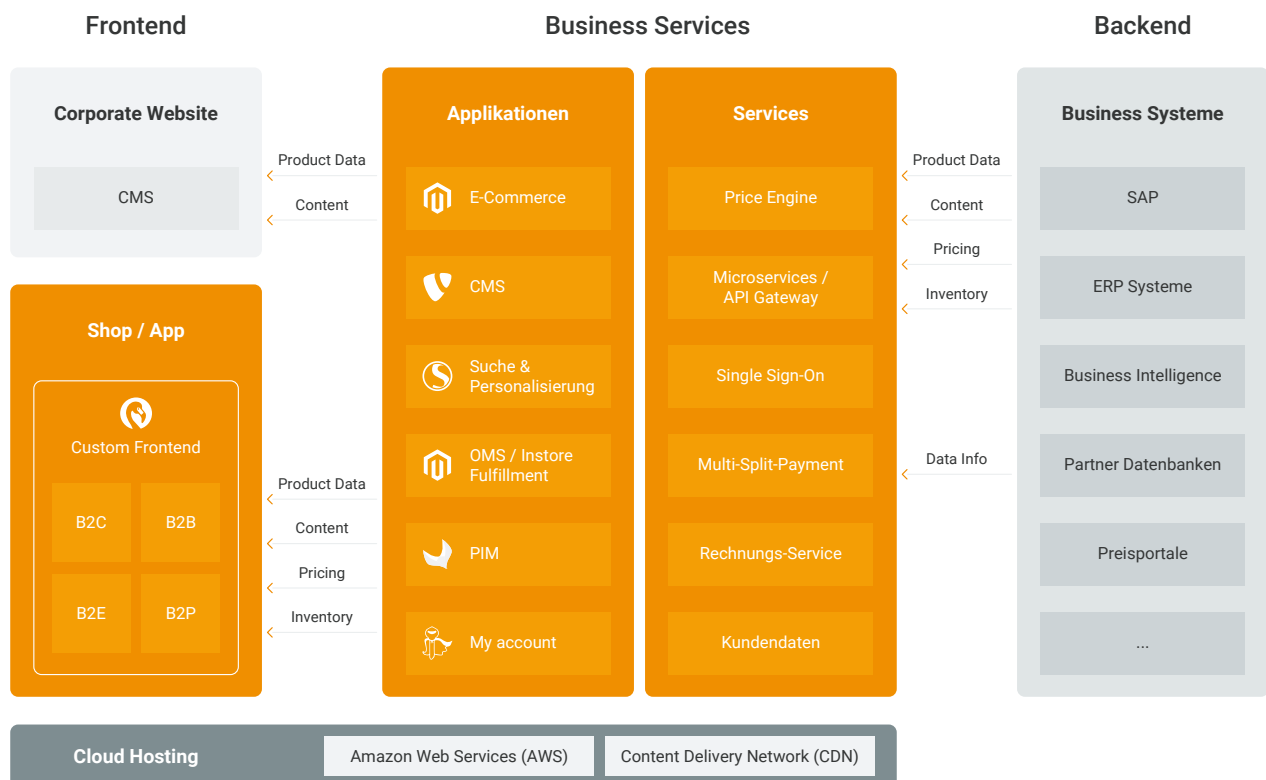
Langfristige Software-Qualität

- | Höchste Sicherheitsstandards
- | Störungsfreier Betrieb
- | Weiterentwicklung
- | Monitoring & Support
- | Qualitätsmanagement

Die B2X Commerce Cloud ist eine API-basierte Plattform, die digitale Geschäftsprozesse und effizienten B2C und B2B Commerce über eine Instanz ermöglicht. Für jede globale Region und Zielgruppe können maßgeschneiderte Frontends mit passenden Produktangeboten, Preisen und Promotions erstellt werden. Die Lösung bietet eine Vielzahl an Features, die insbesondere B2B

Kundenanforderungen gerecht wird und komfortablen B2B Commerce ermöglicht. Weitere Funktionalitäten und Services können per API-Schnittstelle integriert werden, was gleichzeitig bei Bedarf den Austausch bestehender Services ermöglicht. Die Plattform wird über eine einzige Instanz gesteuert, was die Usability verbessert, IT Ressourcen und Kosten spart. Auf Basis der „Pace Layered

Architecture“ wurde für (Legacy-) Unternehmenssysteme ein leistungsstarker Business-Service-Layer integriert; die flexible Frontend-Schicht ermöglicht maßgeschneiderte B2B, B2C, B2E und B2P Multistores sowie Funktionalitäten und Regeln für die verschiedenen Zielgruppen. Die Lösung wurde in zwei Teilbereiche untergliedert: In einen B2B Bereich sowie einen B2C Bereich.



B2C Commerce: Grundlegende Webshop-Features mit maßgeschneiderten Storefronts

Der B2C Bereich der Plattform betreibt multiple Shops mit mehreren Sprachen. Jeder Shop hat seine eigenen Produkte, Preise und Währungseinstellungen. Alle Produktdaten wie Produktinformationen, Bilder, Währungen und Preise (einschließlich Steuern und Gebühren) werden aus Unternehmenssystemen in die Plattform importiert. Um Flexibilität zu gewinnen, werden Sonderaktionen und Preisnachlässe vom Storefront verwaltet, berechnet und als Zusatzinformationen in die Bestellung aufgenommen. Die Zahlung erfolgt über eine Payment-Integration und wird pro Storefront „ein-/ausgeschaltet“. Alle Preis-, Steuer- und Versandberechnungen werden von internen Systemen durchgeführt und validiert, ebenso wie die Rechnungserstellung, die von einem ERP-System wie z.B. SAP gesendet wird. Darüber hinaus ermöglicht dieser Bereich spezielle Angebote für Mitarbeiter (B2E) und Partner (B2P).

B2B Commerce: Erweiterte B2B Funktionen für Businesskunden und Vertriebspartner

Der B2B Bereich der Plattform betreibt einen Shop in mehreren Sprachen für Vertriebspartner, Einzelhändler und Verkäufer. Benutzer müssen sich mit einem gültigen Händlerkonto anmelden, es gibt keinen „anonymen“ Zugang. Im Gegensatz zu B2C werden alle Preisberechnungen (einschließlich Steuern und Gebühren) „live“ von internen Systemen durchgeführt, da die Preise für Händler kundenspezifisch sind. Die Benutzeroberfläche kann entsprechend der Konfiguration detaillierte Zwischensummen für Produkte anzeigen. Jede Funktion und jede Abfrage auf der B2B Plattform kann pro Kunde konfiguriert werden. Die Multistores verfügen über ein flexibles Frontend, das an die lokalen Wünsche und Regeln angepasst werden kann. Darunter fällt auch die flexible Gestaltung von Promotions und Produkt-Bundles, die die Conversionrate und Warenkorbwerte verbessern. Darüber hinaus können sämtliche Interfaces wie z. B. Voice-Assistent integriert werden.

B2C vs. B2B Commerce: Anforderungen und B2B Features

B2B Kunden haben andere Anforderungen als Privatkunden. Beispielsweise legen B2B Kunden gesteigerten Wert auf langfristige Geschäftsbeziehungen, die effiziente Lösung ihrer Probleme und die Minimierung von Risiken. Um diesen B2B Anforderungen gerecht zu werden, wurden eine Vielzahl an B2B Features für die B2X Commerce Cloud entwickelt. Zu den wichtigsten B2B Anforderungen gehören insbesondere die Abbildung komplexer dynamischer Preisstaffelungen, ein B2B Order Management mit verschiedenen Berechtigungsstufen pro Mitarbeiter und Abteilung sowie eine zentrale Rechnungsstellung.

B2C vs. B2B	Consumer – B2C Commerce	Business – B2B Commerce
Treiber / Fokus	Produkt - Vermarktung von Marken, Produkten und Services	Geschäftsbeziehungen - Langfristige, vertrauensbasierte Kundenbeziehung
Kundenansprache	Anerkennung, Entertainment	Expertise, Problemlösung, Risikominimierung
User	Konsumenten Eine Person	Einkäufer, Abteilungen, Vertriebler Verschiedene Rollen und Berechtigungen
Kaufentscheidung	Emotional Single-Step	Rational Mutli-Step / mehrere Personen
Kaufprozess	Manuell, einzelne Bestellungen Single-Step, kurze Kaufzyklen	Automatisiert per ERP / Repeat Orders Multi-Step, lange Kaufzyklen
Pricing	Standard Oft niedrigpreisig	Komplex, verhandelte Preiskonditionen Oft hochpreisig
Payment	Kreditkarte, Abbuchung	Rechnung an Rechnungsabteilung

Personalisierte B2B Clientpages:
 Flexible, individuell für Benutzer konfigurierbare Seite mit verschiedenen Modulen, auf der voreingestellt pro Zielgruppe bestimmte Produkte bzw. Produktgruppen mit einer konfigurierbaren Menge angezeigt werden können. Dies erleichtert das Finden relevanter Produkte und beschleunigt den Bestellvorgang.

Nutzer- und Rechtemanagement:
 Nutzer „Verkäufer“ kann Produkte in den Warenkorb zugeordneter Nutzer „Händler“ legen. Dies erleichtert den Einkauf und Vertrieb größerer Unternehmen mit mehreren Niederlassungen.

Schnelle Auftragserfassung:
 Händler können Bestellungen per CSV-Datei oder Produkte und Mengen per Copy & Paste in das B2B Portal hochladen, um neue Aufträge zu erstellen.

Bestellvorlagen (Templates):
 Händler können sich für regelmäßige Bestellungen Vorlagen erstellen, was den Bestellprozess deutlich vereinfacht und beschleunigt.

Automatisierte Aufträge: Wenn Händler bestimmte Lagermengen von Produkten unterschreiten, können automatisiert konfigurierte Produktmengen als Warenkorb zusammengestellt werden, die nur noch vom Einkäufer freigegeben werden müssen.

Order Fraud Detection: Funktion, die mögliche Betrugsfälle erkennt. Wird ein Betrug festgestellt, wird die Bestellung entweder bis zu einer Verifizierung „on hold“ gesetzt oder komplett abgelehnt.

Die B2B Features der Plattform ermöglichen den Unternehmen effiziente digitalisierte Prozesse, schnelle und komfortable Bestellungen und damit die Möglichkeit schnell und kosteneffizient zu agieren. Durch die API-basierte Infrastruktur können einzelne Services leicht zur Plattform hinzugefügt oder ausgetauscht werden.

Die Möglichkeit der B2X Commerce Cloud, Prozesse flexibel zu modellieren, erlaubt die Gestaltung von innovativen Businessmodellen, die den Unternehmen einen deutlichen Wettbewerbsvorteil bieten. Nachfolgend einige Best-Practice Beispiele.

05 | 1

B2B Order Management

Ein ausgeklügeltes User Management ermöglicht die Konfiguration verschiedener Nutzer, Rollen und Berechtigungen, so dass die Bestellprozesse automatisiert und deutlich beschleunigt werden können. Beispielsweise kann der Nutzer „Mitarbeiter“ für den Nutzer „Einkäufer“ Warenkörbe versandfertig zusammenstellen; der Einkäufer muss die Bestellung nur noch bestätigen. Die Zahlungen sämtlicher Bestellungen werden unter Berücksichtigung von Preisstaffelungen gesammelt am Monatsende automatisch an die Rechnungsabteilung gesendet. Dieses workflow-basierte Order Management gestaltet B2B Commerce deutlich schneller, komfortabler und sicherer, sowohl für das Unternehmen selbst als auch für Vertriebspartner und Produkthändler.

05 | 2

Multi-Split Payment

Sämtliche Bestellungen aller Niederlassungen eines Unternehmens werden gesammelt und zentral an die Rechnungsabteilung zur Abrechnung gesendet. Dabei werden vertraglich vereinbarte Preisstaffelungen und Rabatte berücksichtigt, was den Kunden-Unternehmen günstige Konditionen und damit Preisvorteile ermöglicht. Die konsolidierte Abrechnung ist komfortabel und erspart beiden Parteien erheblichen buchhalterischen Aufwand.

Konkret eingesetzt wurde dieser Use Case für einen Farbenhersteller für Autolacke. Sämtliche freien Autowerkstätten können über das B2X Portal die jeweils benötigten Lacke für ihre Werkstätte bestellen. Die zentrale Abrechnung verläuft gesammelt über die jeweiligen Automarken-Holdings. Durch die gesammelten Bestellungen

werden deutlich größere Bestell-Volumina pro Automarke erzielt, was durch das Erreichen von Preisstaffelungen auch andere Pricing-Rabatte zur Folge hat. Diese Vorteile, kombiniert mit dem deutlich reduzierten Abrechnungsaufwand, ist für die Kunden des Farbenherstellers äußerst attraktiv, was zu kontinuierlich großen Bestellmengen und einer hohen Kundenbindung führt.

05 | 3

Marktplatz-Funktion: Lead-Management macht Anbieter zum Vermittler

Eine Marktplatz-Funktion ermöglicht Unternehmen das Lead-Management über die B2X Plattform. Dabei können sich Dienstleister in der B2X Plattform einloggen und Leads potenzieller Kunden einsehen. Bei Übernahme eines Auftrages verpflichtet sich der Dienstleister zur Durchführung des Auftrags und muss sich innerhalb von 1-2 Wochen beim Kunden melden. Die Dienstleister reporten im Portal ihre Leistungen und Aufwände, was transparente Leistungsnachweise und Vergleichbarkeit der Dienstleister ermöglicht. Follow-ups wie Auftragsabrechnung, Rechnungsstellung, und mögliche Folgeaufträge erfolgen durch die Dienstleister oder den Unternehmensvertrieb.

Die Lead Management Marktplatzfunktion wurde für einen Dachhersteller entwickelt. Vertriebspartner, Architekten und Dachdeckerbetriebe können auf dem Herstellerportal eine Präsenz einrichten und Kunden-Leads erhalten. Eine Google Maps-Integration ermöglicht Endkunden, sich Vertriebspartner und Händler der Hersteller-Produkte sowie Architekten und Dachdecker in ihrer Umgebung anzeigen zu lassen. Der Dachhersteller tritt dabei nicht nur als Produkthanbieter, sondern auch als Distributor von Aufträgen

in Erscheinung. Der Marktplatz ist für Vertriebspartner und Handwerker sehr attraktiv, die Endkunden werden bei der Auswahl passender Dienstleister in ihrer Umgebung unterstützt. Der Dachhersteller hat mit dieser Marktplatzfunktion ein Alleinstellungsmerkmal geschaffen und dadurch einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil.

05 | 4

Geschäftsmodell B2E Commerce: Alte Ware an Mitarbeiter

Die flexiblen Storefronts ermöglicht Unternehmen das Geschäftsmodell, auslaufende Produktmodelle zu günstigen Konditionen an die eigenen Mitarbeiter zu verkaufen (B2E, Business-to-Employer). Dies erzeugt die Win-Win-Situation, dass die Mitarbeiter des Unternehmens günstige Sonderkonditionen erhalten und das Unternehmen alte Ware ohne großen Aufwand aus den Lagern verkaufen kann. Das B2E Modell wurde vom Elektronikkonzern Panasonic eingesetzt. Elektronikprodukte haben einen relativ kurzen Produktlebenszyklus, werden also in kurzen Abständen von Nachfolgemodellen ersetzt – was die Produktions- und Lagerplanung für Elektronikkonzerne erschwert. Das B2E Geschäftsmodell ermöglicht den einfachen Sonderverkauf an Mitarbeiter ohne großen vertrieblichen Aufwand mit Vorteilen für beide Seiten.

05 | 5

Vertrieb via Drop Shipment

Die B2X Plattform ermöglicht Drop Shipment, also Warenverkauf durch Händler, die das gewünschte Produkt gar nicht im eigenen Lager haben, sondern die Produkte direkt auf der Unternehmensplattform bestellen, von wo aus die Ware direkt zur gewünschten Lieferadresse gesendet wird. Die Händler fungieren dabei nur noch beratend und vertrieblich, Payment und Fulfillment laufen automatisiert über die B2X Plattform. Dies ermöglicht einen effizienten Vertrieb, Produkte sind immer verfügbar und es werden Ressourcen und Lagerflächen gespart.



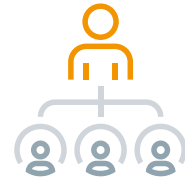
06 | 1 B2B Order Management

Konfiguration von Nutzern, Rollen und Berechtigungen, die die Bestellprozesse automatisieren und beschleunigen („Mitarbeiter“ erstellt Warenkorb, „Einkäufer“ autorisiert Order)



06 | 2 Multi-Split Payment

Bestellungen von Niederlassungen, zentrale Abrechnung des Mutterunternehmens. Dadurch günstige Konditionen durch Erreichen vertraglich vereinbarter Preisstaffelungen und Rabatte



06 | 3 Lead-Management via Marketplace-Funktion

Effizientes Lead-Management durch Zusammenführen von Vertriebspartnern, Dienstleistern und Kunden via Portal



06 | 4 Drop Shipment

Vertriebspartner können Produkte verkaufen, die sie nicht in ihrem Lager haben. Produkte werden vom Händler bestellt und an die Shop- oder Lieferadresse versendet



06 | 5 Pre-Order

Vorbestellung von Produkten, wobei die Zahlung vorab autorisiert und die Zahlungsdaten für eine spätere Belastung gespeichert werden. Dies ermöglicht Bestellung mit späteren Lieferdaten, somit die Beauftragung größerer Mengen und damit günstigeren Preisstaffelungen



06 | 6 Terminaufträge (Forward Orders)

Händler können Aufträge für Terminlieferungen anlegen. Diese terminierten Bestellungen von Produkten und Mengen bieten Planungssicherheit und den Händlern das Erreichen von Preisstaffeln.



06 | 7 B2X Multi-Store Frontends

Eine globale Multi-Store Lösung mit maßgeschneiderten Frontends für verschiedene Zielgruppen (B2C, B2B, B2E, B2P) und deren Anforderungen und Prozesse



06 | 8 Dynamic Pricing

Preise nicht nur pro Kunde, sondern auch pro Charge. Dies eröffnet B2B Kunden Einsparpotenziale durch höhere Volumina und dynamische Preismodelle



06 | 9 Reporting

Sämtliche Informationen über Pricing, Warenkörbe, Abrechnung und Finance über eine Plattform

Die Open Source Komponenten der B2X Commerce Cloud

Die B2X Commerce Cloud ist eine modulare Software Suite basierend auf leistungsstarken Open Source Technologien. Dies ermöglicht den Austausch und die Erweiterung einzelner Komponenten, die Integration und Vernetzung verschiedener Services und Systeme sowie maßgeschneiderte Lösungen und flexible Prozesse. Mit dem Einsatz von Open Source Technologien verfügt man über die volle Kontrolle über den Software-Code und damit über die Gestaltung missionskritischer Geschäftsprozesse.



Management Summary: Leistungsstarke B2X Commerce Cloud vereint B2C und B2B Commerce

Die von AOE entwickelte B2X Commerce Cloud bietet Unternehmen passgenaue Frontends und Funktionen für ihre verschiedenen globalen Zielgruppen. Die schlanke Infrastruktur der Plattform ist wartungsarm, skalierbar, flexibel erweiterbar und zukunftssicher. Da nur eine zentrale Plattform-Instanz benötigt wird, werden zusätzliche Kosten für Infrastruktur und Softwarelizenzen gespart; Weiterentwicklungen und Erweiterungen müssen nur einmal

entwickelt und implementiert werden. Durch die API-basierte Infrastruktur können einzelne Services leicht zur Plattform hinzugefügt oder ausgetauscht werden. Insbesondere die maßgeschneiderten B2B Funktionen ermöglicht Unternehmen und seinen B2B Kunden digitalisierte Prozesse, schnelle und komfortable Bestellungen sowie zentrale Multi-Split Payments. Auf diese Weise erfahren B2B Kunden effiziente Bestellprozesse, erhalten günstige Preiskondi-

tionen und eine deutlich vereinfachte Abrechnung. Dies ermöglicht es den B2B Kunden des Unternehmens, schnell und kosteneffizient zu agieren. Die komfortablen B2B Funktionen sowie die automatisierten digitalen Prozesse stellen für die B2X Plattformbetreiber einen echten Wettbewerbsvorteil, ermöglichen digitalisierte Prozesse und Geschäftsmodelle und sichern somit den zukünftigen Erfolg des globalen Unternehmens.



AOE entwickelt digitale Business- und E-Commerce Plattformlösungen basierend auf Open Source-Technologien. Wir sind spezialisiert auf die Realisierung komplexer Enterprise Software-Anwendungen für globale Konzerne. Dabei unterstützen wir unsere Kunden bei der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle und setzen konsequent auf agile Methoden. In langfristig angelegten agilen Projekten realisieren wir gemeinsam mit unseren Kunden innovative Lösungen mit automatisierten und digitalisierten Prozessen.

Darüber hinaus entwickelt AOE eigene Produkte wie das Open Source Framework Flamingo oder den Omnichannel Multi-Merchant Marketplace OM³, der führenden Digitalisierungs-Technologie in der Aviationbranche. Mit Hauptsitz in Wiesbaden und mehr als 250 Mitarbeitern in 5 Ländern, betreut AOE globale Unternehmen wie congstar, Deutsche Telekom, Heathrow, Singapore Airlines, Commerz Real, Sony, Panasonic und Frankfurt Airport.

