

Einheitliches ERP-System für die Optimierung des Multi-Channel-Retailing beim Modelabel sheego

sheego (www.sheego.de) ist seit Gründung im Jahr 2009 das Plus-Size-Label der Schwab Versand GmbH, die seit 1976 mehrheitlich zur Otto-Group gehört. Das Unternehmen bietet Mode für die stilbewusste Frau ab Konfektionsgröße 40 an.

Der Vertrieb erfolgt

- über Shop-in-Shop-Flächen
- ersandhandel mit ca. 30 Katalogen pro Jahr
- per responsivem Online-Shop

Bis 2013 besteht die IT von sheego aus einer komplexen Systemlandschaft, in der die Segmente Shop-in-Shop bzw. Filialgeschäft, Onlineshop und Katalog als technische Insellösungen nur lose miteinander verknüpft sind. Dadurch wird die Etablierung einer einheitlichen Customer Journey erschwert.

Herausforderung

Aufgrund der unterschiedlichen Vertriebskanäle ist es für sheego von zentraler Bedeutung, den Kundinnen ein durchgängiges Einkaufserlebnis über die verschiedenen Kanäle hinweg zu bieten. Hierfür ist die Schaffung eines standardisierten Warenwirtschaftssystems notwendig.

Bei der Implementierung eines umfassenden ERP-Systems sind die spezifischen Anforderungen der Modebranche über alle Kanäle hinweg zu berücksichtigen:

- Optimierte, möglichst automatisierte Retouren-Abwicklung, insbesondere:
 - Schnittstellen zu Finanzbuchhaltung, Warenwirtschaft und Dienstleistern,
 - schnelles und einfaches Bereitstellen von Gutschriften auch für Teilbeträge,
 - schnelle Zuordnung von Rücksendungen zum Lagerbestand;
- Abbildung der Größen-Farb-Matrix für Kollektionsbestellungen im stationären Handel,
- Saison- und Auftragsmanagement,
- Erfassung von Kundenbestellungen und Bestellungen bei Lieferanten,
- Tracking, Lagerhaltung, Qualitätskontrollen und Logistik.

Lösung

sheego stellt die IT-Landschaft auf ein übergreifendes, einheitliches ERP-System auf Basis von Microsoft Dynamics AX 2012 um, das alle Schritte und Besonderheiten des Katalog-, Online- und Filialgeschäfts übersichtlich abbildet.

Die Einführung von Microsoft Dynamics AX 2012 wurde in zwei Phasen durchgeführt, wobei Hitachi Solutions in der Konzeption und der Umsetzung beratend unterstützt hat.

Der Soft Launch und Roll-Out wurde von sheego eigenständig durchgeführt.

Phase 1: Pilot

- Pilotierung der Retail-Lösung mit Fokus stationärem Handel auf Basis von Microsoft Dynamics AX
- Abbildung Shop-in-Shop und der Filialen im ERP-System

Phase 2 : Umsetzung und Roll-Out

- Livetest: Ca. 3.000 Kunden erhalten vorab eine reduzierte Variante des Originalkatalogs
- Soft-Launch des Systems im Versandhandel
- Roll-out: Sukzessive Integration des Hauptgeschäfts (Online- und Katalogbestellungen) in das ERP-System

Die Integration der alten in die neue Systemlandschaft erfolgt über Microsoft BizTalk. Dieses gewährleistet:

- Übergang zwischen den Systemwelten,
- Zusammenwirken aller Komponenten,
- Automatisierung der Geschäftsprozesse,
- Zusammenspiel von Shop-in-Shop-Flächen, Webshop und Kataloggeschäft
- gezielte Steuerung der Vertriebskanäle,
- Umsetzung der Prozesse ohne Medienbrüche,
- Verwaltung von Kundendaten in Echtzeit,
- Koordinierung von Maßnahmen in online- und stationärem Handel (z. B. Rabattaktionen).

Nutzen

Die branchenspezifische ERP-Lösung optimiert das sheego Warenwirtschaftssystem von der Disposition und dem Einkauf über die Kommissionierung und die Versandabwicklung bis hin zum Verkauf und zum Retourenhandling.

Eine transparente IT-Landschaft bietet für alle Kanäle Lösungen aus einer Hand. Die Integration weiterer Schnittstellen ist nicht erforderlich.

Das laufende sheego Geschäft wird durch die Implementierung nicht beeinträchtigt: Eine gestaffelte Einführung und verschiedene Teststufen eliminieren potentielle Schwierigkeiten schon im Vorfeld der Umsetzung.

Daten und Prozesse aller Distributionswege können über die gesamte Customer Journey hinweg einheitlich abgebildet werden. Dies ermöglicht jederzeit schnelles und flexibles Agieren und schafft damit die Voraussetzung für zeitgemäßes Multi-Channel-Retailing.



Zieh Dein Glück an!
sheego