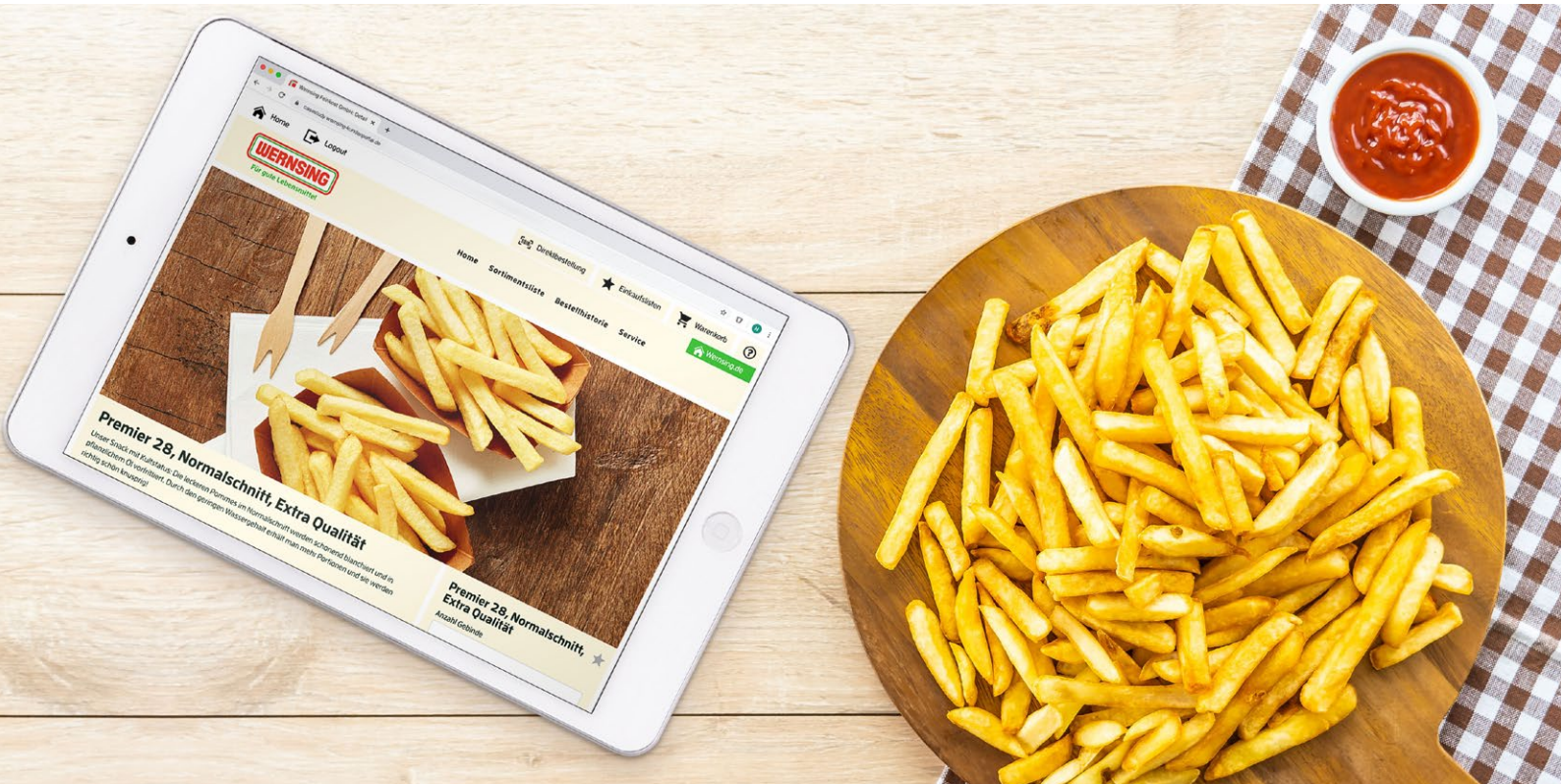


„Pommes im Online-Shop“

REIBUNGSLOSE BESTELLABLÄUFE MIT DEM NEUEN WERNSING KUNDENPORTAL

Der Lebensmittelhersteller Wernsing optimiert seine Bestellprozesse mit einem neuen Online-Kundenportal. Das Portal erleichtert die Bestellungen auf Kundenseite und bietet darüber hinaus nützliche Zusatzfunktionen. Auch für Wernsing-Mitarbeiter wird die Aufnahme der Bestellungen deutlich leichter. Das Portal wurde vom datagraphis-Team entwickelt und wird kontinuierlich entsprechend den Kundenbedürfnissen mit neuen Funktionen ausgebaut.



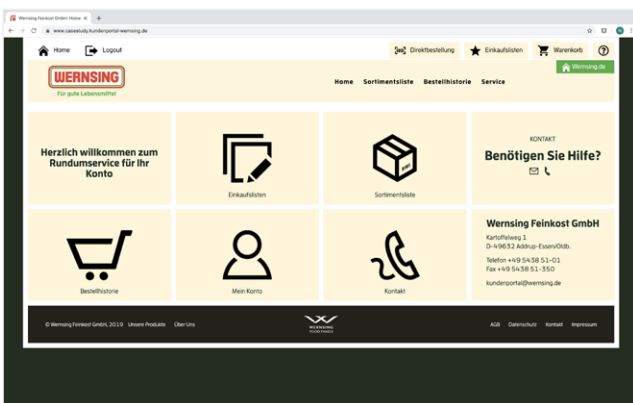
über die Wernsing Food Family

Die Wernsing Food Family aus Addrup im Oldenburger Münsterland bewirtschaftet eine Produktions- und Lagerfläche von rund 600.000 qm. Derzeit beschäftigt die Unternehmensfamilie europaweit über 4.500 Mitarbeiter (m/w/d) in über 50 Gesellschaften, darunter mehr als 20 eigenständige Produktionsstandorte. Wernsing startete bereits 1962, als der damals 28jährige Heinrich Wernsing eine Produktion für Pommes Frites gründete, und ist bis heute familiengeführt. Neben Kartoffel- und Convenience-spezialitäten produziert Wernsing heute außerdem Feinkostsalate und Brotaufstriche, Saucen, Dressings und Dips, Antipasti und Tapasprodukte, Marinaden und Seafoodartikel sowie Gewürze, Blattsalate und Desserts.

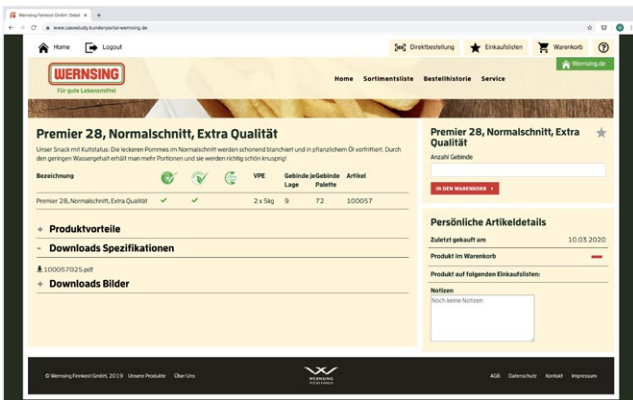
Wenn es um Digitalisierung bestehender Geschäftsprozesse geht, denkt die Geschäftsleitung von Wernsing richtungsweisend für die gesamte Branche. Sukzessive werden bestehende analoge Prozesse sorgfältig betrachtet, aufgearbeitet und nutzbringend für alle Beteiligten digitalisiert.

2017 wurde die Website des Unternehmens komplett überarbeitet. Am neuen Gestaltungskonzept knüpft auch das neue Wernsing Kundenportal an. Dabei handelt es sich um ein Bestellsystem, das datagraphis für Wernsing entwickelte.

Der ursprüngliche, analoge Bestellvorgang der Kunden fand überwiegend via Fax oder Telefon statt. Die Bestellungen wurden händisch gesammelt und für die nächste Lieferung weitergegeben. Dieser Prozess wurde bei steigender Kundenzahl immer schwieriger und teilweise auch anfällig für Fehlangaben.

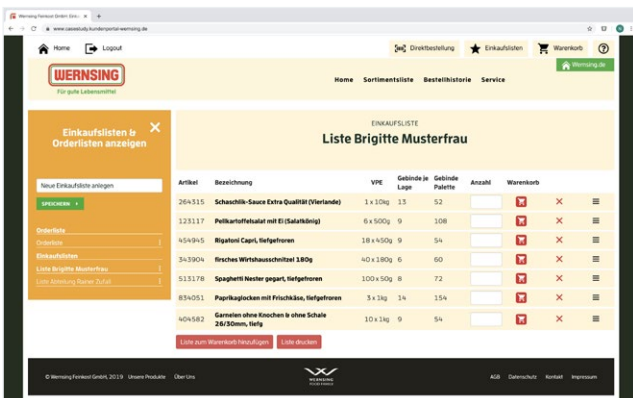


Das neue Kundenportal zeigt sich als Shopsystem, das an einigen Stellen über die normalen Funktionalitäten eines gewöhnlichen Webshops hinausreicht, damit es auch die branchenspezifischen Bedürfnisse des Großhandels ideal bedienen kann. Das System ist an das Warenwirtschaftssystem von Wernsing angebunden. Von dort aus werden die Kunden- und Produktdaten über eine Schnittstelle eingelesen. Die Kunden haben von Wernsing unterschiedliche Produktfreigaben, das bedeutet, jeder Kunde sieht im Shop nur die für ihn freigegebenen Produktgruppen.



EIN SHOPSYSTEM MIT UMFANGREICHEN ZUSATZFUNKTIONEN

Alle Standard-Produktinformationen sind zu den Artikeln auf der Artikel-Detailseite verfügbar. Für weitere Informationen steht ein detailliertes Datenblatt zum Download zur Verfügung. Außerdem kann sich jeder Kunde mit einer integrierten Notizfunktion in der Artikel-Detailseite individuelle Anmerkungen zu einem Produkt im Portal speichern. Auf der Detailseite findet der Nutzer zusätzlich gebündelt die Infos zur letzten Bestellung, zugehörige Einkaufslisten und ob der Artikel kürzlich bestellt wurde und sich bereits im Zulauf befindet.

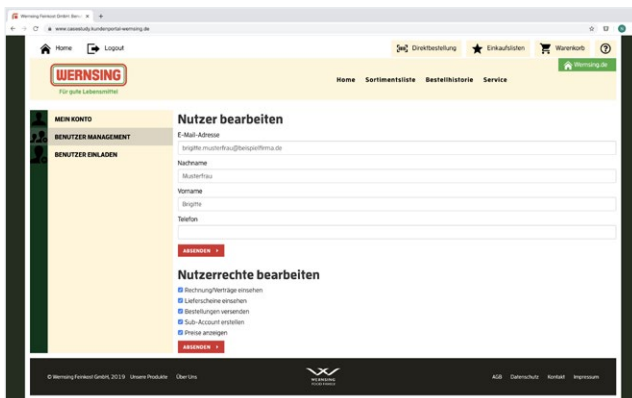


Neben einer klassischen Warenkorb-Funktion gibt es auch die Möglichkeit, Einkaufslisten zu erstellen. Jeder Kunde kann beliebig viele Einkaufslisten erstellen und benennen. Die Einkaufslisten können bei Bedarf dem Warenkorb hinzugefügt werden. Für autorisierte Nutzer ist eine Bestellhistorie einsehbar. Außerdem steht ein kundenspezifischer Lieferkalender zur Verfügung. Via Drop-Down lässt sich darin ein gewünschter Liefertag auswählen.

Ebenfalls ersichtlich ist es, wenn eine Ware bereits kürzlich bestellt wurde oder sich schon im Zulauf befindet. Hat ein Wernsing-Kunde mehrere Mitarbeiter im Einkauf mit Zugang zum Kundenportal, so wird ihnen im Portal angezeigt, wenn ein Artikel bereits von einer Kollegin oder einem Kollegen bestellt worden ist. Damit werden sich überschneidende, doppelte Bestellungen vermieden.

Weitere Funktionalitäten für eine komfortable Nutzung des Portals sind unter anderem auch eine Filterfunktion für die Produktliste, Berechnungen und Vorschläge von Vorzugs-Bestellmengen bei der Eingabe von Bestellungen, eine Bestellübersicht mit dediziertem Bestell- und Lieferstatus sowie die Anbindung an das Dokumentenmanagement-System zur PDF-Auslieferung von Rechnungen und Lieferscheinen.

Ein besonderes Feature ist die mögliche „Direktbestellung“ von Artikeln. Via Eingabe eines EAN-Codes oder Kamera-Scan des Barcodes direkt auf einem Produkt lässt sich der Artikel automatisch im Portal auffinden und zur Einkaufsliste oder dem Warenkorb hinzufügen. Mithilfe dieser Funktion kann man ein Produkt zu jeder Zeit an jedem Ort mit einem Smartphone problemlos nachbestellen.



Das Portal verfügt darüber hinaus über ein umfangreiches Rechtemanagement. Wenn der Kunde seinen Account anlegt, können beliebig viele Sub-Accounts erstellt werden. Über das Rechtemanagement können den Sub-Accounts bestimmte Funktionen freigeschaltet oder entzogen werden, wie etwa das Einsehen von Lieferscheinen, Preisen, Rechnungen oder Verträgen, weitere Sub-Accounts erstellen oder das Tätigen von Bestellungen. Die jeweiligen Rechte können je nach Bedarf ein- und ausgeschaltet werden.

INTELLIGENTE MIDDLEWARE ALS HERZSTÜCK FÜR DEN DATENAUSTAUSCH

In das Wernsing Kundenportal werden Daten aus verschiedenen anderen Systemen eingespielt. Darunter fallen beispielsweise das unternehmenseigene Warenwirtschaftssystem (für Artikelstammdaten), Rechnungs-, Liefer- und CRM-Systeme (für Rechnungs-, Liefer- und Kundendaten) oder aber auch das Produktinformations-Management System der datagraphis GmbH „dataroom“ (für Produktbilder und -informationen).

datagraphis entwickelte für die Verarbeitung der Datensätze aus diesen unterschiedlichen Quellen eine eigene Middleware, eine Art Aufnahme- und Verteilersystem, die die verschiedenen Schnittstellen der Anwendungen automatisch erkennt, unterscheidet und daraufhin einheitlich auf REST/JSON-Basis an das Kundenportal weitergibt. Umgekehrt spielt die Middleware Daten auch wieder zurück an die jeweiligen Wernsing-Systeme, z.B. getätigte Bestellungen oder Datensätze von neuen Kunden. Damit übernimmt die Middleware die zentrale Herzfunktion des Datenaustauschs zwischen den vorhandenen Systemen.

AGILE UND PROGRESSIVE ENTWICKLUNG

Die Entwicklung des Shopsystems fand in agiler Arbeitsweise statt. Die Implementierungs-Phase des Systems verlief schrittweise – das Kundenportal wurde mit einer Beta-Version gestartet. Die Kunden wurden schrittweise für das System freigeschaltet. Der Übergang vom Beta- zum Produktivsystem verlief gleitend. Zum heutigen Status Quo werden auch weiterhin neue Funktionen eingebettet, die den Kunden und Wernsing weiteren Nutzen bieten.

Erst kürzlich wurde beispielsweise ein kundenspezifischer News-Feed implementiert. Hier kann Wernsing in seinem Produktinformations-Management-System einzelnen Artikeln aktuelle News zuweisen, die dann im Kundenportal automatisiert den Käufern dieser Artikel angezeigt werden.

Das Portal steht auf einer TYPO3-Basis und nutzt im Frontend das JavaScript Webframework Vue.js. Zur optimalen Nutzung des Portals im Webbrowser wird der Cache-Speicher umfangreich in Anspruch genommen.

Die Rückmeldungen der Kunden sind ausgezeichnet. Das Portal wurde über die Wernsing Vertriebsmitarbeiter an die Kunden kommuniziert. Im Gegenzug erhielten die Mitarbeiter aus dem Vertrieb auch die positiven Feedbacks. Gleichzeitig brachten sie auch neue Ideen mit ein, um das Portal weiter zu optimieren. Die Bestellungen über das Portal nehmen kontinuierlich zu und lösen Schritt für Schritt Telefon und Fax ab.

Wernsing hält mit der Wernsing Food Family eine große Unternehmensfamilie, dazu gehören unter anderem Popp Feinkost, Füngers Feinkost, Grossmann und einige Vertriebsgesellschaften. Das Wernsing Kundenportal gilt hier als Leuchtturm-Projekt. Einige Tochterunternehmen werden dem nächst ebenfalls an das Portal angebunden. Die Schnittstellen zwischen der Wernsing IT und dem Shopsystem sind „mandantenfähig“, das bedeutet, über sie kann auch eine Datenübertragung der Tochterunternehmen zum Portal ermöglicht werden. Hierbei wird die Nutzeroberfläche des Kundenportals auch optisch dem Design des jeweiligen Tochterunternehmens angepasst.

Bild:
Direktbestellung
eines Artikels
via Barcode-Scan



Mittel- und langfristig möchte Wernsing auch in anderen Bereichen weg von analogen Arbeitsprozessen. Mithilfe der digitalen Vernetzung lassen sich weitere Ideen umsetzen, die allen Beteiligten einen Mehrwert bieten. Die Wernsing Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter profitieren gleichermaßen von den vereinfachten Prozessen wie die Lieferanten, Geschäftspartner und Kunden. Dabei ist das Kundenportal nur ein Baustein des gesamten Konstrukts, das Wernsing innerhalb der Branche zum digitalen Vorreiter werden lässt.



AUFGABE

- Digitalisierung der analogen Bestellprozesse
- Komfortabler Bestellprozess für das Unternehmen und seine Kunden



LÖSUNG

- Responsives Shopsystem mit neuester Technologie und funktionalen Erweiterungen
- Klares, modernes Design, das sich an der Wernsing-Website orientiert
- Vertriebsmitarbeiter halten Rücksprache mit den Kunden und bringen daraus neue Ideen zur Weiterentwicklung des Kundenportals mit ein



NUTZEN

- Die Bestellprozesse laufen für alle Beteiligten schneller und reibungsloser
- Kundenorientierung: Das Portal bietet den Kunden durch weitere Zusatzfunktionen praktischen Mehrwert
- Durch die Weiterentwicklung des Kundenportals anhand der Ideen von Kunden und Vertriebsmitarbeitern werden zukünftig auch weitere Geschäftsprozesse optimiert



Ihre Ansprechpartner:

Salko Dielmann, salko.dielmann@datagraphis.de, +49 61 22 59 63 54
Thomas Kern, thomas.kern@datagraphis.de, +49 61 22 59 63 60

datagraphis GmbH, Ostring 13, 65205 Wiesbaden-Nordenstadt
ein Unternehmen der ACM Unternehmensgruppe