

SONEPAR DEUTSCHLAND STEUERT VERTRIEBSERFOLG MIT IBM COGNOS

Mit wenigen Klicks zu mehr Transparenz

Unternehmen, die ihren Vertrieb wirksam steuern möchten, benötigen detaillierte Informationen über den Erfolg seiner Aktivitäten. Sonepar Deutschland gewinnt diese Transparenz mit IBM Cognos. Der Elektrogroßhändler nahm damit eine Business-Intelligence-Lösung in Betrieb, die selbst hochkomplexe Anfragen in Sekundenschnelle beantwortet. Die objective partner AG hat die Einführung als Data-Warehousing-Spezialist umgesetzt.

UM DAS VERTRIEBSPOTENZIAL

optimal auszuschöpfen, muss Sonepar Deutschland den Führungskräften und Vertriebsmitarbeitern eine Vielzahl verkaufsrelevanter Analysen und Berichte zeitnah zur Verfügung stellen. Denn zum Lagersortiment des Marktführers im deutschen Elektrogroßhandel zählen mehr als 50.000 Elektroartikel nationaler und internationaler Lieferanten, die von über 200 Niederlassungen in Deutschland vertrieben werden. Abnehmer sind rund 90.000 Kunden aus Handwerk, Handel und Industrie.

Berichte bisher nur zeitverzögert abrufbar

Das frühere Vertriebsreporting von Sonepar Deutschland umfasste eine begrenzte Anzahl von Berichten, die aus rund 40 verschiedenen Datenbankobjekten gewonnen wurden. Das Aktualisieren der Objekte erforderte einen hohen Wartungsaufwand. Sie wurden jede Nacht mit aktuellen Informationen aus dem Warenwirtschaftssystem versorgt. Benötigte ein Vertriebsmitarbeiter einen Bericht, zum Beispiel zum Kaufverhalten eines Kunden, mussten die Umsätze



Sonepar-Zentrallager in Hannover.

in der Datenbank zur Laufzeit aggregiert werden. Dies hatte den Nachteil, dass die Aufbereitung eines Berichts bis zu einer halben Stunde dauern konnte.

„Wir suchten nach einer Business-Intelligence-Lösung für unseren Vertrieb, die Berichte in Sekundenschnelle darstellt und deutlich mehr und kom-

plexere Analysemöglichkeiten bietet“, erklärt Holger Richarz, bei Sonepar Deutschland Projektleiter und verantwortlich für die Entwicklung im BI-Umfeld. Auf der Wunschliste standen nicht nur Standardreports wie Umsätze in einem bestimmten Zeitraum nach Kunde oder Niederlassung, sondern auch Antworten auf knifflige Fragen wie: Welches sind die zehn besten Kunden eines Vertriebsmitarbeiters, und zwar bezogen auf einen bestimmten Lieferanten? Auf welchen Wegen werden die bestellten Waren den einzelnen Kunden einer Niederlassung zugestellt? Über welche Kommunikationskanäle gehen die Aufträge bestimmter Kunden ein, welche Bedeutung hat das E-Commerce? Diese

Michele Besecke, Projektleiter bei der objective partner AG:

„Deutschland nutzt zum Vertriebsreporting zwei mehrdimensionale Zahlenwürfel mit extrem vielen Daten. Da die Berichte zudem mit zahlreichen Parametern gestartet werden können, gibt es sehr viel mehr Auswertungsmöglichkeiten als früher.“



Daten sollten für operative und strategische Entscheidungen dienen, um die Produktivität des Vertriebs zu erhöhen.

Vertriebsdaten laufend aufbereitet

Mit IBM Cognos 8 fiel die Entscheidung zugunsten eines Werkzeugs, das diese Anforderungen durch Nutzung der Online-Analytical-Processing-Technologie (OLAP) unterstützt. IBM Cognos bereitet damit alle relevanten Vertriebsdaten fortlaufend so auf, dass sie für beliebige Berichte und Analysen vollständig zur Verfügung stehen. Dazu werden die Daten aus dem Sonepar-Warenwirtschaftssystem in einen gemeinsamen Datenbestand, das Data Warehouse, überführt. Um die späteren Reports und Analysen nahezu zeitnah durchführen zu können, nutzt die OLAP-Technologie multidimensionale Tabellen, auch Cubes oder Zahlenwürfel genannt. Diese Tabellen werden mit den jeweils zugehörigen Daten befüllt. Dabei entspricht jede Zeile, Spalte oder jeder höherdimensionale Schnitt einer relevanten Vertriebsdimension bei Sonepar Deutschland: zum Beispiel Kunde, Produkt, Region, Lieferant oder Vertriebsmitarbeiter. Jede Schnittmenge liefert einen vertriebsrelevanten Wert, zum Beispiel Umsatz.

Sonepar Deutschland nutzt zum Vertriebsreporting zwei mehrdimensionale Zahlenwürfel mit extrem vielen Daten. „Da die Berichte zudem mit zahlreichen Parametern gestartet werden können, gibt es sehr viel mehr Auswertungsmöglichkeiten als früher“, unterstreicht Michele Besecke, der die Einführung auf Seiten des Technologie- und Consulting-Unternehmens objective partner geleitet hat. „Dabei können die Daten so schnell aggregiert werden, dass jede gewünschte Kennzahl fast auf Knopfdruck zur Verfügung steht.“

Direkter Zugriff auf Cubes

Ein weiterer Vorteil von IBM Cognos 8 ist die einfache Nutzung: Über ein Portal mit selbsterklärender Oberfläche können rund 150 Anwender bei Sonepar Deutschland direkt auf die beiden Zahlenwürfel zugreifen. Dabei ist jeder Nutzer in der Lage, durch Eingabe der erforderlichen Parameter auch sehr komplexe

Berichte mit nur wenigen Klicks selbst abzurufen. Die Zugriffsberechtigungen sind nach einem detaillierten Rollenkonzept geregelt, das von der Geschäftsführung über die Vertriebsleiter bis hin zu den Mitarbeitern im Vertriebsinnendienst reicht. Da IBM Cognos umfangreiche Exportmöglichkeiten bietet, zum Beispiel in HTML, Excel-Tabellen oder in PDF-Dokumente, können die Reports übersichtlich und ansprechend für verschiedene Zwecke aufbereitet werden.



Holger Richarz,
Projektleiter bei Sonepar Deutschland und verantwortlich für die Entwicklung im Business-Intelligence-Umfeld.

Obwohl es sich um zwei Zahlenwürfel mit auffallend großem Datenvolumen (größer als 4 GByte) handelt, ist der Wartungsaufwand gegenüber den früheren Datenbankobjekten gering. Zudem passt die IBM-Cognos-Lösung sehr gut in die virtualisierte Systemumgebung von Sonepar Deutschland. „objective partner hat uns durch große Data-Warehousing- und IBM-Kompetenz überzeugt“, zieht Holger Richarz Bilanz. „Beeindruckt haben uns vor allem die große Reaktionsfähigkeit und Flexibilität des Teams, das einen reibungslosen und raschen Projektfortschritt garantiert.“

Chancen und Risiken sofort offenkundig

Mit IBM Cognos hat Sonepar Deutschland eine Reporting-Lösung in Betrieb genommen, die eine gezielte Vertriebssteuerung ermöglicht. „Da wir einen aktuellen Überblick über sämtliche vertriebsrelevanten Zahlen haben, können wir jederzeit erkennen, wo noch Absatzmöglichkeiten bestehen“, betont Holger Richarz. Der Elektrogroßhändler hat mit Online Analytical Processing eine Analyseverfahren eingeführt, die deutlich wirksamer, schneller und wirtschaftlicher ist als ein Reporting, das sich aus Datenaufbereitungen in nächtlichen Zeitfenstern speist.

Online-Kennziffer: DBM18800

Die Team-Player

Sonepar Deutschland bezeichnet sich als Marktführer im deutschen Elektrogroßhandel und vertreibt Elektroartikel führender nationaler und internationaler Lieferanten an Kunden aus Handwerk, Handel und Industrie. Die Holding mit Sitz in Düsseldorf verantwortet das Geschäft in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Tschechien und Ungarn. Rund 5.000 Mitarbeiter in mehr als 250 Niederlassungen tragen zum Erfolg der Gruppe bei. Mehrere Regionalgesellschaften sorgen für die nötige Kundennähe und bieten den Kunden umfangreiche Sortimente sowie Service-, Beratungs- und Logistik-Dienstleistungen an.

Sonepar Deutschland gehört zur französischen Sonepar S.A., einem familiengeführten Unternehmen mit Sitz in Paris. Die Sonepar-Gruppe ist in 34 Ländern mit mehr als 2.100 Niederlassungen vertreten. 2008 erwirtschaftete Sonepar weltweit mit fast 35.000 Mitarbeitern einen Umsatz von rund 13 Milliarden Euro und baute damit die Position als Marktführer im Elektrogroßhandel in Europa aus. www.sonepar.de

objective partner zählt seit 1995 zu den innovativen Technologie- und Consulting-Unternehmen im deutschen Markt. Es hat sich auf die Themen IT-Management, Consulting Services, Information Management, SAP NetWeaver und Business Document Processing spezialisiert.

Mit individuellen Lösungen und Konzepten werden die Kunden unterstützt, ihre Leistungsstärke und damit den Unternehmenswert zu steigern. objective partner begleitet die Projekte ganzheitlich und professionell: von der Beratung über die Systemintegration bis zur Realisierung von komplexen und systemübergreifenden Geschäftsprozessen. Starke Partnerschaften mit IBM und SAP runden das Portfolio ab. Sie erzeugen Synergien und helfen Kunden aus zahlreichen Branchen wie Automotive, Telekommunikation, Pharma und Medizin, Banken und Versicherungen sowie dem öffentlichen Bereich, ihr Geschäft voranzutreiben.