

# CNO – NETZWERK 2008



## Kundenindividuelle Bestellplattform bei Coca-Cola Beverages

Fallstudie Coca-Cola Beverages

*Coca-Cola Beverages*

**UNIC**  
Internet Solutions

**Inhalt**

1	Coca-Cola Beverages	4
2	Key Account Shop als Teil des Relaunch von cokeonline.ch	5
3	Eine individuelle Bestellplattform für Key Accounts	6
4	Erste Erfahrungen und aktuelle Herausforderungen	8

Im Chief Networking Officer Netzwerk erforschen und entwickeln wir Ideen und Lösungen für ein besseres Verständnis der Anforderungen an die Informatik und der Nützlichkeit der Informatik für das Business. Das Projekt wird getragen von Partnern aus Wissenschaft, Wirtschaft und Verwaltung.

Mit Chief Networking Officer (CNO) ist jene Person gemeint, die in der Geschäftsleitung die Verantwortung für die Vernetzung des Unternehmens mit Kunden, Lieferanten und Partnern übernimmt. Der oder die CNO unterstützt unternehmensinterne und betriebsübergreifende Geschäftsprozesse mit Informatik und Telekommunikation, damit die beteiligten Mitarbeiter/innen effizient und effektiv zusammenarbeiten können.

Projektpartner des CNO Netzwerks sind: Institut für Organisation und Personal (IOP) der Universität Bern; ZAHW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Winterthur; Institut für Wirtschaftsinformatik, Abteilung Informationsmanagement (IWI) der Universität Bern; Institut für Marketing und Handel (IMH) der Universität St. Gallen; Schmalenbach-Gesellschaft; swiss interactive media association (simsa); SWISS MARKETING, Schweizerischer Marketing Club SMC CMS; Win Link; inno-swiss.com – Innovation made in Switzerland; Netzwoche; IT Business; inside-it.ch; Marketing & Kommunikation; IT newsbyte.com; ICT in Finance; Infoweek/IT-Reseller; Dr. Pascal Sieber & Partners AG.

## 1 Coca-Cola Beverages

Coca-Cola Beverages AG (CCB) ist die Lizenznehmerin für die Produktion und Distribution von Coca-Cola-Produkten in der Schweiz. Als Tochterunternehmen der europäischen Coca-Cola-Hellenic mit Sitz in Athen, produziert und füllt CCB die Fertigprodukte der Coca-Cola-Familie ab. Am Hauptsitz in Dietlikon und den Standorten in Bolligen und Bussigny beschäftigt CCB über 1'300 Mitarbeitende im Verkauf, in der Produktion und in der Logistik. Jährlich werden rund 330 Millionen Liter Coca-Cola-Produkte verkauft. Obwohl CCB die Produkte von allen Standorten ausliefert, wird die flächendeckende Erschliessung des Schweizer Marktes mit über 75'000 Verkaufsstellen erst durch die ca. 300 Getränkegrossisten und die rund 3'000 Getränkehändler sichergestellt.

Das Ziel, als professioneller Partner der Kunden die Rolle eines Leaders und Innovators wahrzunehmen, will CCB offline wie auch im E-Business erfolgreich umsetzen. Mit cokeonline.ch wird dazu ein Dienstleistungszentrum für Key Accounts, Getränkehändler und Grossisten bereitgestellt.

*Mathis Fluck,  
E-Business Coordinator*

*Coca-Cola Beverages*

**„Mit der neuen E-Commerce-Plattform profitieren unsere Kunden von einer ausgereiften und auf ihre Bedürfnisse angepassten Lösung. Sie bietet CCB die Basis für einen weiteren Ausbau des Online-Geschäfts und hilft dabei, mehr Bestellungen von den traditionellen Kanälen elektronisch abzuwickeln, was zu geringeren Kosten in der Bestellabwicklung führt.“**

Cokeonline.ch umfasst mehrere E-Shops und die Unternehmenswebsite von CCB. In dieser Fallstudie wird der Online-Getränkeshop für Key Accounts näher betrachtet. Diese Teillösung ist darauf ausgerichtet, grossen und dezentral organisierten Catering Unternehmen oder Restaurantketten die Bestellabwicklung zu vereinfachen. Durch den Einbezug von Drittprodukten wie beispielsweise alkoholhaltigen Getränken, steht den Key Accounts eine zentrale Bestellplattform zur Verfügung, über die sie ihren gesamten Bedarf an Getränken decken können.

Ansprechpartner	Unternehmen	Funktion
Mathis Fluck	Coca-Cola Beverages	E-Business Coordinator
Daniel Risch	Unic Internet Solutions	Senior Consultant
Nicole Scheidegger	sieber&partners	Autorin

*Abbildung 1: Ansprechpersonen*

## 2 Key Account Shop als Teil des Relaunch von cokeonline.ch

Die bestehende Online-Lösung von Coca-Cola Beverages (CCB) wurde seit dem Jahr 2000 stetig erweitert. Dies führte zu einer äusserst heterogenen Systemlandschaft. Abbildung 2 gibt einen Überblick über die verschiedenen Teilsysteme, die in den letzten Jahren das Online-Lösungsportfolio von CCB vervollständigt haben. Kern der Online-Plattform ist der B2B-Getränkeshop, der im Jahr 2001 startete und über den im Jahr 2007 rund 20% der Bestellungen der Getränkehändler ausgelöst wurden. Da das Kernsystem im Jahr 2007 das Ende des Lebenszyklus erreicht hatte und nicht mehr weiter unterstützt wurde, entschied sich CCB für einen kompletten Relaunch der Online-Aktivitäten.

Die frühere Lösung für Key Accounts basierte auf einer MS-Access-Datenbank. Sie war kaum in die Systeme von CCB integriert, bot aber im Unterschied zum B2B-Getränkeshop die Möglichkeit, Drittprodukte anzubieten.

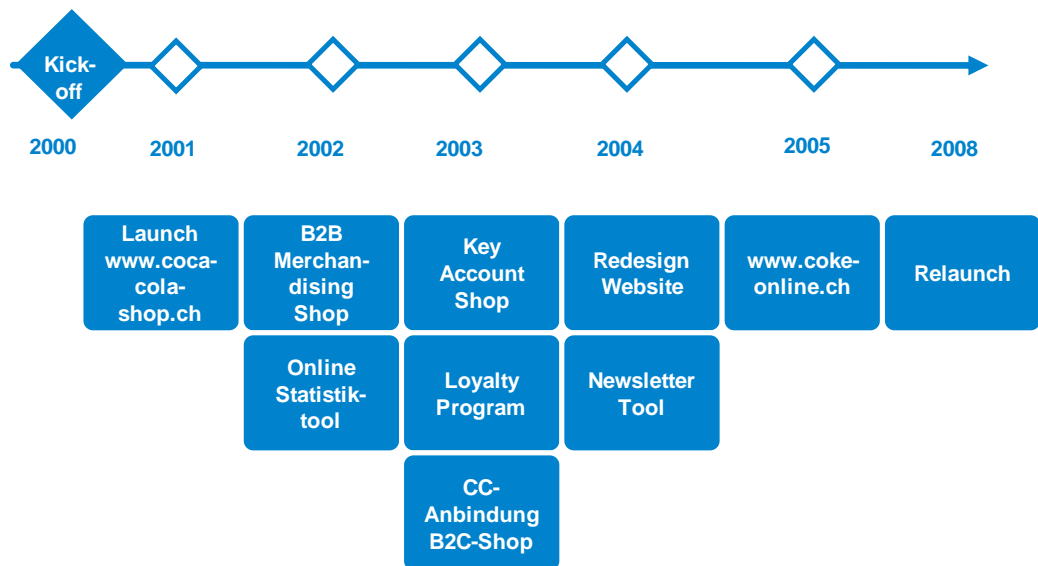


Abbildung 2: Ablösung einer über die Jahre heterogen gewachsenen E-Commerce Umgebung.

Ziel des Relaunch-Projekts war der Aufbau einer zentralen Basisplattform, die den gewachsenen Anforderungen gerecht wird und die gewohnten Funktionalitäten der alten Lösung unterstützt. Gleichzeitig sollte auch die Informationsarchitektur und das Look & Feel grundlegend überarbeitet werden. In Zusammenarbeit mit Unic erarbeitete CCB die Konzepte und Ideen für den Aufbau der Lösung auf der Grundlage des E-Commerce-Frameworks von hybris, das neben dem B2B Getränke-shop auch die Basis für den Key Account Shop, einen Prämienshop, die Corporate Website von CCB und einen B2C Merchandising Shop bilden sollte (vgl. Abbildung 3).

Zu Beginn des Projekts stand eine intensive Anforderungsanalyse, um die Bedürfnisse von CCB sowie die Komplexität der bestehenden Systeme zu erfassen. Die Umsetzung

wurde in drei Phasen unterteilt. In der ersten Phase wurden die Basisplattform, die Schnittstellen und der Getränkeshop für Key Accounts realisiert (Go Live im Juni 2008). Die zweite Phase beinhaltete einen B2B-Getränkeshop sowie die Corporate Website (Go Live Ende August 2008). In der dritten Phase wurde cokeonline.ch durch einen B2C-Merchandisingshop ergänzt (Go Live Oktober 2008).

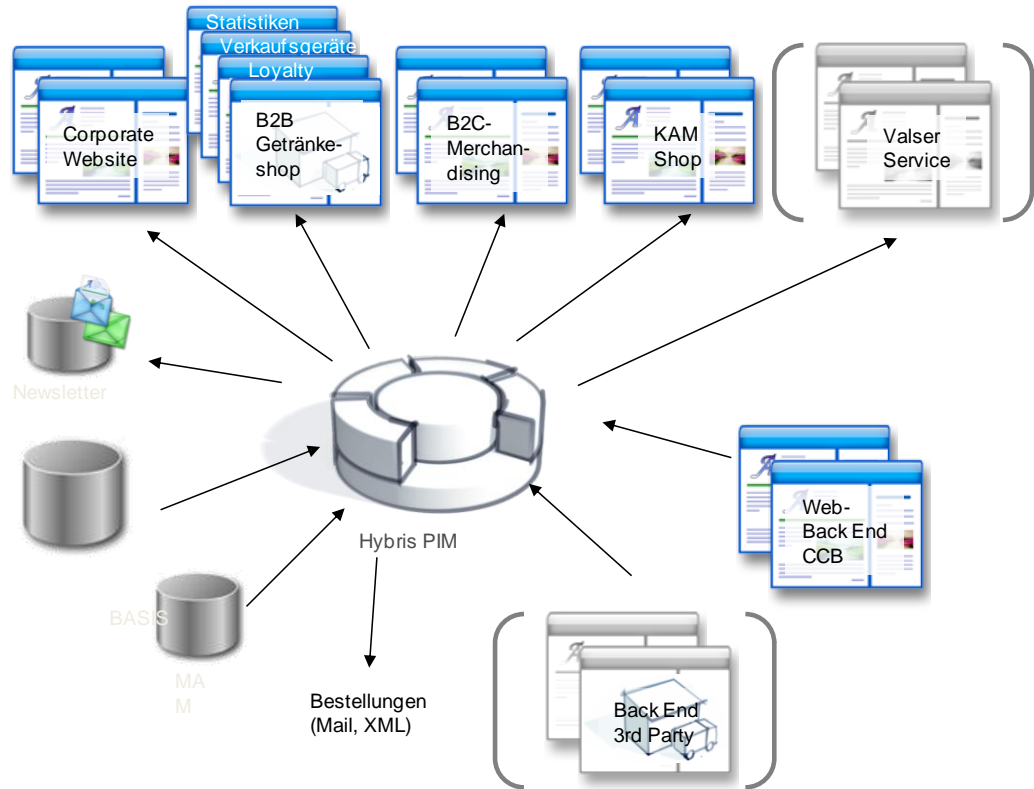


Abbildung 3: Visionärer Lösungsansatz mit einer zentralen E-Commerce Lösung.

Neben der Ausarbeitung von technischen und grafischen Konzepten lag der Fokus auf der Ausarbeitung des Datenmodells, das flexible Kombinationen von Lieferanten, Kunden, Produkten und individuellen Preisen ermöglichen musste. Dieses hatte auch Einfluss auf die Schnittstellendefinition zum ERP, mit dem täglich über 200'000 Datensätze ausgetauscht werden.

Im Folgenden wird auf die kundenindividuelle Bestellplattform für Key Accounts eingegangen.

### 3 Eine individuelle Bestellplattform für Key Accounts

CCB versteht unter dem Begriff „Key Account“ Grosskunden, die dezentral organisiert sind. Diese Unternehmen zeichnen sich dadurch aus, dass einem zentralen Einkauf

zahlreiche Standorte bzw. Filialen gegenüber stehen. Letztere tätigen den Einkauf gemäss den zentralen Vorgaben selbstständig. Der neue Key Account Shop bietet eine ideale Basis, um den Einkauf zu vereinheitlichen und der Zentrale sowohl eine bessere Übersicht, als auch Kontrolle zu gewährleisten. Gleichzeitig erleichtert der Key Account Shop die Bestellaufnahme für die einzelnen Betriebsleiter.

Die zentrale Einkaufsabteilung des Key Account ist dabei in erster Linie für die Rahmenverträge mit CCB verantwortlich. Darüber hinaus werden in Absprache mit CCB die verfügbaren Getränkehändler/Grossisten sowie das individuelle Teil-Sortiment pro Filiale festgelegt.

Loggen sich die Mitarbeitenden einer Filiale ein, haben sie Zugriff auf dieses vordefinierte Sortiment. Bei Produkten, die von mehreren verfügbaren Lieferanten angeboten werden, kann der bevorzugte Lieferant gewählt werden. Die Preise können sich dabei von Lieferant zu Lieferant unterscheiden. Abbildung 4 zeigt die Auswahl sowie die Detailinformationen der Lieferanten. Um die Auswahl zu vereinfachen, kann sowohl global als auch auf jedem Produkt ein Standard-Lieferant hinterlegt werden. Mit dieser Lösung werden für die Filialen die Freiheitsgrade bei der Wahl des Lieferanten bewahrt.

Artikel & VE	Pack.	Lieferant	Preis/VE	Menge	Einheit
Coca-Cola 24 x 0,5L	PET	Coca-Cola Beverages AG	29.52 CHF		VE
Coca-Cola zero 24 x 0,5L	PET	Lieferant A			
Coca-Cola light 24 x 0,5L	PET	Bitte auswählen			

Anzahl Produkte: 17  
 Seite < 1 2 >

Coca-Cola Beverages AG  
 Stationstrasse 33  
 Bestellbüro  
 8306 Brüttsellen  
 0848 26 22 26  
 E-Mail Adresse:  
 cokeonline.ch@cchellenic.com  
 Liefertage:

Abbildung 4: Auswahl des Lieferanten auf Produktebene.

Technisch werden alle Bestellungen, die über den Key Account Shop getätigt werden, über das System von CCB geroutet und in der gewünschten Form – XML, E-Mail oder Fax – an den jeweiligen Lieferanten bzw. Getränkehändler übermittelt.

Die Individualität der Lösung zeigt sich auf mehreren Ebenen. Das Sortiment wird für jeden Key Account individuell festgelegt. Für jede Filiale kann dieses weiter eingeschränkt oder erweitert und die für die Produkte zuständigen Lieferanten definiert werden. Die Lieferanten können mehrere regionale Getränkehändler oder Grossisten sein. Auch die Preise können individuell und bis auf Ebene Produkt, Lieferant und Filiale definiert werden. Die offensichtlichste Form der Individualisierung zeigt sich im Front-End (vgl. Abbildung 5). Dieses kann über Änderungen in der CSS-Datei an die Farbenwelt des Key Accounts angepasst werden, ohne das typische CCB Look & Feel zu verlieren. Individualität und Flexibilität ergeben sich aber nicht nur für die Key Accounts sondern auch für die Getränkehändler. Diese können ihre eigenen Artikelnummern hinterlegen lassen, damit sie automatisch mit denjenigen von CCB abgeglichen werden.

Der Getränkehändler/Grossist als Lieferant der Key Accounts arbeitet so selbständig mit seiner Systematik.

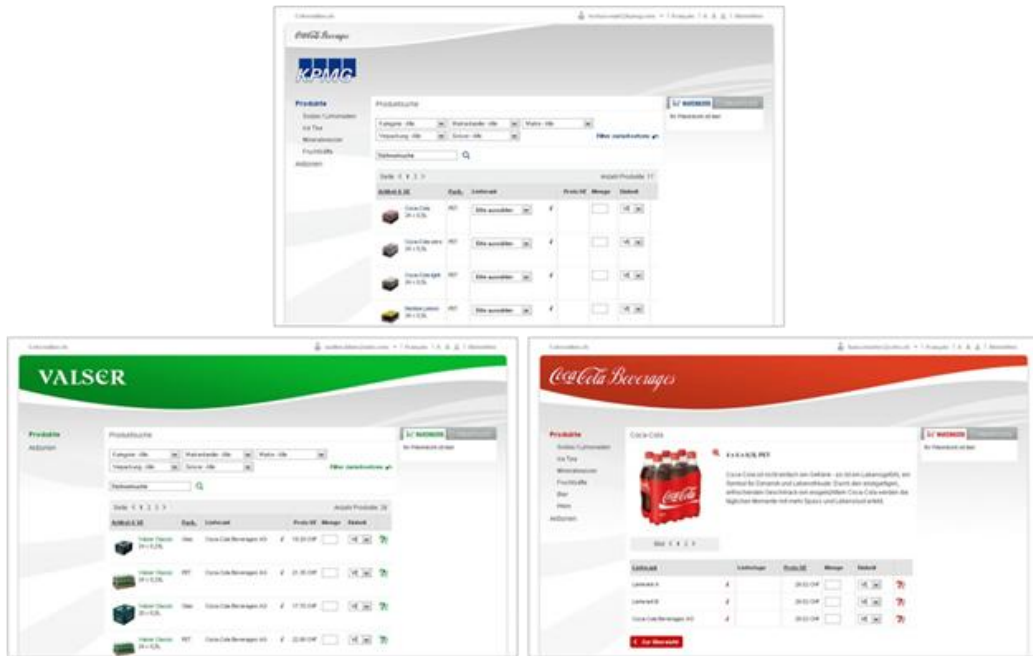


Abbildung 5: Flexibles Design und Drittprodukte für jeden Key Account.

Der Key Account Shop dient den Filialen des Key Account als zentrale Bestellplattform. Neben dem Key Account profitiert auch der regionale Getränkehändler/Grossist, der die Bestellungen in strukturierter Form auf dem von ihm gewünschten Kanal erhält.

Mit dem Key Account Shop bietet CCB seinen Key Accounts eine technisch ausgereifte Lösung, die einfach an die unterschiedlichsten Anforderungen dieser Grosskunden angepasst werden kann.

#### 4 Erste Erfahrungen und aktuelle Herausforderungen

Erste Erfahrungen zeigen, dass die Kunden optimal mit der neuen Lösung arbeiten können. Auch Funktionalitäten wie die parallel zum Warenkorb angeordnete Einkaufsliste werden gut verstanden und vereinfachen den Bestellprozess.

Aus technischer Sicht sind insbesondere die grosse Flexibilität der Lösung, das zugrunde liegende Datenmodell, die zentrale technische Plattform und die gemeinsame Verwendung von Produktdaten und Schnittstellen hervorzuheben. Die Realisation einer solchen Gesamtlösung erfordert ein leistungsfähiges Framework wie es in diesem Fall von hybrid zur Verfügung gestellt wird.

Ein nicht zu unterschätzender Nebeneffekt der Lösung ist, dass CCB sowie der Key Account besser informiert sind, an welchen Verkaufsstellen welche Produkte in welcher Menge tatsächlich abgesetzt werden. Dank dieser Informationen kann CCB zusammen mit dem Key Account die Marketing- und Verkaufsaktivitäten besser planen und effizienter gestalten.

Bei der Auftragsvergabe für den Key Account Shop war sich CCB bewusst, dass die grosse Flexibilität und die Potenziale der technischen Lösung nicht von Anfang an ausgeschöpft werden. Es ist daher ein erklärtes Ziel, in naher Zukunft zusätzliche Key Accounts auf die neue Plattform zu migrieren und somit die tatsächlichen Möglichkeiten der Lösung in die Praxis umzusetzen und intensiv zu nutzen. Mit dem Key Account Shop hat CCB die Basis für eine erfolgreiche, elektronische Zusammenarbeit mit den Key Accounts gelegt.