



Die Ermöglicher.

e-book

KatarGo, die ERP-Software für den Großhandel: So bleiben Sie als Großhändler wettbewerbsfähig

Der Großhandel hatte lange eine Sonderstellung inne. Als Bindeglied zwischen erzeugenden Unternehmen und gewerblichen Abnehmern wirkte die Position des Großhandels auf den ersten Blick zeitlos. Tatsächlich hat die Branche heute mit zahlreichen Herausforderungen zu kämpfen. Um diese erfolgreich zu meistern, benötigen Unternehmen ganzheitliche IT-Lösungen, mit denen sie breit aufgestellt sind. Die Wahl des richtigen ERP-Systems (Enterprise-Resource-Planning-System) kann dabei für ein Unternehmen von zentraler Bedeutung sein!

Eine individuelle Branchen-Softwarelösungen bieten eine breite Palette von Funktionalitäten, mit deren Hilfe sämtliche Geschäftsprozesse, etwa aus den Bereichen Vertrieb, Einkauf, Finanzen, Logistik oder Services, digital abgebildet und unterstützt werden können. In diesem E-Book betrachten wir zuerst die aktuellen Herausforderungen des Großhandels sowie die Anforderungen, die daraus entstehen. Anschließend werden daraus resultierend die wesentlichen Kriterien aufgezeigt, die Großhändler bei der Auswahl einer neuen ERP-Softwarelösung beachten sollten.

Herausforderungen für den Großhandel

Die Digitalisierung hat das Tagesgeschäft der Großhändler grundlegend verändert: Grund dafür sind zum einen ein verändertes Kaufverhalten der Kunden, aber auch dynamische Marktstrukturen und -Bedingungen. Während Großhändler früher

ihren festen Platz als Bindeglied zwischen Produzenten und gewerblichen Unternehmen innehatten, ist diese klassische Positionierung heute nicht mehr unantastbar.

Es gibt fünf Bereiche, die der Großhandel bei der Suche nach einer neuen ERP-Softwarelösung primär berücksichtigen sollte.

Wo früher Printmedien in Form von Katalogen und Flyern, der persönliche Kontakt mit dem Außendienstmitarbeiter oder die konkrete Anfrage, die erste Anlaufstelle für Kunden und Interessenten bei der Informationssuche waren, eröffnen digitale Medien und Kanäle heute viel mehr Kontaktpunkte. Allerdings haben dadurch neben den Großhändler auch die Hersteller selbst, dieselbe Chance, im Rahmen digitaler Marketing- und Vertriebsaktivitäten direkt mit Abnehmern auf allen Stufen bis hin zum Endkunden in Kontakt zu treten.

Auch von Kundenseite ist es somit – dank digitaler Verkaufsplattformen, die auch von Herstellern direkt beliefert werden – relativ einfach möglich, den traditionellen

Großhandel außen vorzulassen. Die klassische Marktstruktur, bei der Hersteller die Großhändler, die Großhändler gewerbliche Kunden und diese wiederum Endkunden beliefert haben, ist aufgebrochen. Hersteller können inzwischen alle Abnehmer bedienen: Großhändler, gewerbliche und private Unternehmen - sowie Handelsplattformen.

Digitale Verkaufsplattformen als Chance für neue Märkte

Macht diese Entwicklung den Großhandel auf Dauer obsolet? Keineswegs! Denn auch für Großhändler eröffnen sich neue Perspektiven: Auch sie können durch die Nutzung digitaler Vertriebskanäle wie Marktplätzen neue Kundengruppen erreichen und bestehenden Kunden zusätzliche digitale Serviceangebote unterbreiten. Digitale Verkaufsplattformen bieten aber auch einfache Einstiegspunkte für neue Marktteilnehmer. Datengetriebene Startups – meist Vorreiter der Digitalisierung – sorgen für zusätzlichen Wettbewerb und sind klassischen Unternehmen oft einige Schritte voraus, was effiziente und nahtlos vernetzte Prozesse angeht.

Auch die Internationalisierung macht vor dem Großhandel nicht halt. Dank einfacherer Versand- und Bestellmöglichkeiten über das Internet werden heutzutage internationale Händler ebenfalls zur Konkurrenz: Sind Lieferbedingungen und Preise für Kunden nahezu gleich, wird der Standort des Anbieters zur Nebensache. Händler, die bisher eine Nischenposition



Wie gelingt es Unternehmen, diesen Herausforderungen zu begegnen?

Kundenbindung war schon immer ein zentraler Erfolgsfaktor für Großhändler. In der digitalisierten Welt, in der die Hürden eines Anbieterwechsels immer niedriger werden, gilt es hierauf besonderes seinen Augenmerk zu richten. Um dem Preis- und Margendruck etwas entgegenzusetzen und Abwanderung zu Wettbewerbern zu verhindern, müssen Großhändler Mehrwertkonzepte entwickeln, die das eigene Unternehmen deutlich von anderen abheben. Anschauliche Beispiele finden sich zum Beispiel im Bereich des Baubedarfshandels: Um Materiallieferungen für Baustellen zeitunabhängig zu gestalten, stellen Anbieter diebstahlsichere Paketstationen auf den zu beliefernden Baustellen auf. So kann Material bedarfsgerecht über Nacht geliefert und Arbeitsunterbrechungen können minimiert werden.

Auch spezielle Apps oder andere Besonderheiten, die Kunden das Tagesgeschäft erleichtern, können Großhändler vom Wettbewerb abheben und so zusätzliche Kaufanreize – neben Preisen und anderen Services – schaffen.

Kundenkommunikation und guter Service bleiben mit die wichtigsten Säulen, die ein Unternehmen erfolgreich machen. Den erwarteten Servicestandard zu erfüllen, ist daher für Großhändler essenziell. Ein Unternehmen kann noch so viele zusätzliche Mehrwerte bieten, wenn Mindestanforderungen – schnelle, transparente und zuverlässige Lieferung – nicht erfüllt werden, wenden sich auch Bestandskunden urplötzlich der Konkurrenz zu.

inehatten, haben dadurch plötzlich mit mehr Wettbewerb zu kämpfen. Umgekehrt eröffnen diese Veränderungen vielen Großhändlern wiederum den internationalen Markt. Dadurch entstehen einerseits große Chancen, andererseits aber auch weitere Herausforderungen: So kommt es für international agierende Unternehmen der Branche darauf an, in einem einzigen System verschiedene Währungen, nationale Regelungen, Standorte und Logistikpfade abzubilden.

Überall dort präsent zu sein, wo sich die Konkurrenz – oder zumindest die eigene Zielgruppe – tummelt, ist eine weitere große Herausforderung, der Großhändler begegnen müssen. Ein moderner Webshop mit responsivem Design, einfach mit Handy oder Tablet zu bedienen, ist heute nahezu Pflicht. Jüngere B2B-Kunden nutzen allerdings nicht mehr nur den Webshop eines Händlers, sie informieren sich außerdem auf Vergleichsportalen, Social-Media-Plattformen oder bei Amazon. Für Großhändler ist es daher besonders wichtig, mehr als nur einen Vertriebskanal zu nutzen um an möglichst vielen Stellen präsent zu sein.

Prozessoptimierungen sind gefordert

Kundenerwartungen aus dem B2C-Bereich spielen ebenso eine wichtige Rolle: Jeder B2B-Kunde ist privat auch ein B2C-Kunde, der sich daran gewöhnt hat, dass Bestellungen schnell, einfach und transparent ablaufen. Auch das Thema Preistransparenz spielt dabei eine wichtige Rolle. Dank Online-Vergleichen erhalten Abnehmer heute eine deutlich bessere Verhandlungsposition im Preisgespräch. Damit sie konkurrenzfähig bleiben, müssen Großhändler daher alle Prozesse rund

um Bestellung, Versand und Verwaltung optimieren, um auskömmliche Margen bei wettbewerbsfähigen Preisen zu gewährleisten. Neben Preis und Qualität der Ware ist die schnelle Verfügbarkeit ein entscheidendes Kriterium für viele Käufer. Aber auch persönliche Beratung und außergewöhnlicher Service sind für Interessenten ausschlaggebend bei der Wahl des Anbieters.

Neben den Auswirkungen der Digitalisierung machen auch veränderte Logistikprozesse der Branche zu schaffen: Weniger Lagerhaltung und Just-in-time-Anforderungen erfordern eine datengestützte Planung, damit es nicht zu Lieferengpässen oder Verspätungen kommt. Ein weiterer Trend, der damit einhergeht und das Problem noch verschärft, ist die Tendenz hin zu immer kleineren Bestellungen, was die Anzahl der Sendungen zusätzlich erhöht. Nur mit zuverlässigen Lieferketten und effizienten, schlanken Prozessen können Großhändler heute noch wettbewerbsfähig bleiben.



Für den Großhandelskunden von heute bedeutet guter Kundenservice: gute Erreichbarkeit bei Fragen, schnelle Bearbeitung und persönliche Ansprechpartner, die individuell beraten. Liefertreue ist der Kern eines guten Kundenservice. Kunden wollen und müssen sich darauf verlassen können, dass Vereinbarungen eingehalten werden. Das gelingt allerdings nur, wenn Lieferketten optimiert und transparent gestaltet sind. Track-und-Trace-Systeme, die Kunden jederzeit ermöglichen, ihre Bestellung zu verfolgen, gehören heute zu den Standardfeatures, die Händler anbieten müssen.

Die ERP-Software als digitales Unternehmensherzstück

Auch Kooperationen können Großhändlern helfen, mit den aktuellen Herausforderungen Schritt zu halten. Branchenverbände ermöglichen es Großhändlern, sich mit Mitgliedern auszutauschen, die vor denselben Herausforderungen stehen, wie sie selbst. Aber auch direkte Partnerverträge mit bekannten Herstellern können einen großen Vorteil für Händler darstellen, da sie so eine Position einnehmen, die sie vom Wettbewerb abhebt. Bei all diesen Anforderungen muss Kosteneffizienz für Großhändler durchgehend gewährleistet bleiben. Automatisierte Abläufe helfen dabei, Prozesse effizient zu gestalten und Kosten zu sparen. In der Summe zeigt sich: Die Herausforderungen für den Großhandel sind enorm. Kein Wunder, dass immer mehr Großhändler dazu übergehen, ihre Prozesse zu optimieren und zu digitalisieren, um für die Herausforderungen der Zukunft gewappnet zu sein.

Die ERP-Software nimmt dabei eine zentrale Rolle ein und bildet ein digitales Unternehmensherzstück, in dem alle Fäden zusammenlaufen. Im folgenden Kapitel werden deshalb einige wichtige Kriterien vorgestellt, auf die Großhändler bei der Auswahl einer neuen ERP-Lösung achten sollten.

1. Multi-Channel-Konzepte

Wer eine breite Masse an Unternehmen oder auch nur die neue, junge Generation von Entscheidern ansprechen möchte, kommt heute an Online-Kanälen nicht mehr vorbei. Ein Webshop, der leicht und intuitiv zu bedienen ist und alle wichti-



Auswahlkriterien: Was sollte eine ERP-Software unterstützen?

Wir konzentrieren uns auf fünf Bereiche, die der Großhandel bei der Suche nach einer neuen ERP-Software primär berücksichtigen sollte.

gen Informationen zu den angebotenen Produkten liefert, ist dabei die Mindestanforderung. B2B-Webshops müssen dabei nicht nur individuelle Konditionen anbieten können, sondern zusätzliche Informationen zu Verfügbarkeit und Produkteigenschaften bereitstellen, die Interessenten zeitraubende Rückfragen ersparen und spürbare Mehrwerte bieten. Aber auch Marktplätze wie Amazon, Ebay und Co. werden zunehmend für viele Großhändler wichtige Vertriebswege. Gerade jüngere Entscheider in Unternehmen nutzen solche Plattformen oft als erste Anlaufstelle, um sich über Produkte und Anbieter zu informieren.

Werden die Waren auch direkt auf diesen Plattformen zu wettbewerbsfähigen Konditionen angeboten, fallen Hürden wie die Suche nach weiteren Anbieterseiten und die Erstellung neuer Benutzerkonten

weg. Viele Interessenten scheuen sich außerdem, immer neue Konten für einzelne Websites zu verwalten. Aus diesen Gründen sollten Großhändler nicht nur einen – oder mehrere – eigene Onlineshops betreiben, sondern auch auf den relevanten Verkaufsplattformen und Marktplätzen vertreten sein. Wichtig dabei ist: Sowohl eigene On-lineshops als auch Marktplätze sollten an die ERP-Softwarelösung angebunden sein, um Prozesse automatisiert und nahtlos zu gestalten. Das ERP-System wird dadurch zum Backoffice, das die Mitarbeiter in ihrem Alltagsgeschäft spürbar entlastet. Durch die Integration von Onlineplattformen und ERP-Software werden Bestellaufträge von Kunden automatisiert und ohne händisches Zutun weiterverarbeitet. Sie müssen anschließend nur noch durch einen Mitarbeiter überprüft werden – Kunden legen damit quasi ihre eigenen Aufträge selbst bei der Bestellung an.

Lästige und fehleranfällige Übertragungsarbeit entfällt damit gänzlich. Auf diese Weise können auch die Aufträge und Abrechnungen der Marktplätze automatisiert verarbeitet sowie Daten gesammelt und ausgewertet werden – ohne, dass ein manueller Aufwand entsteht. Eine Integration der Online-Plattformen ist bei Multi-Channel-Konzepten essenziell, da Daten so an zentraler Stelle gepflegt werden können. Dadurch entsteht deutlich weniger Aufwand bei der Angebotspflege. Neben den digitalen Kanälen dürfen die traditionellen Kontaktpunkte zum Kunden nicht außer Acht gelassen werden. Auch der klassische Verkaufsaußendienst sollte durch mobile Anwendungen und Apps unterstützt werden und alle Kundendaten und im Verkaufsgespräch benötigte Informationen jederzeit zur Hand haben. Im Verkaufsdienst sorgen Call-Center-Funktionalitäten, Kundencockpits und automatische Benachrichtigungen zu Bestellstatus und Lieferzeiten für verlässliche Kommunikation und Dialog mit den Kunden.

2. Logistik und Lagerverwaltung

Logistik muss effizient sein und stets reibungslos funktionieren. Ein modernes ERP-System unterstützt alle aktuellen Technologien, die Lagerhaltung und Logistik optimieren. So können durch leistungsfähige Lagerverwaltungssysteme Lagerkapazitäten optimal genutzt, Einlagerung und Kommissionierung platz- und wegeoptimiert gesteuert, und durch insgesamt verringerte Durchlaufzeiten wertvolle Ressourcen gespart werden. Falls erforderlich, können zeitgemäße ERP-Lösungen zusätzlich externe Spezialsoftware für die Logistik anbinden: Automatisierte Materialflusssysteme befördern dann Waren ganz ohne menschliches Zutun zum Zielort, händische Sortierungen werden durch Pick-by-Voice, eine audiobasierte kommissionier Hilfe, oder durch Put-to-Light-Systeme, bei denen Waren gescannt und von einem Mitarbeiter zu einem mit Licht markierten Ablageort gebracht werden, optimiert und beschleunigt. Mobile Endgeräte unterstützen dabei die Mitarbeiter bei jedem Arbeitsschritt.

Durch die nahtlose Vernetzung all dieser Prozesse mit dem ERP-System können dank Analysen und Kennzahlen in kürzester Zeit datengestützte Entscheidungen getroffen werden. Darüber hinaus lassen sich mit einer zukunftsfähigen ERP-Lösung komplexe Lagerumgebungen über alle Standorte hinweg abbilden. Sofern Unternehmen mit externen Dienstleistern in der Logistik zusammenarbeiten, müssen diese Unternehmen an die ERP-Software angebunden werden. Besteht ein Unternehmen aus mehreren eigenständigen Tochterfirmen mit einer gemeinsamen Warenwirtschaft und Logistik, werden zudem Mehrmandantenlösungen mit einer passgenauen Abbildung im zentralen ERP-System wichtig.

Wichtig bei der Auswahl einer neuen ERP-Software sind für den Großhandel zudem die Möglichkeiten rund um den Versand. Die Softwarelösung muss zum einen verschiedene Lieferadressen für unterschiedliche Filialen und Lager desselben Kunden unterstützen. Zum anderen benötigen viele Großhändler auch die Möglichkeit des neutralen Versands, um Streckenlieferungen, bei denen die Ware ohne Umwege direkt an die Kunden der Zwischenhändler geschickt werden (Drop-Shipping), zu unterstützen. Der Großhändler wird so zum Fulfillment-Partner für seine Kunden.

Die Erwartungen der Kunden an den Versand ihrer Einkäufe sind groß. Maximale Transparenz über den gesamten Ver-

sandweg hinweg durch Track-and-Trace sowie eine möglichst exakte Prognose des Lieferzeitpunkts gehören mittlerweile zum Standard. Voraussetzung hierfür ist die Einsatzplanung des eigenen Fuhrparks bzw. die Anbindung des jeweiligen Paket- oder Speditionsdienstleisters. Durch Sendungsverfolgung und automatisierte Statusmeldungen wissen Kunden dank nahtloser Integrationen stets, wo ihre Lieferung sich gerade befindet. Unabdingbar ist dabei die Verwaltung unterschiedlichster Lieferadressen seitens des Kunden, seien es Privatadressen, Firmenanschriften, Lager, Dropboxen oder Packstationen – je flexibler, desto besser.

Nicht zuletzt sollte mit dem ERP-System jede Versandart optimal unterstützt werden, egal ob Kleinstsendung, Paket oder Speditionsversand auf nationaler oder sogar internationaler Ebene.

3. Disposition und Einkauf

Von einer zeitgemäßen ERP-Lösung profitieren auch Beschaffung und Disposition. Idealerweise werden dank datengestützter Bestellvorschläge die gewünschten Produkte in der passenden Menge zur richtigen Zeit und zu den besten Konditionen eingekauft; dazu gehören auch Angebotsvergleiche mehrerer potenzieller Zulieferer und Nachverhandlungen. Moderne Lösungen ermöglichen Disposition auch für Saisonware, zum Beispiel für das Sommer- oder Weihnachtsgeschäft, die nicht zu gleichen Mengen wie andere Produkte bevorratet werden muss.





Mit der richtigen ERP-Branchensoftware-Lösung kombinieren Sie zukunftsweisende Technologie mit umfassender Funktionalität speziell für den Großhandel

Eine zeitgemäße ERP-Software-Lösung berücksichtigt saisonale Schwankungen und erstellt Bestellrechnungen anhand von Datenauswertungen vergangener Jahre, aktueller Auftrags- und Bestands-situation laufender Kampagnen und Absatzplanungen. In Zukunft werden hier Lösungen auf KI-Basis (künstliche Intelligenz) eine wesentliche Rolle spielen.

Nicht zuletzt kann mit einem modernen ERP-System die gesamte Lieferkette in der Beschaffung überblickt werden, von der Anfrage über die Bestellung, den Transport bis hin zur Warenannahme. Durch eine exakte Verfolgung der Einkaufssendungen, z.B. Seefracht-Containerlieferungen, können erwartete Lieferzeiten und damit Warenverfügbarkeiten verlässlich berechnet werden. Eine Wareneinkaufskalkulation, die Zoll-, Fracht- und weitere Nebenkosten berücksichtigt, sorgt für transparente Zahlen.

4. Finanzmanagement

Die Preise für Waren sind im Großhandel in der Regel kundenindividuell und erst nach Anmeldung im B2B-Webshop sichtbar. Eine ERP-Lösung muss daher die speziellen Konditionen kundenspezifisch erfassen und nahtlos mit dem Shop verbunden sein, damit jeder Kunde die für ihn kalkulierten Preise und Konditionen sieht. Im Großhandel ist der Rechnungskauf noch immer das meist genutzte Bezahlungssystem. Zielen Großhändler jedoch auch darauf, Endkunden direkt zu beliefern, sind weitere Methoden wie Sofortüberweisungen, Kreditkarten oder PayPal allerdings Pflicht. Im Idealfall werden alle Ab-

rechnungen von Zahlungsdienstleistern integriert verarbeitet und Rechnungen automatisiert erstellt, so dass keine händischen Vorgänge mehr notwendig sind.

Idealerweise enthält die ERP-Software eine Komplettlösung für das Finanzmanagement und ermöglicht so Transparenz durch reibungslose und durchgängig integrierte Prozesse in der Finanzbuchhaltung und dem Controlling. Diese Lösungen ermöglichen beispielsweise die vereinfachte Abwicklung von Zahlungsprozessen, unterstützen nationale und internationale Zahlungsformate und automatisieren Buchhaltungsvorgänge weitestgehend. Wesentliche Finanz- und Unternehmenskennzahlen werden immer aktuell berechnet, grafisch aufbereitet und zentral verfügbar dargestellt, um jederzeit einen Überblick über die Unternehmensleistung zu gewährleisten. Detaillierte Analysen ermöglichen zielgerichtete Maßnahmen und Korrekturen, wenn die zentralen Kennzahlen einen Handlungsbedarf signalisieren.

Beinahe schon selbstverständlich ist die Vernetzung mit Banken, um den Zahlungsverkehr effizient und weitestgehend automatisiert abwickeln zu können. Ein deutlicher Mehrwert liegt in der gesteuerten Einleitung von Mahn- und Inkassoverfahren, die durch digitale Prozesse wesentlich effizienter und schneller gestaltet werden können.

5. Flexibilität

ERP-Systeme können auf verschiedene Arten bereitgestellt werden:

Zu den bekanntesten Varianten gehört die traditionelle On-Premise-Lösung, bei der die Software beim Kunden vor Ort auf eigenen Servern läuft, Updates manuell eingespielt werden und die Wartung oft intern durchgeführt wird. Diese Variante eignet sich vor allem für Unternehmen, die bereits über die nötige IT-Infrastruktur verfügen und alles selbst verwalten möchten.

Das zeitgemäße Gegenstück dazu ist die Cloud-Lösung. Diese Lösungen werden in der Regel in einem Abo-Modell bereitgestellt und in einer Cloud gehostet. Dank externer Server wird in diesem Fall keine leistungsstarke IT-Infrastruktur benötigt, wodurch hohe Anfangsinvestitionen in Lizenzen und Hardware, die bei der altbekannten On-Premise-Lösung ein Muss ist, entfallen. Wartungen und Updates sind meist im Service mit inbegriffen und werden vom Anbieter für den Kunden durchgeführt. Dank des Abo-Modells zahlen Unternehmen hier nur für die Features und Kapazitäten, die sie auch wirklich nutzen und können diese jederzeit flexibel anpassen. Diese Variante eignet sich besonders für Unternehmen, die immer von den neuesten Updates profitieren möchten und ein flexibel erweiterbares System suchen. Startups und wachstumsstarke Unternehmen, die sich ein skalierbares System wünschen, profitieren besonders von dieser Lösung. Auch Hybridmodelle, also Kombinationen aus Cloud und On-Premise, sind möglich.

Großhändler sollten darauf achten, dass die jeweilige Bereitstellungsart bestmöglich zum Unternehmen passt. Flexibilität, Skalierbarkeit, eine Entlastung der eigenen IT-Abteilung und neue Technologien sind dabei entscheidende Faktoren.

Um für die Herausforderungen der Gegenwart und der Zukunft gewappnet zu sein, benötigen Großhändler Softwarelösungen, die mit den Anforderungen des Marktes und der Kunden wachsen. Das ERP-System steht dabei im Mittelpunkt und dient als Schaltzentrale für alle Unternehmensbereiche. Durch Digitalisierung und Automatisierung von Prozessen sorgen moderne ERP-Lösungen für schlanke Abläufe, die Großhändler in die Lage versetzen, weiterhin dynamisch zu wachsen, ohne dabei massiv Personal aufstocken zu müssen. Ganz egal, ob es darum geht, das Unternehmenswachstum voranzutreiben, neue Märkte zu erschließen oder die eigene Organisation agiler und effizienter zu gestalten: Es kommt auf die richtige ERP-Lösung an.

Alle Faktoren auf einen Blick:

Multi-Channel-Vertrieb

- Verwaltung verschiedener Verkaufskanäle
 - Integration von Online-Shops und Marktplätzen
 - Außendienstunterstützung mit mobilen Endgeräten
 - Kommunikationscockpit für Callcenter / Verkaufsinendienst
 - Katalogverkauf
 - Filialen
- individuelle Preisfunktionen wie Staffeln, Rabatte oder Bundles
- Cross- und Upselling

Logistik

- Integriertes Lagerverwaltungssystem, alternativ Anbindung von externen Logistiksystemen oder Fulfillment-Dienstleistern
- Zentrale Steuerung von Warenbewegungen und Arbeitsabläufen durch Anbindung
 - mobiler Endgeräte
 - Staplersysteme
 - Put-to-Light-Systeme
 - angesteuerter Materialflusssysteme für die Fördertechnik
- Anbindung von Speditionen und Lieferdiensten im Versand
- Abbildung komplexer Lagerumgebungen über verschiedene Standorte hinweg
- Verringerung von Durchlaufzeiten
- Kennzahlen und Reportings rund um Logistik und Lieferketten

Disposition und Einkauf

- Kreditorenverwaltung
- Artikelkataloge
- Bestellrechnung unter Berücksichtigung saisonaler Schwankungen und Verkaufstrends
- Sendungs- und Containerverwaltung
- Absatzplanung
- Überblick über Lieferanten bzw. Lieferkette

Finanzmanagement

- Integriertes Finanzmanagement
- Bonitätsprüfung
- Mahnwesen
- Inkasso
- Anbindung von Banken und Zahlungsdienstleistern
- Insights: Transparente Zahlen und Auswertungen

Flexibilität

- Bereitstellung:
 - Cloud-On-Premise
 - Hybrid
 - Lizenzierung
 - Kauf
 - Abonnement / Subscription
 - Standardisierte Schnittstellen
 - Skalierbarkeit
 - Integration von Cloud-Services



B.i.Team

Gesellschaft für
Softwareberatung mbH
An der RaumFabrik 33c
76227 Karlsruhe

T +49 721 27662 0
F +49 721 27662 999
experten@biteam.de
www.biteam.de

