

Projektvorstellung Lonza Group Ltd.:

Rund um die Uhr können Forschungslabore bei Lonza online Wirkstoffe recherchieren und Forschungsmaterialien bestellen.

Lonza



Auf einen Blick

Unternehmen

Lonza Group Ltd.
Basel, Schweiz
Life Sciences
www.lonza.com

Herausforderungen

- ▶ Realisierung des Webshops „Lonza Bioscience“ im Rahmen der E-Business Strategie
- ▶ B2C-Webshop mit weltweiter Bestellmöglichkeit
- ▶ Erschließung neuer Verkaufspotenziale
- ▶ Gleichzeitige Einführung von SAP ERP und Integration des Webshops in das SAP ERP-System

Highlights

- ▶ Webshop auf Basis von SAP CRM E-Selling
- ▶ B2C-Webshop mit B2B-Funktionen
- ▶ Automatische Kreditkarten-Abwicklung über externen Dienstleister

Kundennutzen

- ▶ Kreditkartenzahlung und weltweite Bestellmöglichkeiten
- ▶ Ausführliche Produktbeschreibungen mit vielen Zusatzinformationen
- ▶ Umfangreiche Produkt-Recherche in sechs Katalogen mit Freitext-Suche
- ▶ Online-Bestellmöglichkeit von rund 600 Produkten mit Verfügbarkeitsanzeige
- ▶ Shopping-Basket mit Promotion-Code, Cross-Selling, Echtzeit-Preisfindung

Software-Umgebung

- ▶ SAP CRM 2007 Sales, Marketing und Service
- ▶ SAP ERP

Allein in Europa, Japan und den USA leiden etwa 75 Millionen Menschen an Osteoporose. Um den raschen Abbau der Knochensubstanz und -struktur zu verhindern, erforscht die Pharmaindustrie geeignete Arzneimittel.

Die dazu notwendigen Produkte und Wirkstoffe können Labore, Universitäten sowie Forschungs- und Entwicklungsabteilungen der pharmazeutischen Industrie schnell und rund um die Uhr über den Webshop der Lonza Group Ltd. recherchieren, auswählen und erwerben. Das Unternehmen ist einer der weltweit führenden Anbieter von Produkten und Dienstleistungen für die Life-Sciences-Branche.

Ausbaufähiger Webshop als Bestandteil einer umfassenden E-Business-Strategie

Der Impuls zum Aufbau eines Online-Kanals kam aus den USA: Im Februar 2007 kaufte Lonza ein US-amerikanisches Unternehmen, das über einen Webshop Forschungsmaterialien für Forschungslabore verkaufte und damit den Kunden die Möglichkeit bot, rund um die Uhr Wirkstoffe zu recherchieren und einzukaufen. Lonza beschloss unternehmensweit einen Online-Vertriebskanal aufzubauen, um den Kunden bestmöglichen Zugang zu den Produkten zu ermöglichen. Der US-Shop konnte jedoch nicht problemlos erweitert werden, da es sich um eine nicht ERP-basierte Eigenentwicklung handelte, die nur schwer in die bestehende IT-Landschaft der Lonza integriert werden konnte. Daher beschloss Lonza im Rahmen der umfassenden E-Business Strategie, den Webshop auf Basis von SAP CRM aufzubauen und die bestehenden Shop-Funktionalitäten in den SAP-basierten Webshop zu transferieren. So konnte sichergestellt werden, dass der

Webshop zukunftsfähig ist und jederzeit auf weitere Gesellschaften und Geschäftsbereiche ausgebaut werden kann.

„Die SAP-Shoplösung ist ein wesentlicher Bestandteil einer umfassenden E-Business-Strategie und bildet das Fundament zur Erschließung neuer Verkaufspotenziale. Mit SAP als Basis sind die Prozesse des Shops vollständig integriert, somit zukunftsfähig und jederzeit erweiterbar“, erläutert Philippe Gerwill, E-Business Director bei Lonza.

Erwartungen erfüllt: Webshop reibungslos realisiert

Im September 2007 startete Lonza mit der Realisierung des Webshops. Dabei arbeitete das Unternehmen eng mit movento Schweiz AG zusammen, Beratungsdienstleister für Kundenbeziehungsmanagement und SAP Services Partner.

„movento hat bereits die SAP CRM Einführung bei Lonza erfolgreich realisiert und war daher Partner der Wahl für die Einführung des Webshops“, so Alain Sterren, IT-Projektleiter bei Lonza.

Neben der Implementierungsberatung stand movento den IT-Mitarbeitern bei Lonza mit umfassenden Lösungs-Know-how zur Seite.

Alain Sterren: „Wir konnten den Webshop innerhalb von acht Monaten im vorgegebenen Zeit- und Kostenrahmen reibungslos realisieren. Unsere Erwartungen an movento wurden absolut erfüllt.“

Verkaufsplattform und Informationspool mit B2B- und B2C-Funktionen

Seit Mai 2008 ist der Webshop live. Forschungseinrichtungen und Pharma-Labore können rund 600 Verbrauchsgüter für ihre tägliche Arbeit online ordern. Dabei ist der Webshop keine reine Verkaufsplattform, sondern fungiert auch als Nachschlagewerk und Informationspool für die Lonza-Artikel. Der Shop vereint B2B- und B2C-Funktionen. So ist der Shop beispielsweise zunächst für alle Internet-Nutzer frei zugänglich. Ohne Registrierung können jederzeit Produktinformationen recherchiert werden. Eine Zugangs-Beschränkung erfolgt erst beim Kauf. Hier müssen sich Nutzer registrieren und der Customer Service prüft zunächst, ob sie zum Erwerb der biomedizinischen Produkte berechtigt sind.

Die Preise werden je nach Land des Käufers in verschiedenen Währungen angezeigt, individuelle Preise unter Berücksichtigung von Rabatten können nur registrierte Nutzer einsehen.

Im Shop ist ein Katalog mit neun Varianten zur Produkt-Recherche hinterlegt, in denen Anwender nach bestimmten Kategorien recherchieren können. Außerdem stehen drei Ansichten zur Verfügung, so dass je nach Kunde spezifisch gefilterte Daten angezeigt werden können. Neben der Katalog-Recherche gibt es eine zusätzliche Freitext-Suche und die Direkt-Auswahl über die Eingabe der Produkt-Nummer. Durch die Direkt-Auswahl können Nutzer bis zu zehn Produkte in gewünschter Stückzahl direkt in den Waren-



korb legen. Registrierten Nutzern wird der Einkauf über die Verwaltung von Favoriten erleichtert.

Zusatznutzen durch Erweiterungen

Über die Standardfunktionen hinaus hat movento noch zusätzliche Erweiterungen umgesetzt. So lassen sich durch die Eingabe von Promotion-Codes zielgruppenbegrenzte Marketingaktivitäten realisieren. Auch die Anzeige von Liefer- und Rechnungsinformationen ist eine von movento realisierte Erweiterung, ebenso wie die Verfügbarkeitsprüfung: Innerhalb des Warenkorbes wird die Verfügbarkeit des jeweiligen Produkts direkt online überprüft und angezeigt. Der Nutzer kann zudem bei unvollständigen Verfügbarkeiten wählen, ob er eine Teillieferung erhalten oder auf die Komplettlieferung warten will.

Für die einfache und schnelle Zahlungsabwicklung hat movento die erweiterte Kreditkarten-Funktion in den Shop eingebunden: Die Abwicklung der Kreditkarten-Zahlung erfolgt voll automatisch über einen externen Dienstleister.

Customer Service entlastet

Durch die Online-Bestell-Möglichkeit für Kunden wurde der Customer Service bei Lonza entlastet. Die Kunden ordern ihre Produkte nicht mehr per Telefon beim Customer Service sondern eigenständig per Internet. Durch die Integration in das SAP ERP-System

werden Aufträge automatisch abgewickelt und müssen nicht mehr manuell weiterbearbeitet werden. Registriert sich ein Käufer erstmalig, überprüfen Mitarbeiter den Kundenstammsatz im CRM und kontrollieren, ob der Kunde bekannt ist und Angaben zum Ansprechpartner angelegt sind. Erst dann erfolgt die Übermittlung der Bestellung. Ist der Kunde bereits erfasst, wird der Auftrag automatisch an das ERP-System weitergeleitet und dort abgewickelt.

Erweiterung des Webshops um neue Länder und Produkte

Über den Online-Shop kann Lonza neue Kunden gewinnen und bestehenden Kunden schnell und einfach Zugang zu den Produkten ermöglichen. So gelingt es, Kunden langfristig an das Unternehmen zu binden und wertvolle Wettbewerbsvorteile zu generieren. Daher plant das Life Sciences-Unternehmen mit Hauptsitz in Basel, den Webshop zukünftig weiter auszubauen.

Weitere Informationen / Kontakt:

Schweiz

movento Schweiz AG T +41.71.313.55 70
Ikarusstrasse 9 F +41.71.313.55 71
CH-9015 St.Gallen

www.movento.com info@movento.com

Deutschland

movento GmbH T +49.621.39 17 70
Willy-Brandt-Platz 1-3 F +49.621.39 17 75 00
68161 Mannheim

Die Technologie kommt von SAP. Die Inhalte von movento.

movento ist langjähriger SAP Service-Partner mit Lösungskompetenz in den Bereichen Kundenbeziehungsmanagement (CRM), Web Channel, Enterprise Mobility und Business Intelligence (BI). Das Dienstleistungsspektrum beinhaltet strategische Management- und Prozessberatung sowie die umfassende Implementierung mit der SAP Business Suite und SAP NetWeaver.

Wir bieten Ihnen schlanke, aber trotzdem maßgeschneiderte Lösungen zur Optimierung kundenrelevanter Prozesse in Marketing, Service und Vertrieb und zeigen Ihnen, wie Sie durch den Einsatz neuester Technologien profitable Kundenbeziehungen etablieren können. Ganzheitliche Strategien für interne und externe Optimierungen bspw. Corporate Performance Management und SAP BI runden das Angebot ab. Auch nach der Implementierung begleiten wir Sie mit umfassenden Support-Dienstleistungen. Bei Bedarf steht Ihnen unser Entwicklungs- und Support-Center in Bulgarien mit hoch qualifizierten Spezialisten zur Verfügung.

Beweise? Namhafte Konzerne genauso wie spezialisierte und dynamische Mittelständler haben mehr als 50 Projekte mit movento erfolgreich umgesetzt. Mit über 60 Mitarbeitern ist movento an den Standorten Mannheim, Stuttgart sowie St. Gallen (Schweiz) und Plovdiv (Bulgarien) vertreten.