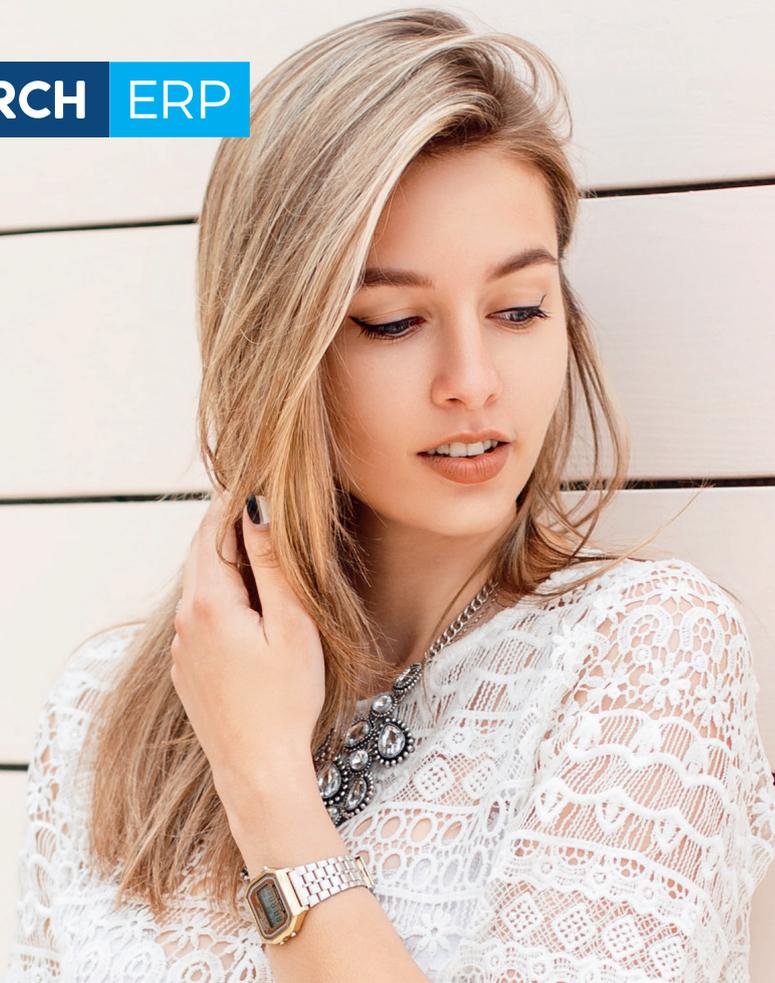


COMARCH ERP



COMARCH BEI
GREENPOINT

greenpoint



COMARCH BEI GREENPOINT

Das Unternehmen Greenpoint S.A., Eigentümer der Marke Greenpoint, ist auf den Vertrieb von Damenbekleidung über zentral verwaltete Filialgeschäfte in ganz Polen spezialisiert. Das Vertriebsnetz umfasst 104 Verkaufsstellen (Geschäfte und Outlets) und als weiteren Vertriebskanal einen Webshop. Der Hauptsitz und das Hauptlager befinden sich in Krakau. Das Unternehmen beschäftigt insgesamt mehr als 450 Mitarbeiter.

Betriebswirtschaftliche Situation vor der Implementierung des Systems

Das Unternehmen wurde in den 1990er Jahren gegründet. Mit der Umfirmierung des Unternehmens von Fandango Jan Orłowski sp.j. (vergleichbar mit offener Handelsgesellschaft) in Greenpoint S.A. (Aktiengesellschaft) wurde eine detailliertere Berichterstattung erforderlich, was dem Unternehmen den Anstoß zur Suche nach einem neuen ERP-System gab.

Probleme vor der Implementierung – Herausforderungen

Das größte Problem stellte für das Unternehmen das Fehlen eines integrierten ERP-Systems dar. Ein System, das in der Lage war, die Anforderungen der Unternehmenszentrale in Krakau und die Bedürfnisse der einzelnen Vertriebsstellen gleichermaßen zu berücksichtigen. Da die damals verwendete Lösung keine zuverlässigen Managementinformationen liefert, waren ein dynamisches Reporting und ein schnelles Reagieren auf Änderungen der geschäftlichen Rahmenbedingungen nicht möglich. Zudem basierte die Software auf Technologien,

die bereits überholt waren und nicht mehr weiterentwickelt wurden. Geeignete Hardware zu finden, die mit der vor zwei Jahrzehnten entwickelten Software kompatibel war, war für das Unternehmen immer schwieriger geworden und verursachte unverhältnismäßig hohe Wartungskosten. Durch die auf veralteten Technologien basierende Lösung wurde das Unternehmen zunehmend in seiner Entwicklung und seinem Wachstum ausgebremst.

Aber auch eine reibungslose und schnelle Verwaltung von Lieferungen blieb bei der damals eingesetzten Lösung auf der Strecke. Es fehlte eine Funktion für die optimale Einlagerung von Artikeln. Für die zuständige Logistikabteilung gestaltete es sich sehr schwierig, die Logistikvorgänge zeitsparend abzuwickeln, wodurch das höhere Vertriebspotential mancher Standorte nicht zufriedenstellend ausgeschöpft werden konnte.

Weitere Minuspunkte der damals eingesetzten Lösung waren eine nur in eingeschränktem Umfang mögliche Stammkundenbetreuung sowie die fehlende Möglichkeit, die von den Kunden getätigten Einkäufe und das Kaufverhalten zu analysieren. Dadurch war das Unternehmen kaum in der Lage, seine Kunden gezielt mit Sonderangeboten anzusprechen bzw. ihnen weitere passende Artikel anzubieten. Auch die Identifizierung von Onlinekunden wurde von dem damaligen System nicht unterstützt.

Hinzu kam, dass weder eine flexible Kategorisierung von Artikeln noch die Vergabe von Artikelattributen möglich ist, was insbesondere bei der Verwaltung von umfangreichen Produktportfolios und Produktlebenszyklen einen großen Nachteil dargestellt hat.

Des Weiteren bot das damalige System keinerlei Funktionen zur Lagerplatzzuweisung für Artikel und keinerlei Algorithmen für die Wegeoptimierung während der auftragsbasierten Zusammenstellung von Artikeln durch die Lagermitarbeiter.

Aufgrund der nicht einfach zu bedienenden und ergonomisch mangelhaften Benutzeroberfläche des Systems unterliefen vor allem neu angestelltem Verkaufspersonal häufig Fehler beim Bezahlvorgang in bar oder per EC-Karte, was zu einem Mehraufwand für die Buchhaltungsabteilung geführt hat. Die auf veralteten Technologien basierenden Tools boten auch nicht die gewünschte Ergonomie und waren für neue Mitarbeiter schwer zu erlernen, wodurch die Mitarbeiterschulungen deutlich länger dauerten und kostspieliger waren.

PROJEKTZIELE

Aufbau von langfristigen Kundenbeziehungen

Die in Comarch ERP integrierten Mechanismen haben den Rahmen für ein optimales Kundenbindungsprogramm geschaffen. Das Unternehmen kann heute von zahlreichen Vorteilen wie einer stärkeren Kundenbindung und Markentreue, einer höheren Einkaufshäufigkeit und schließlich auch einer Umsatzsteigerung profitieren. Die Einführung kanalübergreifender Vertriebsstrategien (Omni-Channel) hat zum Aufbau nachhaltiger Kundenbeziehungen beitragen.

Steigern der Vertriebseffizienz

Dank dem Kassensystem Comarch POS werden Kassierer klar und verständlich durch den gesamten Verkaufsprozess geführt. Außerdem zeigt ihnen das System Produktvorschläge für den aktuellen Kunden an, die mittels einer speziellen Funktion aus dem Warenkorb des Kunden abgeleitet werden. Des Weiteren ist an einem Kassensystem das gleichzeitige Abkassieren mehrerer Kunden möglich.

Schneller Zugriff auf zuverlässige Managementinformationen

Durch eine detaillierte Kostenkontrolle der einzelnen Vertriebsfilialen und Abteilungen der Unternehmenszentrale erzielte Greenpoint eine deutliche

Verbesserung der bisherigen Arbeitsweise. Ein Dokumentenworkflow ermöglicht die Zuordnung der angefallenen Kosten, die in Form von Rechnungen vorliegen, zu den entsprechenden Kostenstellen innerhalb der Organisation. Mit Hilfe des integrierten Reporting-Tools Comarch Business Intelligence lassen sich zudem unternehmensweite Analysen beliebiger Ergebnisse und Zusammenstellungen durchführen, was eine frühzeitige Entscheidungsfindung ermöglicht.

Effiziente Verwaltung im Bereich Lagerauffüllung

Die schnelle Identifikation von Lieferungen, die entsprechende Zuweisung des Lagerplatzes beim Wareneingang und eine deutlich schnellere Versandabwicklung sind heute durch Comarch ERP möglich. Dazu haben die Lagermitarbeiter Zugriff auf eine speziell für mobile Endgeräte bestimmte Anwendung. Unter Verwendung von Datenerfassungsgeräten können nun Inventuren für das gesamte Lager bzw. einen Lagerbereich deutlich schneller abgewickelt werden.

Dynamische Lagerbestandsverwaltung

Da im System Comarch ERP pro Lager und Artikel ein Mindestbestand bzw. ein optimaler Bestand definierbar sind, lassen sich die Lagerbestände über die Lagerbestandsliste dynamisch verwalten. Anhand der eingegebenen Daten und unter Verwendung des Geschäftsprozessmanagements erfolgen die Lagerauffüllungsprozesse dann weitgehend automatisiert.

Garantierte Systemweiterentwicklung

Mit jeder Version des Systems Comarch ERP werden neue Funktionen bereitgestellt, die die Markt- und Kundenanforderungen aufgreifen. Dank dem integrierten Business-Process-Management-Tool lassen sich individuelle Prozesse zur Automatisierung von Unternehmensabläufen modellieren und anpassen. Da Comarch ERP in der .Net-Technologie entwickelt wurde, kann es zudem selbst beliebig erweitert und modifiziert werden. So ist dieses ERP-System den Anforderungen, die sich aus der Weiterentwicklung von Greenpoint und der Gründung neuer Filialen ergeben, mehr als gewachsen und sorgt für eine reibungslose Verwaltung der gesamten Organisation.

EINSATZ



„Bei der Einführung des Systems Comarch ERP ging Comarch sehr flexibel auf unsere Wünsche ein. Auf ein derart anspruchsvolles Projekt waren wir selbst nicht vorbereitet. Die IT-Infrastruktur unserer Filialen war nicht ausreichend, um die gewünschte Optimierung und die vollständige Automatisierung der Arbeitsabläufe zu erzielen. Comarch schlug uns eine Alternative vor und änderte die Architektur seiner Eigenlösung, so dass wir dann doch eine passende Lösung für die scheinbar ausweglose Situation finden und die während der Analyse gesetzten Geschäftsziele erreichen konnten“

Andrzej Dramski,
COO der Greenpoint S.A.

ÜBER COMARCH

Comarch ist ein weltweiter Anbieter von IT-Lösungen (ERP, CRM & Marketing, BI, EDI, ECM, ICT, Financials, Cloud-Lösungen u.v.a.) für den Mittelstand, größere Unternehmen, kleine Betriebe, Banken & Versicherungen, Telekommunikation sowie Healthcare. Über 5.400 Mitarbeiter sind rund um den Globus in zahlreichen Ländern im Einsatz. Dank hoher Investitionen in Forschung und Entwicklung bietet Comarch ein umfassendes Spektrum innovativer IT-Lösungen, welche bei Kunden und Analysten einen hohen Stellenwert genießen.

Copyright © Comarch 2017. Alle Rechte vorbehalten.