

CNO – NETZWERK 2009



Konzentration auf die Mode als Grundlage erfolgreicher Internationalisierung

Fallstudie Madeleine Mode Versand AG

MADELEINE
www.madeleine-mode.ch

ms  **DIREKTMARKETING**

Inhalt

1	Madeleine Mode Versand AG	4
2	Expansion mit geringen Investitionen	5
3	Externes Informationsmanagement	6
3.1	Informationsfluss im MS Versandhandels Information System	6
4	Neue Märkte in kurzer Zeit erobern	8
4.1	Konzentration auf Mode	8
4.2	ROI in kurzer Zeit in neuen Märkte	9

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.

Als Sponsoren unterstützen das CNO Netzwerk 2009:

- CSC Switzerland GmbH (www.csc.com/ch)
- Glaux Soft AG (www.glauxsoft.ch)
- Microsoft Schweiz GmbH (www.microsoft.ch)
- SynSpace AG (www.synspace.ch)
- Software Improvement Group AG (www.sig.eu)
- Swiss Post Solutions AG (www.swisspostsolutions.ch)

Wissenschaftliche Partner des CNO Netzwerks 2009 sind: IOP Universität Bern, IWI Universität Bern; IMH Universität St. Gallen; ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Winterthur; Schmalenbach-Gesellschaft

Verbandspartner des CNO Netzwerks 2009 sind: swiss interactive media association (simsa); SWISS MARKETING, Schweizerischer Marketing Club SMC CMS; Win Link; inno-swiss.com – Innovation made in Switzerland; asut; Security Conference; SWICO

Medienpartner des CNO Netzwerks 2009 sind: Netzwoche; IT Business; inside-it.ch; Marketing & Kommunikation; IT newsbyte.com; ICT in Finance; itnewsbyte.com

1 Madeleine Mode Versand AG

Seit gut 20 Jahren zählt die Madeleine Mode Versand AG (Madeleine Mode) in der Schweiz zu den führenden Spezialversendern für hochwertige Frauenmode. Zusammen mit dem Mutterhaus, der Deutschen Madeleine Mode GmbH, vertreibt Madeleine Mode in der Schweiz und Österreich sowie in den Niederlanden, in Frankreich, in Belgien, in Grossbritannien und in Griechenland Kleidung für die modebewusste, reife Frau. Aktuelle Modetrends, elegante Schnitte und hochwertige Materialien stehen bei der Zusammenstellung einer Kollektion im Vordergrund. Die Kleider werden in aufwändig produzierten Modekatalogen vorgestellt. Diese zeichnen sich durch die ausführliche und detailreiche Präsentation der Kleidung aus. Qualitativ hochstehende Modefotografien transportieren das mit den Kollektionen verbundene Image.

Madeleine Mode verfolgt nur ein Ziel: Den hohen Ansprüchen ihrer Kundinnen an Stil und Qualität gerecht zu werden. 25 Millionen Kataloge, mehr als eine Million Mailings und jährlich über 500'000 Besuche auf der Webseite von Madeleine Mode zeugen vom starken Interesse, das den Kollektionen entgegen gebracht wird.

*Niels Degen,
Geschäftsführer*

MADELEINE
www.madeleine-mode.ch

„Hochwertige Qualität, aktuelle Farben und Formen zeichnen jede Kollektion von Madeleine Mode aus“.

Die vorliegende Fallstudie beschreibt wie Madeleine Mode durch den Einsatz der Versandhandelsapplikation der MS Mail Service AG profitiert: Die Lösung erlaubt Madeleine Mode die Konzentration auf die Mode, sie trägt zur Minimierung der mit dem Versandhandel verbundenen Risiken bei und schafft die Grundlage für eine rasche Internationalisierung des Verkaufs.

Ansprechpartner	Unternehmen	Funktion
Niels Degen	Madeleine Mode Versand AG	Geschäftsführer
Jaqueline Frischknecht	MS Mail Service AG	Leitung Account Management
Erika Wirth	MS Mail Service AG	Account Management
Dominik Guggisberg Norman Briner	sieber&partners AG	Autoren

Abbildung 1: Ansprechpersonen

2 Expansion mit geringen Investitionen

Madeleine Mode will den Verkauf weiter internationalisieren. Dabei gilt es, die mit der Expansion verbundenen Risiken zu minimieren und gleichzeitig die versandhandels-spezifischen Herausforderungen zu lösen. Beachtet werden müssen dabei insbesondere die folgenden Punkte:

- **Vorausschauende Planung der Kollektionen:** Bei der Zusammenstellung der bis zu zehn Kollektionen pro Jahr benötigt Madeleine Mode ein gutes Gespür. Die aktuellen und zukünftigen Modetrends müssen systematisch erkannt und in neuen Kollektionen umgesetzt werden, die den Bedürfnissen der Kundinnen entsprechen.
- **Bedarfsprognosen:** Die in den Modekatalogen beworbenen Artikel müssen im Voraus in den richtigen Mengen bereitgestellt werden. Eine nachträgliche Erhöhung der Lagerbestände ist meist nur schwer möglich und eine zu grosse Einkaufsmenge bindet unnötig viel Kapital oder belastet die Erfolgsrechnung einer Modesaison.
- **Image-Transport:** Das gewünschte Image muss transportiert und die Qualitätsansprüche der Kundinnen erfüllt werden. Insbesondere der Kundenservice stellt dabei ein zentrales Instrument dar. Weiter gilt es, den Web-Auftritt sowie die zeitgemässe Gestaltung der Modemagazine zu beachten.
- **Einkaufsgewohnheiten:** Die sich wandelnden Einkaufsgewohnheiten der Kundinnen dürfen genau so wenig ausser acht gelassen werden, wie die vermehrte Bedeutung von E-Commerce im Verbund mit der Wahl des Einkaufskanals. Insbesondere jüngere Kundinnen kaufen vermehrt über das Internet ein, während die reiferen Frauen weiterhin aus dem Katalog bestellen.

Um die Risiken bei der Erschliessung von neuen Märkten zu minimieren, sind die damit verbundenen Investitionen möglichst tief zu halten. Dazu wird eine Versandhandelsapplikation benötigt, die sich schnell und ohne grossen Aufwand an die landesspezifischen Gegebenheiten anpassen lässt und innert kurzer Zeit produktiv genutzt werden kann.

Zur Lösung der genannten Herausforderungen und zur erfolgreichen Verfolgung der Expansionsstrategie arbeitet Madeleine Mode mit einem Partner zusammen. Dieser muss sie im Hintergrund unterstützen und für die reibungslose Abwicklung aller für den Versandhandel benötigten Funktionen und Prozesse sorgen. Dazu stellt er Madeleine Mode die benötigte Versandhandelsapplikation zur Verfügung und sorgt für deren Betrieb, die Wartung und die laufende und Weiterentwicklung des Systems.

3 Externes Informationsmanagement

Einen solchen Partner hat Madeleine Mode in der MS Mail Service AG (MS Mail Service) gefunden: MS Mail Service ist der führende Schweizer Anbieter für Versandhandelslösungen und Direktmarketing und bietet den Kunden vielfältige Unterstützung. Die Kunden von MS Mail Service können sich auf das Wesentliche – ihre Kernkompetenzen – konzentrieren und die für den Versandhandel benötigten Services, so auch die IT, ruhigen Gewissens auslagern.

Das aus der langjährigen Erfahrung und Praxis heraus entwickelte Versandhandelsinformationssystem (MS VIS) verfügt über alle zur erfolgreichen Abwicklung des Versandhandelsgeschäfts benötigten Funktionen. Das System wird Madeleine Mode als SaaS-Lösung¹ für alle genannten Märkte zur Verfügung gestellt.

Das MS VIS wird von Madeleine Mode bereits in mehreren Ländern erfolgreich eingesetzt und bewährte sich sowohl während des laufenden Betriebes als auch bei der Erschliessung neuer Märkte. Dies zeigt sich beispielsweise bei der Bedarfsplanung. Alle für die Kalkulation der zukünftigen Einkaufsmengen benötigten Informationen sind in der Datenbank des MS VIS gespeichert. Integrierte statistische Auswertungen und Hochrechnungen erleichtern Madeleine Mode die vorausschauende Kalkulation der zukünftigen Absatzmengen – sowohl in bestehenden als auch für neue Märkte.

3.1 Informationsfluss im MS Versandhandels Information System

Im Zentrum des Systems steht die MS VIS-Datenbank. In dieser fließen alle benötigten Informationen wie zum Beispiel die Produktdaten, Kundenkontakte oder die gesamten Bestellinformationen zusammen und werden dort gespeichert. Wie ein Nervensystem stellt das MS VIS diese zentralen Informationen Madeleine Mode und den angeschlossenen Partnern zur Verfügung (vgl. Abbildung 2).

Folgende Akteure werden vom MS VIS beliefert.

- **Einkauf:** Der Einkauf wird bei der Bedarfsplanung durch die vom MS VIS geleisteten Hochrechnungen unterstützt. Für die Kalkulation werden die in der Datenbank gespeicherten Informationen zu den bisherigen Verkaufsmengen und der Anzahl Retouren in Beziehung gesetzt.
- **Web-Shop und Marketing:** Der Web-Shop erhält alle Produktdaten der aktuellen Kollektion sowie Informationen zu den verfügbaren Beständen vom MS VIS. Das Marketing wird mit allen relevanten Produktinformationen beliefert.
- **Call-Center:** Die Mitarbeitenden im Call-Center können alle Kundenfragen beantworten, weil sie sich im MS VIS über das Sortiment, über alle Bestellungen sowie

¹ Software as a Service: Die Applikation wird von einem Partner betrieben und gehostet. Der Zugriff auf die Software erfolgt via Browser.

deren aktuellen Bearbeitungsstand informieren können. Informationen über die Verfügbarkeit werden angezeigt und erlauben treffsichere Aussagen für die Kundenberatung.

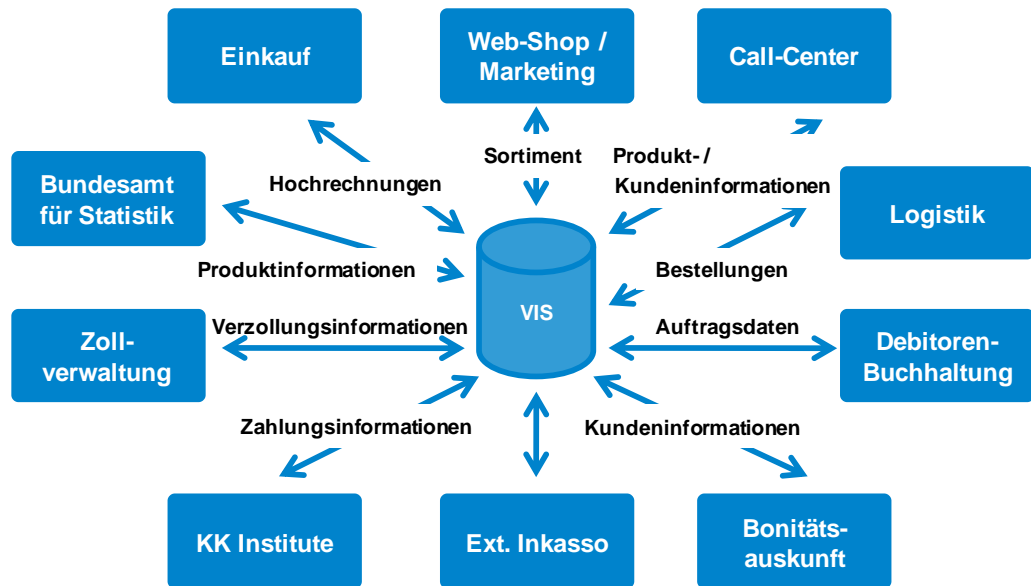


Abbildung 2: Informationsfluss im MS VIS.

- **Logistik:** Zur schnellen und zuverlässigen Abwicklung der Bestellungen wird die Logistik durch das MS VIS mit allen relevanten Informationen versorgt. Damit die Mitarbeitenden im Lager nicht unnötige Wege zurücklegen müssen, werden die Bestellungen entsprechend der Anordnung der Waren ausgegeben und die Packer müssen für die Zusammenstellung von mehreren Paketen nur einmal durch das Lager gehen.
- **Debitoren-Buchhaltung:** In der Debitoren-Buchhaltung werden die Forderungen gegenüber den Kundinnen bewirtschaftet. Angaben zu offenen und beglichenen Rechnungen werden fortlaufend vom MS VIS aktualisiert.
- **Bonitätsprüfung:** Bevor eine Neukundin auf Rechnung beliefert wird, erfolgt je nach Bestellwert eine Prüfung der Bonität. Rückmeldungen von Deltavista² werden automatisiert verarbeitet.

² Deltavista ist ein Anbieter von Lösungen im Bereich Bonitätsprüfung und Risikomanagement.

- **Inkasso:** Säumige Zahler, die trotz aktivem Mahnverfahren der Forderung nicht nachkommen, werden mittels Schnittstelle direkt an das Inkassoinstitut übergeben. Sämtliche Kundeninformationen die notwendig sind, um den Forderungsprozess lückenlos weiter zu führen, werden übertragen.
- **Kreditkarten-Verarbeitung:** Die Gültigkeit der Kreditkarten der Kunden wird überprüft und die Bestellung nach erfolgreicher Kontrolle umgehend ausgelöst.
- **Eidgenössische Zollverwaltung:** Die Artikelpositionen die im Versandhandel zwischen den Ländern verschoben werden, verzollt MS Mail Service in Form einer digitalen Sammelverzollung. Dieser Vorgang ermöglicht zudem bei Wiederausfuhren (Retourenware) die Rückforderung von Schweizer Zollgebühren und das Mehrwertsteuerfreie Wiedereinführen in EU-Länder.
- **Bundesamt für Statistik (DeStadis):** Zu statistischen Zwecken fordert die EU eine monatliche Meldung des gesamten Warenflusses zwischen den einzelnen EU-Staaten (Intrastat/Extrastat). MS VIS sammelt die Daten des gesamten Warenverkehrs und kumuliert die Mengen auf Artikelbasis. Diese Informationen werden monatlich an das entsprechende Bundesamt übermittelt.

Niels Degen,
Geschäftsführer

MADELEINE
www.madeleine-mode.ch

„Die Zusammenarbeit mit der MS Mail Service AG schafft die Grundlage zur erfolgreichen Markeninternationalisierung sowie der Erschliessung neuer Länder für Madeleine Mode.“

Bei der Erschliessung eines neuen Marktes müssen die lokalen Rahmenbedingungen berücksichtigt werden. Landesspezifische Richtlinien, beispielsweise in den Bereichen Verzollung, Mehrwertsteuer, Zahlungsart, Währung, Sprache, Adressierung oder Warenversand, sind zu integrieren. Die Anpassungsfähigkeit der Applikation ermöglicht die unkomplizierte Adaption landesspezifischer Normen und hat bisherige Expansionen beispielsweise in die Niederlande erheblich vereinfacht.

4 Neue Märkte in kurzer Zeit erobern

Das bewährte MS VIS ermöglicht es Madeleine Mode, sich auf ihre zentralen Fragen und Aufgaben im Marketing-, Einkauf und Logistikbereich zu konzentrieren.

4.1 Konzentration auf Mode

Das MS VIS leistet für Madeleine Mode auch im Hintergrund wichtige Dienste. Es unterstützt alle im Versandhandel benötigten Funktionen und Prozesse – von der Bedarfsplanung über die Fakturierung bis hin zum Retourenmanagement. Dies verschafft Madeleine Mode die nötigen Freiheiten, um sich auf die Mode zu konzentrieren und die Ressourcen für die fortlaufende Verbesserung des Angebots zu verwenden.

4.2 ROI in kurzer Zeit in neuen Märkte

Die Skalierbarkeit des MS VIS schafft die Grundlage zur schnellen und risikoarmen Erschliessung eines neuen Marktes. Die Einführung des Systems in einem neuen Markt benötigt vor Ort nur minimale Investitionen in die IT-Infrastruktur; der Schulungs- und Einführungsaufwand bleibt darüber hinaus tief. Landesspezifische Anpassungen können schnell und einfach vorgenommen werden. Zudem ist die eingesetzte Lösung etabliert und frei von Kinderkrankheiten und bietet von Beginn weg den vollen Funktionsumfang.

Bei der Erschliessung der Niederlande hat sich gezeigt, dass dank der partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit MS Mail Service der Return on Investment innert kurzer Zeit erreicht wurde. Dies war möglich, weil sich beide Partner auf ihre jeweiligen Stärken konzentrieren konnten und ein auf die Bedürfnisse ausgerichtetes System als SaaS-Lösung aus einer Hand zur Verfügung stand.