

## Checkliste als Vorbereitung für ein Expertengespräch über die Einführung von E-Commerce

### Produktion und Produkte

#### **Interaktion**

Wie wird die Produktion ausgelöst (Lager-Einzelauftrag)

Wie ist hier die Verteilung:

- Wertmäßig (Aktuell und tendenziell hochgerechnet)
- Mengenmäßig (Aktuell und tendenziell hochgerechnet)
- Kostenmäßig (Aktuell und tendenziell hochgerechnet)

Wie komplex sind die Auftragsdaten?

Könnte hier ein Kunde eine Vor-Konfigurierung vornehmen?

#### **Produkt**

Sind Ihre Produkte erklärungsbedürftig für die Kunden?

Sind es technische Produkte?

Haben Sie Standard-Produkte?

Braucht man technische Dokumentationen?

Ist eine Bebilderung des Angebots erforderlich?

Besitzen Sie bereits ein multimediale Aufarbeitung Ihres Angebots?

#### **Lager**

Welcher Lagertyp:

- Zentral
- Verteilt

Wie viele Artikel sind in Ihrem Sortiment und davon immer auf Lager?

Wie viele Artikelgruppen sind darunter?

Wie ist die Verteilung:

- Wertmäßig (Aktuell und tendenziell hochgerechnet)
- Mengenmäßig (Aktuell und tendenziell hochgerechnet)
- Kostenmäßig (Aktuell und tendenziell hochgerechnet)

Sind Sie Händler oder Hersteller oder gemischt?

Wie ist hier die Verteilung:

- Wertmäßig (Aktuell und tendenziell hochgerechnet)
- Mengenmäßig (Aktuell und tendenziell hochgerechnet)
- Kostenmäßig (Aktuell und tendenziell hochgerechnet)
- Trifft für Sie die 80:20 Regel zu (20% Absatz macht 80% Umsatz)

## Marketing

### **Kunden**

Kennen Sie Ihre Kunden, haben Sie bereits aktiv Marktforschung betrieben?

Sind Ihre Kunden :

- Endabnehmer
- Händler
- Verarbeiter
- Selbst Experten
- An Neuerungen interessiert
- Konservativ

Bei welcher Kundengruppe können auf absehbare Zeit sichere Umsätze erwartet werden (Auf welche Pferde wollen Sie setzen?):

- Endabnehmer
- Händler
- Verarbeiter
- An Neuerungen interessierte
- Konservative
- Bestehende Kunden
- Neuakquisitionen

Kann man bei Ihnen die ABC-Klassifizierung anwenden?

### **Vertrieb**

Wie geschieht die Auslieferung?

Wie ist das Verhältnis Produkt/Logistikkosten?

Welche Interaktionsformen soll der elektronische Katalog enthalten?

Soll dem Kunden eine Lagerabfrage ermöglicht werden?

Welche Bestandsarten (tatsächlicher, verfügbarer, eiserner) sind hierbei sinnvoll?

Wie hoch ist der durchschnittliche Bestellwert?

Wie viele Bestellvorgänge sind täglich abzuarbeiten?

Sind Ihre Kunden mit der Logistikqualität zufrieden?

Wie werden sich die Ansprüche an die Logistikleistungen in Ihrer Branche auf absehbare Zeit entwickeln?

Gibt es sinnvolle Partnerschaftsperspektiven?

**Beziehungen  
zu den  
Kunden**

**Vertrauensmodell**

Sind Ihnen Ihre Kunden verbunden (Vertrauen, Zufriedenheit) oder sind Ihre Kunden an sie gebunden weil sie nicht anders (Prämienverlust, Verträge, technische Inkompatibilität) können?

Nennen Sie konkrete Gründe für:

- Verbundenheit und
- Gebundenheit

Wie könnte man die Verbundenheit steigern und wie macht man sie den Kunden bewusst?

Haben Sie viele Dauerabnehmer mit festen Kundenbeziehungen?

**Kundenstruktur**

Sind Ihre Kunden überwiegend Endverbraucher, Handel oder weiterverarbeitende Betriebe?

Wenn Endverbraucher, wie lassen sie sich klassifizieren?

Wenn weiterverarbeitende Betriebe, wie lassen sie sich klassifizieren?

Wenn Handel, wie lassen sie sich klassifizieren?

**Vertriebspolitik**

Ist Ihr Betrieb exportorientiert?

Wenn ja, in welche Länder?

Haben Sie einen festen Halt in Ihren Exportmärkten?

Operieren Sie mit einheitlicher oder kundenbezogener Preispolitik?

Wie ist die Sales-force organisiert?

Regional oder produktbezogen?

Eigener Außendienst - Handelsvertreter?

Kann E-Business einen Channelkonflikt auslösen?

**Internet-  
Strategie:**

Haben Sie selbst bereits einen Zugang?

Haben Sie bereits einen Internetauftritt?

Haben Ihre Kunden bereits einen Internet Zugang?

Haben Sie ein Budget für E-Business?

Welche Ihrer Produkte und Vertriebswege eignet sich am Besten für eine konsequente Digitalisierung?

Welche Partner bieten sich Ihnen an?