




PROSELLER AG

Concerto

Clever ein- und verkaufen

-  Key-Points
-  Kosten
-  E - Commerce Module



Success Through Process





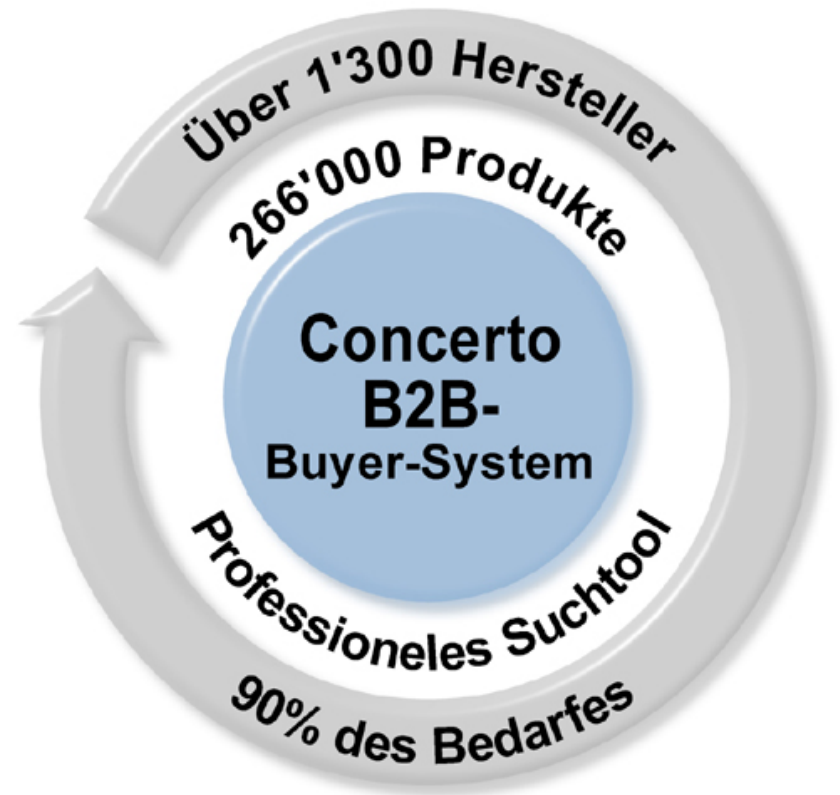
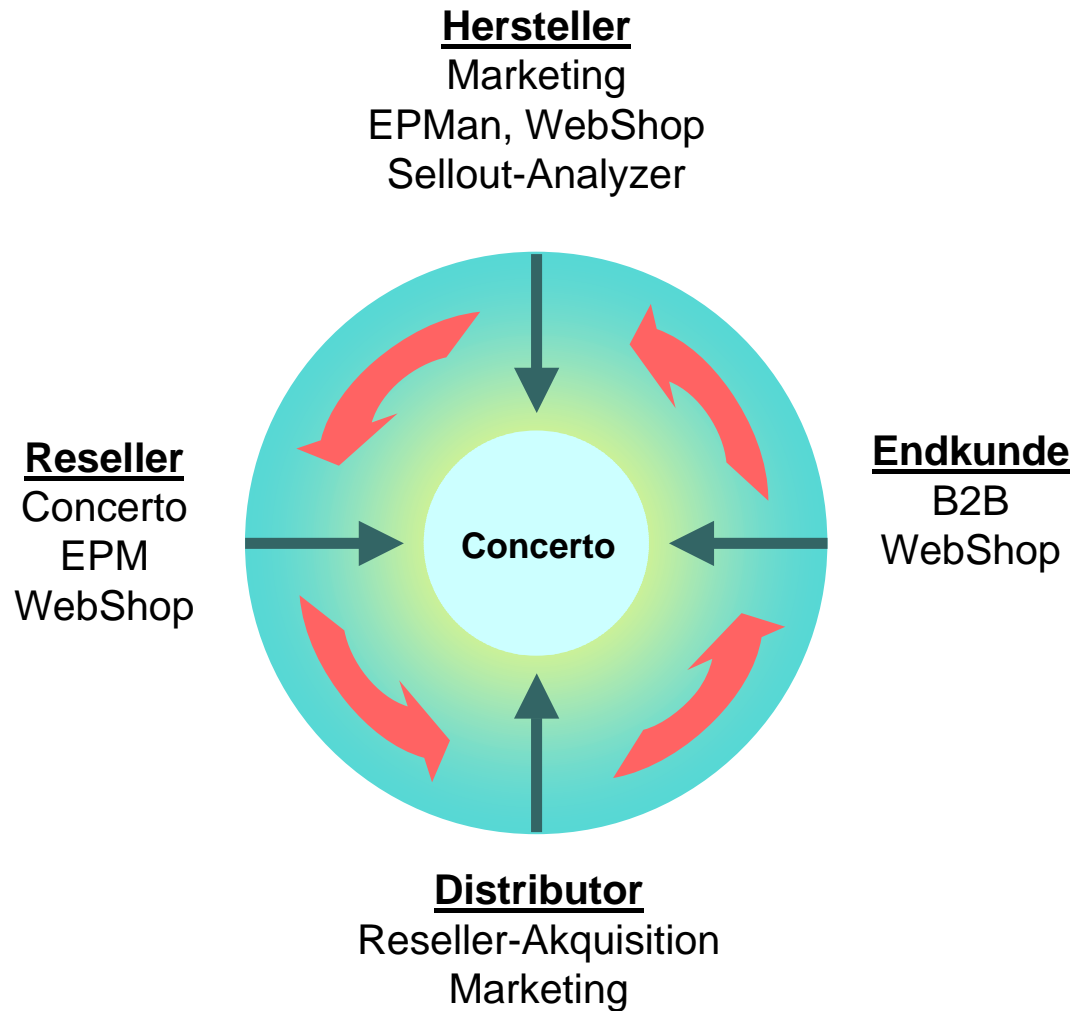
▪ Gedanken E-Commerce 1994 – 2008

Hardware / Software	>> Kosten, Speed, Funktionen
Internet	>> Anzahl Anschlüsse, Kosten, Speed
ERP / Software	>> Kosten, Funktionen, Anzahl Installationen
Produkte	>> Vielfalt, Beschaffenheit, Preise, Transport
Vertrauen	>> Einkaufsverhalten, Mündigkeit

▪ Fakten

Entwicklungskosten	>> Jedes Jahr mindestens 50% günstiger
E-Commerce-Produkte	>> Neue Vertriebswege definieren sich
Anzahl Shops	>> 3'000 - 4'000. Unglaublich?
Produkte	>> Bücher, Kleidung, Videos, Buchungen, IT
Umsätze und Zahlen	>> 140 Mio? 500 Mio? Mia?

Wo steht Concerto?





Key Points von Concerto

Einkauf

- Von den **Distributoren** werden die Produktkataloge **mit Individualkonditionen** in eine einheitliche Form gebracht.
- Diese Produktkatalogdatei wird **täglich aktualisiert**.

Verkauf

- EPM **verwaltet und aktualisiert** die Einkaufs- und Verkaufssituation der ausgewählten Artikel.
- **Alle zur Verfügung gestellten Informationen** werden eingesetzt, um den optimalsten Produktdatensatz zu generieren.
- **Variable Preisregeln** zur Berechnung des Verkaufspreis und des EVP.

Die Zeiteinsparung ist massiv.

Concerto Produkte



Die Innovation im Einkauf!

- ✓ Jederzeit Zugriff auf die aktuellsten Zahlen der Distributoren
- ✓ Massive Zeiteinsparung beim Einholen von Preisankünften und Lagerbestandsinformationen
- ✓ Garantiert bester Einkaufspreis
- ✓ Optimale Verhandlungsposition
- ✓ Video Concerto Buy



Top-aktuelle Datenbank

- ✓ Eine Schnittstelle und ein File!
- ✓ Täglich aktuelle Daten
- ✓ Preis-, Verfügbarkeits-, Distributoren-, und Daten-Manager
- ✓ Über 90% aller IT-Produkte
- ✓ Der Multilieferantenkatalog mit beliebigen Schnittstellen
- ✓ Video Concerto Data



Concerto WebShop + B2B

- ✓ Täglich aktuelle Daten
- ✓ Variable Preisregeln
- ✓ Modernste Suchmaschinen
- ✓ Automatische Verwaltung der Produkte
- ✓ B2B Einkaufstool für schnellere Arbeitsabläufe
- ✓ Video Concerto Sale

Concerto Informationsflüsse



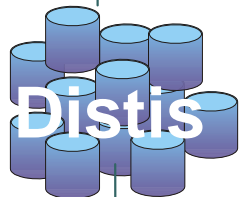
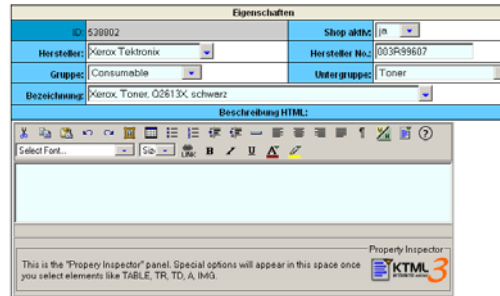
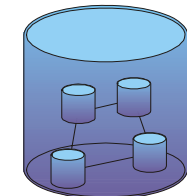
Concerto



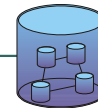
EPM



Concerto WebShop



Bestellung



OrderManager Pro

Wahl des besten Distis

Bestellung

Effektiver Betrag, Bestätigung, Ordertracking, Rechnung, Gutschriften

DOA, RMA, Garantien





Was kann Concerto Data - EPM?



Monitoring Produkte (Produkt - Organizer)

- Preisänderungen, Produkte - Änderungen
- Neue, alte oder EOL - Produkte, wieder an Lager

Monitoring Einkauf (Einkauf - Organizer)

- Pooling, Überwachung
- Einkauf, Konditionen - Überwacher

Monitoring Distributor (Disti - Organizer)

- Preisentwicklung, Verfügbarkeit
- Produkt - und Sortiments - Auswahl

Automatismen

- Regelwerk für Produkte - Wahl: Produkte - Klasse, Best Price on Stock, Best Price oder für Distributorauswahl

ContentManager



Was kann Concerto Sale – WebShop?



	Anzahl	Informationen	Variablen	Nutzen
Disti	50 Distributoren Alle Hersteller 202'000 Produkte	Kurz-Sales Text Bilder (15 %) PDF (10 %)	BestPrice BestPrice on Stock Variable Preis-Regeln Freie Auswahl der favorisierten Distis	DatenFile für ERP Bilder
Hersteller	Über 1'300 Hersteller	Marketing Informationen	Hersteller-Shop Toner, Drucker-Shop PC-Server-Shop Gesamt-Sortiment-Shop	Werbeunterstützung Marketing-Unterstützung Promotionen Leads
Produkte	IT-Produkte CE-Produkte	Daten von neuen CE-Distis	Promotionen Aktionen, Ausverkauf Neue Produkte Eigene Produkte	Neue Geschäftsfelder mit CE-Produkten Alle CH-Promotionen
Concerto WebShop	Eigener Web-Shop Eigene URL	Daten von den Distis Eigene Daten Concerto Bilder	Eigene Produkte integrieren Freie Gestaltung , Texte editierbar, eigene Bilder Konditionen für Kunden	Eigener Shop Eigene URL und Traffic Eigene Kunden (geschützt)



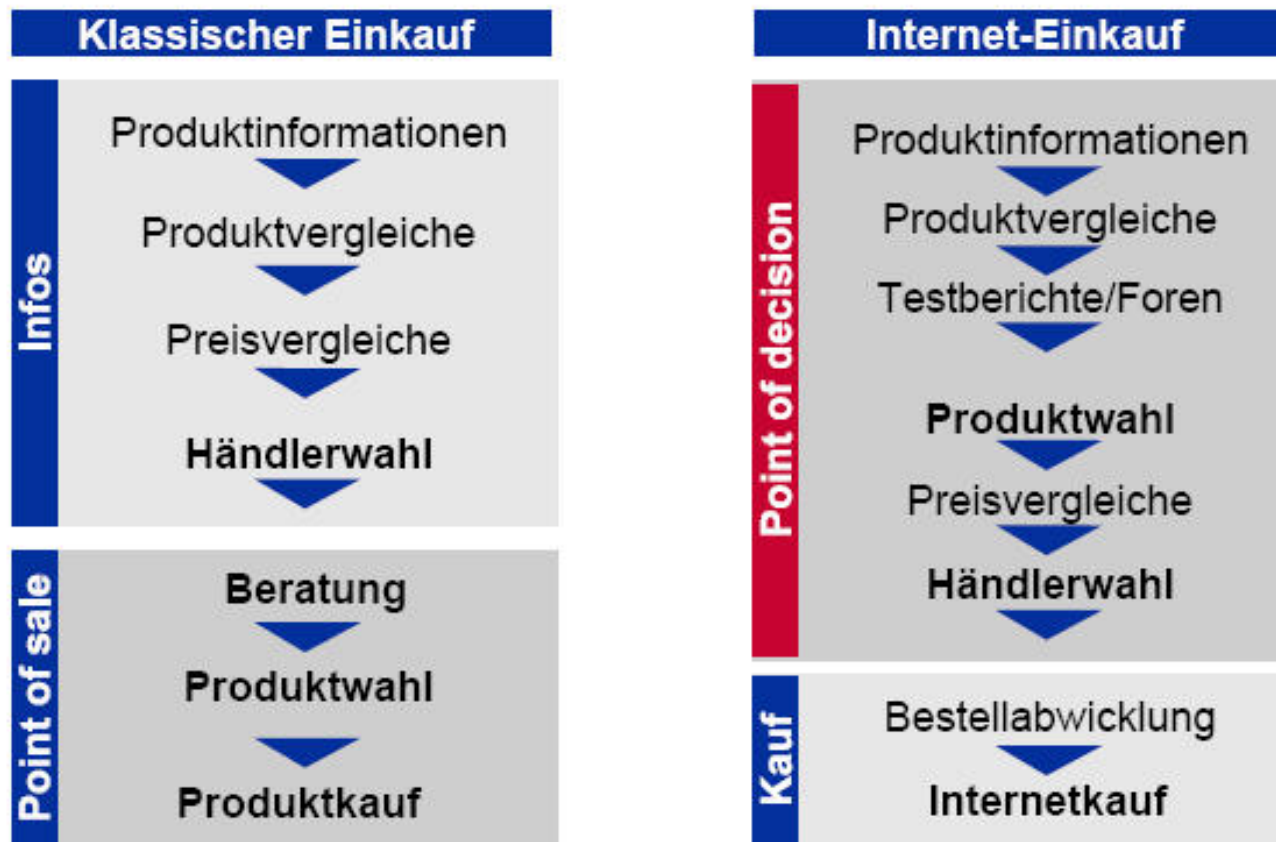
Was ist das Geheimnis des WebShops?



1. **Software:** Der Concerto-WebShop wurde von verschiedenen Fachjurys bewertet und dabei stets in die vordersten Ränge gekürt. Insgesamt werden jährlich über **CHF 390'000.-** in die Weiterentwicklung des WebShops investiert.
- **2. Netzwerk:** Um die WebShops noch breiter im Markt abzustützen, stehen wir in Verhandlungen mit allen möglichen Kooperationspartnern.
- **3. Marketing:** Suchmaschinen aller Art (Memory, Battery, Zubehör), Zusatztexte und Bilder sind wichtige Faktoren, um Kunden von einem Produkt zu überzeugen.
- **4. Prozesse:** Hier können Sie viel Zeit und Geld sparen. Dagegen kosten individuell XML, WebShop-Integration und Direct-Ordering um CHF 40'000.-.

94 % der Internetbenutzer treffen ihre Kaufentscheide im Internet

Das glaubwürdigste Medium Internet wird als entscheidender Punkt "Point of decision" immer wichtiger

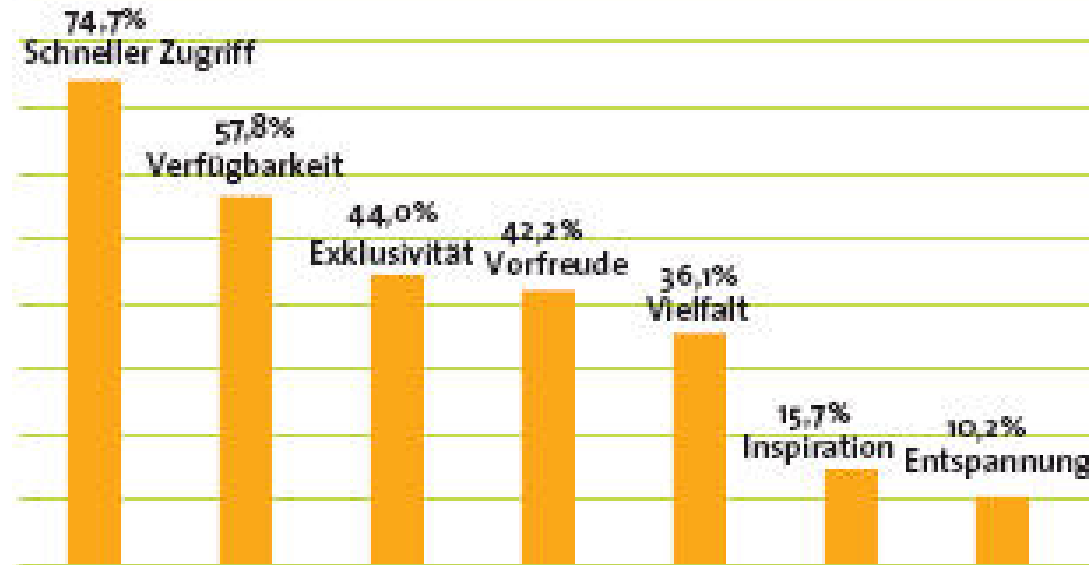


Fakten kennen und nutzen lernen

- ⌘ 55 % der Besucher einer Hersteller-Website haben Kaufabsichten
- ⌘ Über 80 % der Internet-User informieren sich über ein Markenprodukt direkt auf der Hersteller-Website, ebensoviele erwarten einen Online-Shop. 76 % sind enttäuscht, 48 % verärgert über das Nichtvorhandensein eines Shops.
- ⌘ Fast 60 % der Internet-Shopper sind mit den jetzigen Shops unzufrieden.
- ⌘ 94 % der Internet-User treffen ihre Kaufentscheidung im Web.
Wichtigste Kriterien: Preisvergleich 81%, Produktinformationen/Tests 68 %.
- ⌘ Jeder zweite Nutzer von Online-Infos kauft auf den Websites ein, wo er die Information gefunden hat.
- ⌘ Über 74 % schätzt beim Internet-Einkauf den schnellen Produktzugriff, 58% die Verfügbarkeit
- ⌘ Die Hälfte der Shop-Besucher benutzt die Produktsuche.
- ⌘ Über 50 % möchte Kundenbewertungen abgeben, rund 46 % haben schon Produkte aufgrund von positiven Bewertungen gekauft
- ⌘ Vertrauen in die Hersteller: ein vollständiges Produktsortiment, ein problemloser Zahlungsverkehr und eine verlässliche Lieferung wird bei Herstellern als selbstverständlich angesehen.

Zahlen entnommen aus Studien von: Nielsen/NetRatings, novomind AG, Interone Worldwide, Fittkau&Maas, Channel Intelligence, Ad-Hoc

Was Online-Käufer am Shoppen im Web reizt:



Mit dem schnellen Zugriff auf die Produkte und der großen Verfügbarkeit der Waren im Internet belohnen sich die Online-Shopper.

Sie müssen sich nicht **durch enge Kaufhausgänge** drängeln und an endlos langen Käuferschlangen warten.

Vor allem der Käufertyp der so genannten „Jungen Lustkäufer“ begründet so sein Ausweichen auf das Internet. Er nennt den schnellen und **stressfreien Einkauf** im Netz als Hauptmotiv für Online-Shopping.

Neun von zehn Befragten dieses Käufertyps setzen **auf die Unabhängigkeit**.

TOP TEN PRODUKTE

Top Ten der beliebtesten Produkte aus verschiedenen eBay-Kategorien vom April 2008.

Handy & Organizer

1. Sony Ericsson > Speicherkarten
2. Motorola V3
3. Sony Ericsson K800i
4. Nokia 6300
5. Nokia 6230i
6. Nokia N73
7. Ericsson K750i
8. Sony - Ericsson W810i
9. Sony Ericsson W580i
10. GPS-Mäuse



Musik

1. Bravo The Hits 60
2. Spirit Leona Lewis
3. Back To Black Amy Winehouse
4. Keinohrhasen
5. Ballermann Hits Party 2008
6. Jazz ist anders Die Ärzte
7. Après Ski-Hits 2008
8. Shock Value Timbaland
9. Vom selben Stern Ich+Ich
10. Loose Nelly Furtado



Bücher

1. Ich bin dann mal weg
2. Harry Potter 5
3. Harry Potter 1
4. Harry Potter 6
5. Harry Potter 2
6. Die Chemie des Todes
7. Hexenkind
8. Illuminati
9. Tannöd Schenkel
10. Die Wanderhure



DVD

1. Ratatouille
2. Harry Potter und der Orden des Phönix
3. Das Bourne Ultimatum
4. 300
5. Transformers
6. King of Queens - Season 1
7. Die Fremde in dir
8. Mitten ins Herz - Ein Song für Dich
9. Könige der Wellen
10. Stirb langsam 4.0



Baby

1. Kombi-Kinderwagen
2. Windeleimer
3. Rückentragen
4. Wickeltisch
5. Wippen & Schaukeln
6. Hochstuhl
7. Wiegen
8. Reisebett
9. Waagen
10. Autokindersitz



Computer

1. USB-Speichersticks
2. Externe Festplatten
3. Router
4. Webcams
5. Druckerpatronen
6. DVD-R
7. Drucker
8. Toner
9. Notebooks
10. Laufwerksgehäuse





**Über 875 Millionen Menschen shoppen online
40 % mehr als noch vor zwei Jahren**



- ✓ **95%** der Schweizer Online-Bevölkerung hat bereits einmal online eingekauft
- ✓ **Bücher** sind weltweit die meistbestellten Artikel
- ✓ **Stärkstes Wachstum** bei Kleidung und Schuhen
- ✓ **Kreditkarten** weltweit das beliebteste Zahlungsmittel im Internet



- ✓ Die meistbestellten Artikel weltweit sind nach wie vor **Bücher**, Tendenz steigend

In der Schweiz haben 43 Prozent der Befragten in den letzten drei Monaten Bücher übers Internet gekauft.

- ✓ Sehr beliebt ist Kleidung/Accessoires/Schuhen, die mit einer Steigerung von 20 auf 36 Prozent die wachstumsstärkste Kategorie bildet (CH: 34%).
- ✓ Weitere Internet-Märkte sind **Videos/DVDs/Spiele** und Flugbuchungen **33%**
- ✓ und **elektronische Geräte CH: 20%**.
- ✓ Schweizer kaufen auch häufig Musik übers Internet (32%).

● ● ● **Kundenbindung als entscheidendes Wettbewerbskriterium**

Wo man shoppt, ist offensichtlich häufig eine Frage der Gewohnheit: So gaben 60 Prozent aller Befragten an, ihre Online-Einkäufe meist beim selben Anbieter zu erledigen (CH: 61%).

Wahl des Shops. Die Auswahl der Online-Stores erfolgt derzeit

- ✓ bei einem Drittel über Suchmaschinen (CH: 37%)
- ✓ oder Surfen (CH 31%)
- ✓ ein Viertel via persönliche Empfehlungen (CH: 27%).

Entscheidungsfindungsprozess der Zukunft

„Die Explosion des Online-Marktes in den letzten Jahren deutet darauf hin, dass die **Mund-zu-Mund-Propaganda – ob über Persönliche Bekannte oder andere Internetnutzer – in Zukunft immer wichtiger wird.**“



Der Kunde weiss, was er will und sucht direkt danach!

Auf der Suche nach Produktinformationen wählen die Nutzer den denkbar einfachsten Weg – die Produktsuche.

Stellen Sie sich folgendes vor: Sie wollen sich in einem Onlineshop über verschiedene Produkte informieren. Wie finden Sie Ihre gewünschten Produkte innerhalb des Onlineshops?





Kennwerte

- ✓ Page Views
- ✓ **Visits**
- ✓ **Anzahl Bestellungen**
- ✓ **Verhältnis Bestellungen / Visits**
- ✓ E-Mail Reaktionen
- ✓ Abonennten Newsletter
- ✓ Erstbestellung
- ✓ Presse-Echo



WebShop Schlüsselstellen



➤ **Programmierung**

Tools
Bilder, Texte
Zahlungsmodule
Aktualisierungen
Einbindungen

➤ **Administration**

Produkte-Auswahl
Preise
Aktualisierung
Mitarbeiter

➤ **Abwicklung**

Hotline
Bestellungen, Rechnungen,
Buchhaltung
Verhandlungen mit Lieferanten und Hersteller

➤ **Marketing**

Shop-Konzept
Marketing-Konzept
Aktivitäten
Administration

➤ **Finanzierung**

Garantien
Zahlungsmöglichkeiten
Delkrederere - Risiko

➤ **ERP / Admin**

Laufende Optimierung aller Prozesse nach den Gesichtspunkt optimalste Prozesse, um maximalsten Gewinn zu realisieren.



Programmierung

Kunden brechen ihren Online - Kauf wegen folgenden Gründen ab

40 Prozent:

technische Probleme wie z.B. langsamer Seitenaufbau, Fehlermeldungen

33 Prozent:

unübersichtliche oder schlecht bedienbare Shops, fehlende Informationen

32 Prozent:

zu hohe Versandkosten >> Marketing!

30 Prozent:

Bestellvorgang dauert zu lange, umfasst zu viele Seiten

25 Prozent:

Bezahlung über Überweisung oder Lastschrift nicht möglich

21 Prozent:

Warenkorb oder Kasse nicht gefunden

Nur 16 Prozent

der Befragten haben noch keinen ihrer geplanten Online-Käufe abgebrochen.

Marketing

- **Einstiegsseiten**
Schnell, attraktiv, einfach
- **Produkt - Kriterien**
Qualität, Zielgruppe, Gewinnspanne, geeignet für das Internet

Im **Weihnachtsgeschäft** machen Internet-Kaufhäuser laut Studie bereits **25 Prozent** des Jahresumsatzes im Einzelhandel aus.
- **Interesse und Neugier wecken**
Zusatzinformationen, Newsletter, das kaufen andere gerade ein, Hitliste täglich und monatlich
- **Interaktivität**
Wettbewerb, Gästebuch, Umfrage, Forum, Bewertung, Quiz, Wettbewerb, Online-Spiel
- **Sprachrohr**
Berichte von Kunden, Testberichte, Bewertungen
- **Erfolgs-Überwachung**
Statistik, Link-Popularity, Position, detaillierte Informationen über den Traffic, Ranking des Shops



Marketing

Kunden generieren

- Suchmaschinen
- Preissuchmaschinen
- Affiliate
- Marketing

Kunden zum Kauf motivieren

- Produkte / Preise
- Zusatzkosten
- WebTools > Yalst
- Support
- Retail

Folgekauf

- Newsletter
- Google Analytics, ECONDA
- Kundenbindung

**Übergreifende Marketingaktivitäten
Firmenpolitik / Strategie**



Die Gründe für einen WebShop sind unbestritten



- Selber ganz vorne dabei sein im Wachstumsmarkt.
- Jetzt Marktanteile sichern - die Zukunft beginnt heute.
- Der entscheidende Vertriebskanal der Zukunft.
- Umsatz steigern und den IT- und UE-Verkauf rationalisieren.
- Der Kunde kann bestellen wann er will.
- Der Concerto-WebShop wird zum unverzichtbaren Standard.
- Minimale Entwicklungskosten.
- Automatische Produktaktualisierung.
- Viele Gestaltungsmöglichkeiten für eigenes Layout.



WebShop und die Zukunft?



- Dabei sein: Online-Einkauf nimmt stetig zu.
- Prozessautomatismen: Kosteneinsparungen im Einkauf und Verkauf.
- Neue Kunden: Ideales Akquisitionsinstrument.
- Image: In Zukunft ist es wie eine Visitenkarte.

Ist Proseller der richtige Partner?

- Concerto ist die Basis und der gleiche Erfolg wird eintreffen :-)
- Fundiertes Know-how und optimierte Prozesse sind vorhanden.
- Proseller ist ein unabhängiger Partner. Freie Wahl des Distis, des Herstellers, des Sortimentes usw.

Kosten - Nutzen?

- 85 % **Zeiteinsparung**.
- **Datenoptimierung** durch Hersteller-Integration.
- Laufende **Weiterentwicklung**: Konfiguratoren (Memory, Batterien, Supplies)



Success Through Process



We are ready!