FOKUS HANDEL

„Wir sollten aufhorchen, wenn die Leute etwas verrückt finden, denn wenn die Leute etwas gut finden, macht es schon ein anderer!“ ... meint Sibylle Dorndorf

Quelle: Rede von Hajime Mitari, Präsident Canon

HappyBaby – Happy New Trend!
Liebe Leserinnen und Leser,
„Happy New Trend!“ – unter diesem Motto haben viele von Ihnen das neue Jahr begrüßt – und vielleicht auch ein neues Sortiment. Es ist ja eine immer größer und komplexer werdende Welt, in der Sie sich als Händler tummeln. Und es wird immer schwieriger, sich in ihr zurechtzufinden, wenn man keinen starken und kompetenten Partner an der Seite hat. Für all jene, die sich dem Thema Baby-Kleinkind widmen (möchten), gibt es eigentlich nur eine Adresse: Die EK/servicegroup hat mit Ihrem HappyBaby-Konzept die Latte hoch angelegt und bietet eine variable Komplettlösung für sowohl die Babyausstattungs-Branche wie auch für Newcomer an. Das EK-Baby-Portfolio fusst auf vielen Säulen – und auf dem mit den Jahren gewachsenen Know-how der Bielefelder im Bereich family.
Im „Fokus Handel“ der 1st Steps finden Sie komprimiert Auszüge aus dem aktuellen Dienstleistungsangebot der EK/servicegroup in diesem Bereich. „HappyBaby“ bekommt also für Sie vielleicht eine ganz neue Bedeutung!

Sibylle Dorndorf

HAPPY BABY
Von Anfang an glücklich

Neue Umsätze sind keine Zauberei!

„Wer suchet, der findet“, heißt es so schön. Wenn Sie auf der Suche nach neuen Umsätzen sind, möchten wir Ihnen gerne die Möglichkeiten eines Mehrbranchen-Verbunds vorstellen. Die ***EK/servicegroup*** ist nicht nur auf dem Gebiet Baby-Hartwaren bestens sortiert, sondern bietet auch ergänzende Sortimente wie Kids und Baby Fashion, Spielwaren, Kinderbücher, Living for kids, Saisonthemen und viele andere interessante Warenbereiche. Die Zielgruppe „Familie“ ist viel größer als Sie glauben. Gerne beraten wir Sie, welche zusätzlichen Sortimente zu Ihnen und Ihren Kunden passen. Nutzen Sie die Chance – mit uns.

Bernd Horenkamp,
Vorstand ***EK/servicegroup***

EK/servicegroup

Das HappyBaby-Erfolgskonzept
geht in die nächste Runde

We think Baby! HappyBaby-Händler haben einen klaren Marktvorteil: Sie gehören einer Einkaufskooperation an, die in arrondierenden Sortimenten denkt und mehrdimensional den Markt beackert.

Die Männerlounge bei Vetter for Kids in Weinheim ist wie der 1.500 Quadratmeter große, stylishe Fachmarkt ein Hingucker und eine Erlebniswelt für die ganze Familie

Das EK-Erfolgskonzept HappyBaby ist längst „den Kinderschuhen" entwachsen. Warum das so ist? Die Bielefelder haben sich perfekt auf das veränderte Konsumentenverhalten eingestellt. Vom Webauftritt mit Online-Shop über die neue digitale familyCard bis hin zum Online-Terminal im Geschäft können die mittlerweile über 40 Handelspartner auf eine Vielzahl an Leistungen zugreifen, um sich dem Kunden auf allen Kanälen kompetent darzustellen.

Omnipräsent mit myWeb

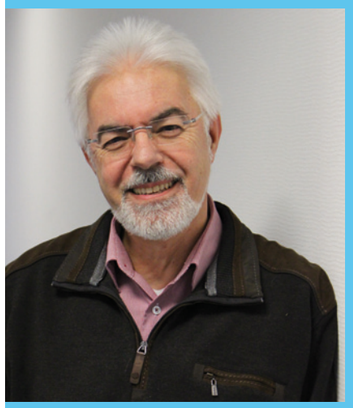
Das HappyBaby Konzept ist jetzt auch auf myWeb verfügbar. Die Konzeptteilnehmer haben die Möglichkeit, ihre eigene Webseite sogar mit eigenem Webshop über myWeb zu erhalten. Für das Webshop-Modul stehen nahezu 1.000 Artikeldaten zur Verfügung. Ein weiterer großer Meilenstein ist die Integration von Produkten aus dem Spielwarensortiment der Vedes.

Zum Stammsortiment gehören Kinderwagen, Autositze, Kleidung, Baby-Spielzeug, Fläschchen, Schnuller, Kinderzimmer. Aktive HappyBaby-Händler wie Silke Vetter-Kissel und Manfred Kissel von Vetter for Kids beweisen jedoch, dass auch arrondierende Sortimente wie Textiles und Geschenkartikel bei werdenden und jungen Eltern gut ankommen. Spielen die Kissels in Weinheim auf 1.500 Quadratmetern ihre Joker optimal aus, so heisst das nicht, dass nicht auch auf kleiner Fläche Erfolg generiert werden kann. Das HappyBaby-Konzept lässt sich ab einer Grundfläche von zirka 600 Quadratmetern umsetzen und optimal auf unterschiedliche Gegebenheiten vor Ort anpassen. Ein modernes Shopdesign mit eigenständiger emotionaler Bildsprache, eine funktionale Warenpräsentation mit übersichtlicher Wegführung, eine attraktive Spiel-Fläche für Kinder sowie eine Beratungs- und Ruhezone für Schwangere machen den Besuch bei HappyBaby zu einem Erlebnis für die ganze Familie.

Das HappyBaby-Team der EK/servicegroup leistet eine umfassende Marketingunterstützung für alle Phasen in der Umsetzung des Systemgeschäfts und bietet von der Planung bis zur Eröffnung kompetente Begleitung an.

www.happybaby.de

Geschwindigkeit ist keine Hexerei



Neuesten Studien zur Folge möchten Endverbraucher immer häufiger ihre gekaufte Ware gleich mitnehmen beziehungsweise umgehend geliefert bekommen. Dies gilt insbesondere für den Käufer im Onlinehandel, ist aber auch für den stationären Fachhandel nicht ganz unwichtig.

Den meisten Anbietern ist eine rasche Lieferung, in der Regel Produktionsbedingt, leider nicht möglich. Genau hier schafft die EK/servicegroup Ausgleich. Namhafte Marken wie Teutonia, Hartan, Gesslein, Mutsy, im rollenden Bereich aber auch Autositze der Marken Dorel, Recaro, Cybex und Concord, können zukünftig ab Lager Eisenach just in time geliefert werden. Somit können Kinderwagen, Autositze und testweise Möbel der Firma Paidi innerhalb von 48 Stunden beim Endkunden sein. Ein unschlagbarer Service! Zusätzlich werden bei den Handelsmarken in der Regel Zugabeartikel mitgegeben, die einen erheblichen Preisvorteil bieten.

Bereits seit Anfang des Jahres können die HappyBaby-Mitglieder den neuen Lagerkatalog online einsehen und wir sind stolz, dass wir eine Lieferbereitschaft von weit über 90 Prozent realisieren können.

In der sogenannten „kleinen Hartware" haben wir das Programm mit einer Vielzahl an neuen Artikeln ergänzt. Zum Beispiel neue Aufbewahrungsboxen von „Store it" mit der Serie „Piraten" oder Babyphon für Android Handys und Laptops. Neu sind auch Lizenzthemen wie „Minions" oder „Die Eiskönigin" im Zubehörbereich für Autos.

Immer mehr Händler nutzen das bereits seit einigen Jahren bewährte Online-Bestellportal. Hier können nicht nur Bestellungen eingegeben werden, sondern der Kunde kann, nachdem der Liefertermin steht, zu jeder Zeit sehen, wo sich seine Ware befindet und somit zielgerecht seinen Wareneingang steuern.

Dieter Höhn, Category Management Baby & Spielware EK/servicegroup

Zum HappyBaby-Erfolgskonzept tragen erfolgreiche und bei jungen Eltern beliebte Marken bei. Das Who-is-Who der Kinderwagen steht in den Startlöchern: Die Premium-Marken Teutonia, Hartan, Gesslein, Mutsy können künftig ab Lager Eisenach geordert werden.

Das Zauberwort: Autonachschub

Denn gute Geschäfte haben immer geöffnet

Rainer Maschke,
Prozess Management baby & family

Die Ware muss zum Kunden – und zwar so schnell wie möglich. Lange Wartezeiten wirken nicht nur in Arztpraxen inkompetent, auch im Handel sind sie nicht dazu angetan, Kunden zufriedenzustellen und langfristig zu binden. Wartezeiten nerven und kosten den Händler Geld. Die Lösung lautet: Autonachschub!

Herr Maschke, was ist überhaupt Autonachschub?
Grundsätzlich ist ein Autonachschub eine Dispositionshilfe, die mit Hilfe eines elektronischen Datenaustausches automatisiert wurde. Ziel eines solchen Systems ist es, Bestände zu reduzieren, Kosten zu optimieren und eine optimale Warenverfügbarkeit zu schaffen. Dass „nebenbei" die Kosten der Disposition gesenkt und maximale Renditen erwirtschaftet werden, liegt auf der Hand.

Was kann Autonachschub bewirken?
Für uns sind vor allem zwei Punkte wichtig: In Zeiten der Digitalisierung ist die Bereitschaft der Endkunden sehr gering, sich wegen eines Produktes mehrfach auf den Weg zu einem Fachhändler zu machen um aktuell nicht verfügbare Ware zu kaufen. Die Transparenz im Internet sagt ihm sofort, wo der gewünschte Artikel verfügbar ist und bietet zusätzlich die Alternative des Online-Kaufes.
Mit „Nein" zu Verkaufen stellt für den Unternehmer also ein immer größeres Risiko dar, kaufende Kunden dauerhaft zu verlieren. Diese Situation soll der Autonachschub durch die automatisierte Nachlieferung wichtiger Sortimente verhindern. Parallel dazu senken wir die Kapitalbindung durch zu hohe Sicherheitsbestände nach herkömmlicher Dispositionslogik und das Verkaufspersonal hat mehr Zeit, sich um das Verkaufen und Beraten zu kümmern. Durch diese automatisierte Unterstützung können Umsatzzuwächse bis zu 20 Prozent erzielt werden.

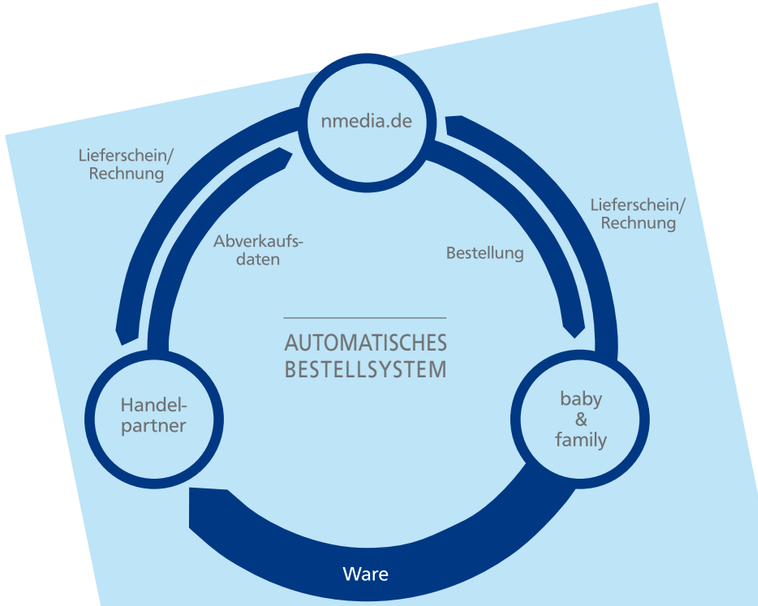
> „Mit einem „Nein" zu verkaufen stellt für den Unternehmer ein immer größeres Risiko dar, kaufende Kunden dauerhaft zu verlieren. Diese Situation verhindert der Autonachschub durch automatisierte Nachlieferung wichtiger Sortimentsbestandteile."

Wie funktioniert dieser Vorgang konkret im Händleralltag?
Das ist ganz einfach: Die täglichen Abverkäufe werden elektronisch und automatisch an ein Erfassungssystem gesendet, das nach Erreichen von versandfähigen Verpackungseinheiten eine Bestellung zum Lieferanten der Ware auslöst. Die Bestellung wird unverzüglich verarbeitet und zur Lieferung gebracht. Damit wird ein Kreislauf in Gang gesetzt, der dafür sorgt, dass ohne Aufwand beim Händler die abverkauften Mengen nachgefüllt werden. Die technische Plattform selbst wird von unserem Clearing Center nmedia in Düsseldorf zur Verfügung gestellt und ist auch schon in anderen Branchen erfolgreich im Einsatz.

Kann auch eine individuelle Listung festgelegt werden?
Natürlich. In direktem Kontakt vor Ort wird zusammen mit dem Händler und unseren Vertriebsmitarbeitern das Sortiment definiert. „Lokale" Eigenheiten wie das Kaufverhalten der Endkunden oder die allgemeine Sortimentsstruktur oder auch die zur Verfügung stehende Verkaufsfläche können dann am besten mit berücksichtigt werden. Die Sortimente werden dann in der oben benannten Plattform erfasst, um die Prozesskette für den Autonachschub zu starten.

Und was macht der Händler damit?
Der Händler erhält einen Zugang zu dieser Plattform, um das Sortiment auch später noch bearbeiten zu können. In der Regel betrifft das den Artikelwechsel bei Auslaufartikeln und den Wechsel von Produkten, wenn diese als Penner-Artikel identifiziert sind. Auch kann der Händler hier die Bestellmengen oder Zeitpunkte ändern, um zum Beispiel bei Werbungen gezielt Einfluss zu nehmen.

Herr Maschke, ich bedanke mich für die Aufklärung und das Gespräch!



Die Ware sucht sich ihren Weg, dieses geflügelte Wort gewinnt beim Thema Autonachschub eine völlig neue Bedeutung. Diese Art der Prozessoptimierung, weil Automatisierung spart dem Handel Geld, Zeit – und führt ihm sogar treue, weil zufriedene Kunden zu!

Das HappyBaby-Rundum-Sorglos-Paket

Kundenbindung wird im Einzelhandel immer wichtiger. Neben einem Mehrwert für den Endkunden, ist auf Handelspartnerseite ein kostengünstiges und schlüsselfertiges Gesamtkonzept gefragt. Ab 2016 beginnt HappyBaby mit dem Roll-Out der digitalen familyCard. Hierbei handelt es sich um eine digitale Kundenkarte mit Bonuspunktesammelfunktion für den Endkunden. Zum Gesamtkonzept gehört ebenfalls ein komplettes Angebot an Marketingmaterialien wie zum Beispiel die Vorteilswelten, das Gutscheinheft, Kundenkartenanträge und vieles mehr. Der HappyBaby Handelspartner erhält ein einfach zu bedienendes System mit umfangreichem Leistungsumfang. Hierzu gehört ein komplettes CRM-System mit Kundendatenverwaltung, Kaufhistorie und Newsletter-Tool. Dieses Tool ermöglicht es dem Handelspartner, jederzeit einen Newsletter zu erstellen und an eine definierte Kundengruppe zu senden. Bei der Auswahl der Kundengruppe stehen verschiedene Parameter, wie eine Selektion nach VIP-Kunden, nach einem Zeitraum in dem der Kunden nicht mehr gekauft hat, et cetera zur Verfügung. Komplettiert wird das Rundum-Sorglos-Paket durch automatisch versendete Mails zu Geburtstagen und besonderen Anlässen.

Fazit: Der HappyBaby Handelspartner erhält ein Rundum-Sorglos-Paket mit perfekter und modernster NFC-Technik.

Marcus Lindemeier, Leiter Systemmanagement baby & family

Thorsten Stühring, Bereichsleitung EK Handel

Waren- und Leistungsstark:

Die Vorteile des modernen Lieferketten-Managements

An welchen Schrauben muss man drehen, wenn die Wettbewerbsfähigkeit gesteigert werden soll? Welche Abläufe muss man sich anschauen, wenn Prozesse optimiert werden sollen, wenn man schlagkräftiger werden will? Fragt man den Experten, dann ist es oftmals die Optimierung der logistischen Abläufe und der Ausbau eines guten Servicemanagements, das schnelle Erfolge zeitigt. Thorsten Stühring, Logistikexperte und Bereichsleiter EK Handel, erklärt das innovative Logistik- und Serviceprinzip der EK/servicegroup.

Herr Stühring, 25.000 Artikel zu verwalten, das ist sportlich …
Das stimmt, aber wir bei der EK sind aus unserer Geschichte als Mehrbranchengruppe mit diesen Größenodnungen gewachsen und demzufolge längst an sie gewöhnt. Wir haben schließlich nicht nur die Sortimente Baby-Kleinkind, um die es in 1st Steps vordergründig geht, wir führen PBS, Spielware, Geschenkartikel, Textil … sprich, bei uns stehen die Cross-Selling-Aspekte im Vordergrund. Sehr zum Vorteil unserer Händler!

Wenn wir die Vorteile für den Händler zusammenfassen, was steht denn Ihres Erachtens nach an erster Stelle?
Ich spreche viel mit Händlern verschiedenster Geschäftsgrößen, ich kenne ihre Probleme. Deshalb bin ich sicher, dass zum Beispiel die Tatsache, dass ein Händler, der sich breiter aufstellen möchte, vor allem von den kleinen Auftragsvolumina profitiert beziehungsweise Lieferantenübergreifend bündeln kann, die er bei uns setzen kann. Er schont so seine Liquidität und bleibt in der Sortimentsgestaltung flexibel.

Im 2012 neu gebauten Zentrallager des EK-Logistikpartners Rhenus in Eisenach stehen über 20.000 ausgewählte Artikel aus den vier Geschäftsfeldern bereit – darunter renditestarke Importartikel und Eigenmarken. Die EK/servicegroup deckt alle Versandarten ab. Für jeden Anspruch, für die unterschiedlichsten Artikel und für jedes Sortiment

Ertragssteigerung im Dreiklang: Die drei Kompetenzfelder der EK sind Warenversorgung, Entwicklung von verbrauchernahen Marketing- und Vertriebslösungen und die Vermittlung von einzelhandelsrelevantem Wissen.

Die Ware muss schnell von A nach B, aber auch schnell zum Kunden …
Natürlich. Sie kennen das auch: Sie haben Ihren Wunschartikel gefunden, ob On- oder Offline, natürlich möchten Sie ihn gerne sofort oder so schnell wie möglich haben. Der Händler, der hier gut gerüstet ist, hat einen klaren Vorteil, Kunden langfristig an sich zu binden. Dank unserer logistischen Schlagkraft kann er Ware, die er bis 15.00 Uhr bestellt, am nächten Tag bekommen. Er kann sieben Tage lang 24 Stunden in unserem Online-Katalog blättern, hat immer das komplette Angebot im Auge – und 95 Prozent der gelisteten Artikel sind sofort verfügbar!

Das heisst, Sie schicken dem Händler die Ware und er gibt sie dann an den Kunden weiter..?
Das kann sogar noch schneller gehen. Wir sparen einfach einen Schritt ein und versenden zum Beispiel auch im Namen des Händlers direkt an den Kunden. Diese „verlängerte Ladentheke“ nennt sich im Fachjargon Drop-Shipping, und funktioniert bei uns mit sage und schreibe 16.000 Artikeln. Diese enorme Schlagkraft spart dem Händler Arbeit und verschafft ihm eine hohe Kundenzufriedenheit. Unsere brandneue Lagerlogistik stellt dabei die effiziente Abwicklung und permanente Optimierung der Lieferkette sicher.

„Ein Händler, der sich breiter aufstellen möchte, profitiert zunächst vor allem von den kleineren Auftragsvolumina.“

Was, wenn ich ein Kinderzimmer kaufe. Dann kommt zwar die Ware schnell, aber ich muss mir jemanden zm Aufbauen suchen …
Auch daran haben wir gedacht. Hier greift das Prinzip des „2-Mann-Handling“. Das heisst, wir liefern dem Kunden direkt die Ware, die er beim Händler bestellt hat, und dazu stellen wir noch den Aufbauservice – und nehmen die Verpackung gleich mit. Diesen Full-Service nutzen vor allem unsere Babyfachhändler, denn ein Kinderzimmer aufzubauen ist ja nicht jedermanns Sache. Ein weiterer Vorteil ist, dass wir die Artikel, in dem Fall das Kinderzimmer, lagervorrätig haben, hingegen eine Einzelbestellung des Händlers beim Lieferanten bis zu sechs Wochen Lieferzeit bedeutet.

Danke für das Gespräch, Herr Stühring!

Marketing Must-have

Zum HappyBaby-Erfolgskonzept gehört ein umfassendes Paket an begleitenden Marketingmaßnahmen für einen perfekten Gesamtauftritt: Frequenzerhöhung, Imagesteigerung und Kundenbindung – alle guten Dinge sind drei!

- Tolles Begrüßungsgeschenk
- Regelmäßige Informationen über Aktionen und Aktivitäten rund ums Baby und Kleinkind
- Gutscheinheft mit attraktiven Vorteilen
- Attraktives Bonusprogramm
- Exklusive Rabatte, Coupons und Vorteils-Aktionen
- Große Vorteilswelt mit besten Gutscheinen renommierter Marken-Partner
- Regelmäßiger Online-Newsletter mit tollen Aktionen und Trends

Marketing-Maßnahmen für den Handel dürfen keine Mogelpackungen sein, denn der aufgeklärte Kunde entlarvt diese schnell als heisse Luft! Maßnahmen, die wirklich ankommen, sind langfristig angelegt, stützen das Dienstleistungsportfolio, den Gesamtauftritt und dienen damit der Positionierung ebenso wie der Kundenbindung. Ein perfekter und nachhaltiger Gesamtauftritt also!

Ganzheitliche Unterstützung

Die baby & family GmbH legt Wert auf eine ganzheitliche Beratung und Betreuung vom ersten Kontakt bis zur Eröffnung und natürlich auch danach. Darüber hinaus wird über Erfa-Gruppen, eigene Messen und Mitgliederversammlungen der Austausch gefördert. Ein großes Dienstleistungs- und Beratungsangebot mit zum Beispiel Betriebsvergleichen und Standortberatungen gibt Sicherheit für die Zukunft.

Die Erfolgsfaktoren von HappyBaby

- Ein ansprechender Auftritt mit emotionaler, abwechslungsreicher Präsentation
- ein optimal zusammengestelltes Sortiment mit hoher Warenkompetenz zu fairen Preisen, zusammengesetzt aus Markenartikeln und einer starken Eigenmarke
- Beratungskompetenz und kundenfreundliche Serviceleistungen
- Orientierung durch eine klar strukturierte Warenpräsentation und ein übersichtliches Wegleitsystem
- Inspiration durch Themen- und Produktinszenierungen und Kauf-Sicherheit durch Ausprobieren
- Attraktive, aufeinander abgestimmte Marketing-Maßnahmen

In Summe ergeben diese Bausteine ein tragfähiges Konstrukt in einer sich immer rascher wandelnden Handelswelt. Die Zugehörigkeit zu einer schlagkräftigen Verbundgruppe wie der EK/servicegroup macht stark im Wettbewerb und im Markt.

Messetermine 2016

13.03. – 18.03.2016
light + building, Frankfurt

20.04. – 22.04.2016
EK FUN Messe, Bielefeld

20.04. – 04.05.2016
VEDES
(Haupteinkaufstagung),
Bielefeld & Nürnberg

10.07. – 12.07.2016
Gardiente, Hofheim

02.09. – 07.09.2016
IFA, Berlin

04.09. – 06.09.2016
Spoga, Köln

15.09. – 18.09.2016
Kind + Jugend, Köln