

Neue Schnittstelle

Mercateo nimmt ab sofort auch Großkunden ins Visier.

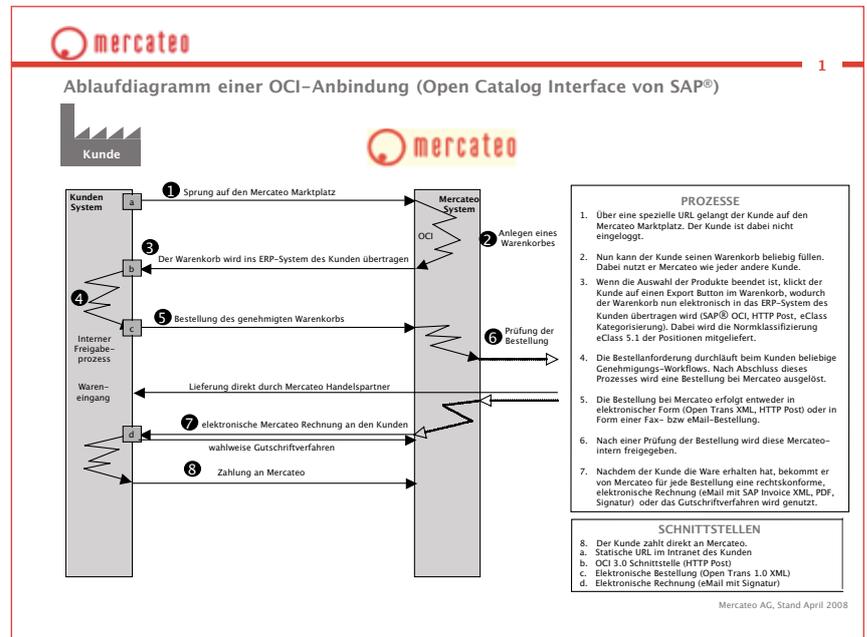
Mercateo, nach eigenen Angaben führender deutscher Online-Händler für Geschäftskunden im Internet, wendet sich mit seinem B2B-Sortiment von fast vier Millionen Artikeln bislang überwiegend an kleine und mittelständische Unternehmen. Ab sofort wird Mercateo auch stärker auf die Bedürfnisse von Großkunden eingehen. Erste Konzerne konnten bereits vom Angebot überzeugt werden. Der Online-Händler bietet die Möglichkeit der Anbindung des gesamten Mercateo-Sortimentes an kundeninterne ERP-Systeme über eine OCI-Schnittstelle.

Komfortabel und sicher

Das Besondere der OCI-Schnittstelle: Mit ihr gewährleistet der Online-Händler seinen Kunden eine nahezu vollständige Sortimentsabdeckung im C-Teilbereich, bietet durch eine innovative Sichtenverwaltung aber gleichzeitig die Möglich-



Heike Kleine, Key Account Managerin bei Mercateo und Ansprechpartnerin für Großkunden: „Prozesskosten in der Randbeschaffung lassen sich deutlich verringern.“



keit, individuelle Filter zu setzen. Produkte und Lieferanten, die schon durch Rahmenverträge des Kunden abgedeckt sind, können besonders gekennzeichnet werden, ohne dass dabei die Sicht auf das gesamte Sortiment verloren geht. Sichtenverwaltungen bestehen für Lieferanten, komplette Kataloge oder Klassifizierungen nach eClass-Standard. Für Kunden, die ein Gutschriftsverfahren einsetzen, ist dies bei Mercateo auch über die elektronische Schnittstelle möglich.

Starke Marken und bequeme Warenkorb-Optimierung

Einkäufer verzichten somit weder im Kern- noch im Randbereich ihrer Beschaffung auf die Vorzüge des elektronischen Einkaufs. „Mit der OCI-Anbindung verringern die Unternehmen die Prozesskosten in der Randbeschaffung erheblich und

So funktioniert die OCI-Schnittstelle: komfortable Anbindung an die C-Artikel-Verwaltung im Unternehmen

reduzieren die Vielzahl der kleinen Lieferanten auf einen Lieferanten und Kreditor“, so Heike Kleine, verantwortlich für die Großkunden bei Mercateo. „Gleichzeitig haben sie Zugriff auf die Vollsortimente zahlreicher Markenhersteller. Viele von ihnen sind mittlerweile sogar mit einer eigenen Markenwelt bei Mercateo vertreten.“ Das große Sortiment ist trotz der Vielfalt gut beherrschbar: Neben einer intelligenten Suchfunktion unterstützt das Warenkorboptimierungs-Tool „Best Basket“ den Einkauf. Gefüllte Warenkörbe lassen sich nach Gesamtpreis, Lieferzeit oder der Paketanzahl optimieren. So findet jeder das für ihn passende Angebot.

Mit „BestBasket“ hat Mercateo ein Werkzeug für maßgeschnei-



Auf der Homepage des Online-Händlers Mercateo finden sich rund eine halbe Million verschiedene Büroartikel. Insgesamt werden knapp vier Millionen Produkte angeboten.

derte Service-Lösungen entwickelt. Die riesige Auswahl machte es erforderlich, die Produktfülle nach den Wünschen der Nutzer zu sortieren. Oft werden diverse Artikel von mehreren Lieferanten in gleicher Art und Güte, jedoch mit unterschiedlichen Preisen und Lieferkonditionen angeboten. Mit dem Tool kann ein Kunde selbst entscheiden, welche Kriterien ihm am wichtigsten sind, und er kann seine Bestellung entsprechend wählen. An einem einfachen Beispiel wird deutlich, welchen Vorteil der Nutzer mit dem Tool hat: So kostet ein gewünschter Kugelschreiber bei Lieferant A 1 Euro und ist in zwei Tagen lieferbar, Lieferant B bietet den gleichen Kugelschreiber für 0,79 Euro und mit einer Lieferzeit von sieben bis 14 Tagen an. Die Warenkorboptimierung von Mercateo sucht genau nach diesen Alternativen und zeigt sie dem Kunden auf. Damit ist die individuelle Optimierung des Wa-

renkorbs möglich geworden. Für Dr. Sebastian Wieser, Vorstand von Mercateo, ist die Einführung von „BestBasket“ ein wichtiger Meilenstein: „Die Warenkorboptimierung gibt dem Kunden das sichere Gefühl, die besten Konditionen für sein Unternehmen gefunden zu haben. So individuell wie unsere Kunden der verschiedenen Branchen sind, gibt es für jeden auch unterschiedliche Prioritäten, nach denen er entscheidet.“

Mercateo ist ein Online-Händler für Geschäftskunden. Wie auf einem realen Marktplatz „tummeln“ sich hier alle an einem Geschäft Beteiligten – Kunden, Hersteller und Handelspartner. Mercateo übernimmt dabei die Händlerfunktion und ist somit Vertrags-

und Ansprechpartner für die Kunden. Unternehmen finden hier eine große Vielfalt von Produkten von 15 000 Herstellern – von allgemeinem Bedarf wie Büromaterial oder IT bis zu speziellen Sortimenten wie Laborprodukte oder Sanitärtechnik. Momentan arbeitet Mercateo mit mehr als 300 verschiedenen Handelspartnern zusammen und bietet knapp vier Millionen Artikel.

Auf der Messe E-Procure & Supply in Nürnberg ist Mercateo mit einem Stand in Halle 12 vertreten. ●

www.mercateo.com



Auswahl aus dem Lieferantenspektrum von Mercateo: Zahlreiche Shops von Markenherstellern sind angebunden.