

SAP-Feinkostladen

Food & Beverage Alliance

Neu gegründete Food & Beverage Alliance bietet SAP-Know-how für die Nahrungs- und Genussmittelindustrie.

Mit der Botschaft „So schmeckt SAP“ geht die neu gegründete Food & Beverage Alliance an den Start. Zu diesem Leistungsverbund haben sich die langjährigen Partner OSC, All for One Steeb AG, Bibo und Realtime zur Food & Beverage Alliance zusammengeschlossen, um mit einem einzigartigen Komplettangebot an SAP-Dienstleistungen einen eindeutigen Vorteil für die Nahrungs- und Genussmittelindustrie (NuG) aus einer Hand zu schaffen.

Das Portfolio der Food & Beverage Alliance beinhaltet neben fundiertem Know-how in sämtlichen NuG-Primärprozessen auch Branchenlösungen mit Festpreisqualität inklusive Zusatzlösungen, Lizenzen, Wartung und Support. Außerdem umfasst das Leistungsspektrum Dauerbetreuungsleistungen wie Application Management, Outsourcing und Managed Cloud Services. Die Allianz möchte sich als Kommunikationsplattform der NuG etablieren. Um den Anspruch der umfassenden Beratung zu erfüllen, ist die Einbeziehung weiterer Key Player aus dem NuG-Bereich wie GS1 (Global Standards One: Supply-Chain-Standardisierung), CHEP (Commonwealth Handling Equipment Pool: Transportation) oder MIV (Milchindustrie-Verband) in Planung.

www.fb-alliance.com

Neuer Name

Aus Galileo wird Rheinwerk

Aufgrund markenrechtlicher Bestimmungen wurde „Galileo Press“ der weitere Gebrauch des bisherigen Namens markenrechtlich untersagt. Der Verlag heißt jetzt Rheinwerk Verlag. Unter anderem verlegt Rheinwerk in Zusammenarbeit mit SAP Bücher unter der Marke SAP Press. Die ersten englischsprachigen Bücher unter diesem Label erschienen 2002.

www.rheinwerk-verlag.de

Marketo und Hybris

Verbesserte Kundeninteraktion

Marketo, Anbieter von Engagement-Marketing-Softwarelösungen, und Hybris, ein SAP-Unternehmen, haben eine Partnerschaft zur Integration der Engagement-Marketing-Plattform von Marketo mit der Hybris-Marketing-Plattform geschlossen.

Unternehmen können kontextbezogene Kundendaten aus dem gesamten Unternehmen und weiteren Quellen nutzen, um Omni-Channel-Marketing-Kampagnen zum Aufbau langlebiger Kundenbeziehungen zu kreieren.

Traditionell lagert ein Großteil der Informationen über Berührungspunkte und frühere Interaktionen der Kunden mit der eigenen Marke ungenutzt in Silos unverbunden nebeneinander. Im

Ergebnis haben Unternehmen häufig Probleme, die gesamte Interaktion eines bestimmten Kunden mit Vertrieb, Marketing, Kunden-Support und Online-Handel nachzuvollziehen. Im operativen Alltag erschwert diese Unkenntnis Marketern die Erstellung personalisierter Kampagnen, die sich auf alle verfügbaren Unternehmensdaten stützen.

www.hybris.com/de
www.de.marketo.com

Omni-Channel-Lösungen nach Maß

Handelspartner

Für den Einzel- und Großhandel wird die Vernetzung aller Verkaufskanäle – kurz: Omni-Channel – in Zukunft unerlässlich sein. Nun haben sich Arvato Systems, CAS und IOT zusammengeschlossen, um Händlern Lösungen anzubieten, mit denen diese in der SAP-CAR/CEI-Infrastruktur noch besser auf die veränderten Bedürfnisse des vernetzten Konsumenten reagieren können.

Wo verschiedene Vertriebskanäle parallel genutzt werden, müssen die Interaktionspunkte, mit denen der Kunde in Berührung kommt, optimal miteinander verschmelzen. Die Voraussetzung dafür sind effiziente Softwaretechnologien. Um solche Lösungen zur Verfügung zu stellen, haben Arvato Systems, CAS und IOT eine strategische Partnerschaft geschlossen. Ziel ist, Handelsbetriebe bei der Implementierung und laufenden Optimierung maßgeschneiderter Omni-Channel-Lösungen bestmöglich zu unterstützen. Im Fokus stehen dabei die Anwendungen SAP Customer Activity Repository (SAP CAR) sowie SAP Customer Engagement Intelligence (SAP CEI). Mit diesen Lösungen können Kunden-, Abverkaufs- und Bestandsdaten an einem Ort zu einer einzigen Matrix zusammengeführt werden. So entsteht eine integrierte und kundenzentrierte Gesamtsicht, die es möglich macht, Konsumenten einheitlich und kanalübergreifend in Echtzeit anzusprechen, Empfehlungen abzugeben und so die Markenwahrnehmung zu verbessern.



» Wir sind überzeugt davon, dass an SAP CAR und CEI in der SAP-Architektur für den Omni-Channel-Vertrieb zukünftig kein Weg vorbeiführt. «

Axel Sacher, Senior Manager Handel
bei Arvato Systems

www.arvato-systems.de
www.c-a-s.de
www.iot-online.de