

Electronic Supply Chain Management

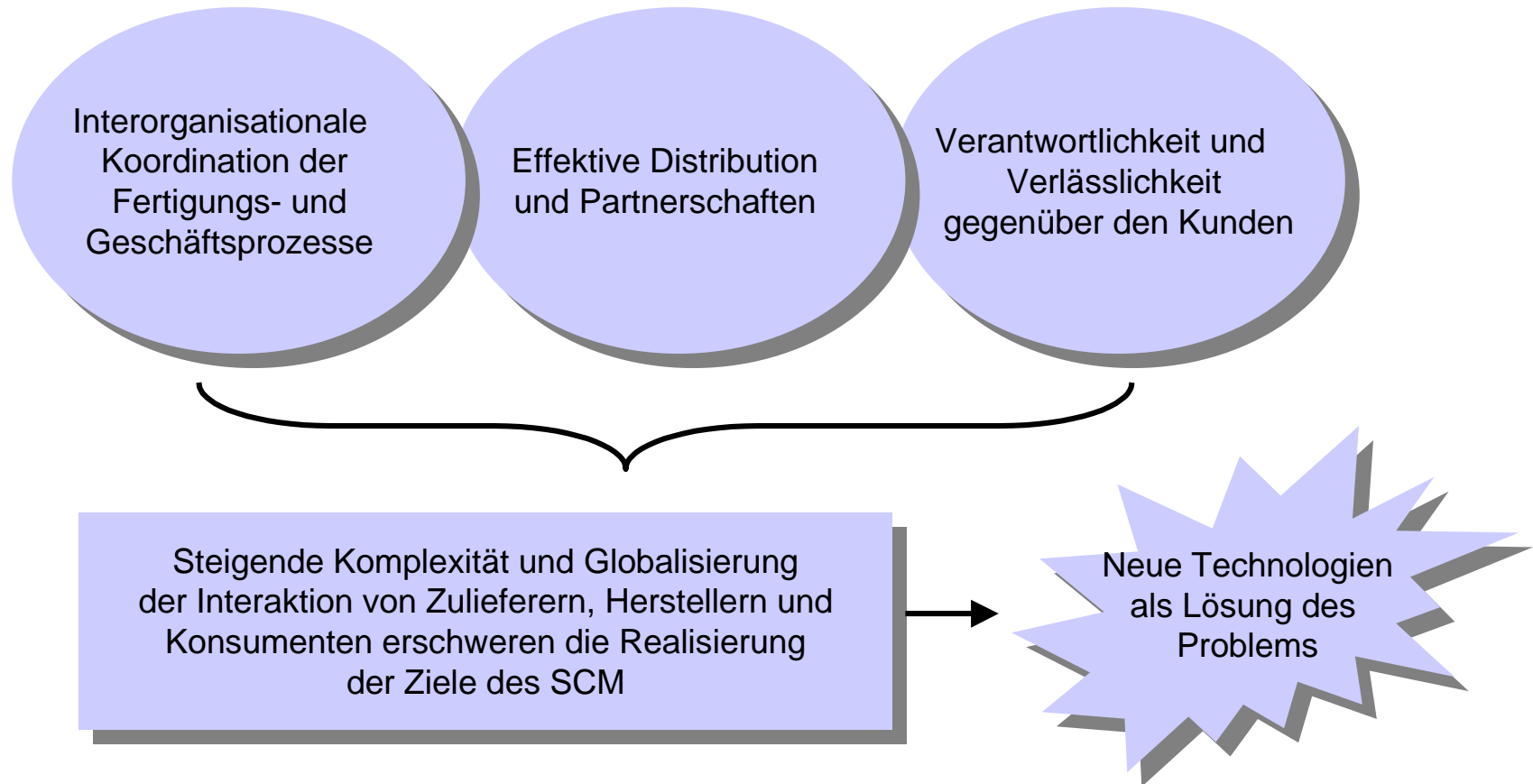
Thomas Wällisch

- • Marktentwicklungen, die Supply Chain Management erfordern
- Ziele des Supply Chain Management (SCM)
- Umsetzung der Anforderungen des E-Commerce durch internetbasiertes SCM
- Supply Chain Strategien
 - Nabisco-Enterprise Focus
 - P&C - Partner Focus
 - Dell - Direct Focus
- Acht wichtige Schritte bei der Einführung des internetbasierten SCM
- Einführungskosten des E-Commerce

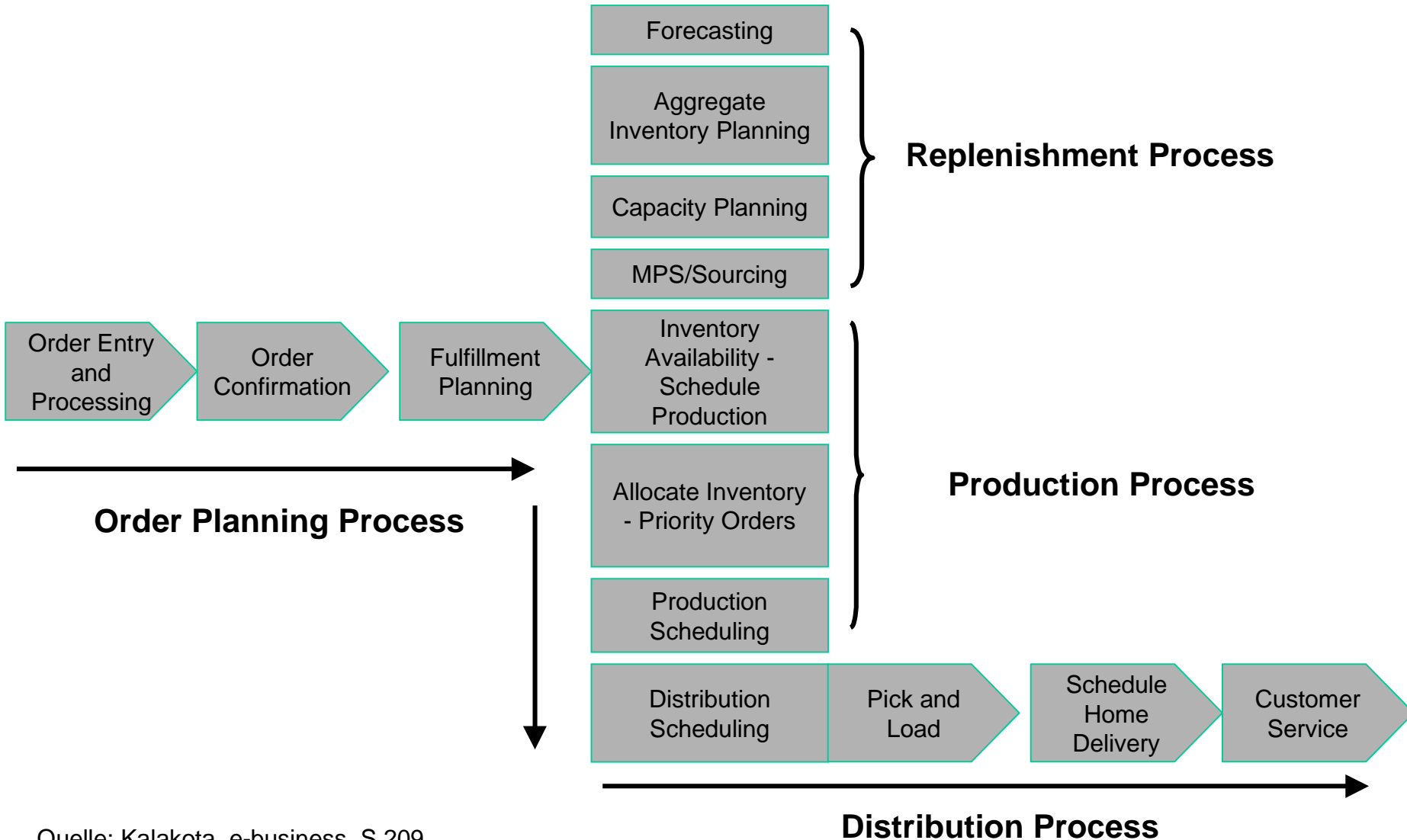
- Der Trend zur weltweiten Zerstreung von Fertigung und Verkauf von Produkten erfordert eine größere Anzahl an Produkten, die für lokale Märkte designed werden müssen.
- Neue Technologien ermöglichen, lokale und regionale Nachfrage besser zu managen. Dazu ist eine exakte Koordination der Vertriebswege erforderlich
- Die Anforderung an schnelle und kundenbezogene Lieferung erschwert traditionelle Inventur Management Politik
- Firmen sind gewillt kleinere Margen zu akzeptieren, um Marktanteile zu halten bzw. auszubauen. Dies führt häufig zur Umstrukturierung der Wertekette.

Quelle: Kalakota, e-business, S.201

- Marktentwicklungen, die Supply Chain Management erfordern
- • Ziele des Supply Chain Management (SCM)
- Umsetzung der Anforderungen des E-Commerce durch internetbasiertes SCM
- Supply Chain Strategien
 - Nabisco-Enterprise Focus
 - P&C - Partner Focus
 - Dell - Direct Focus
- Acht wichtige Schritte bei der Einführung des internetbasierten SCM
- Einführungskosten des E-Commerce

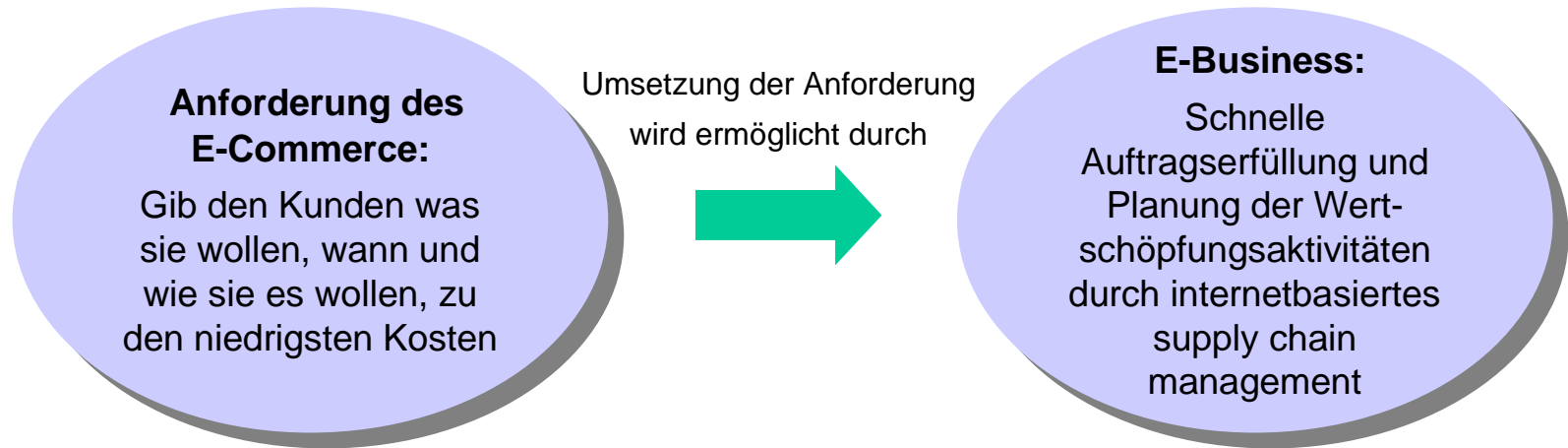


Quelle: Kalakota, e-business, S.202

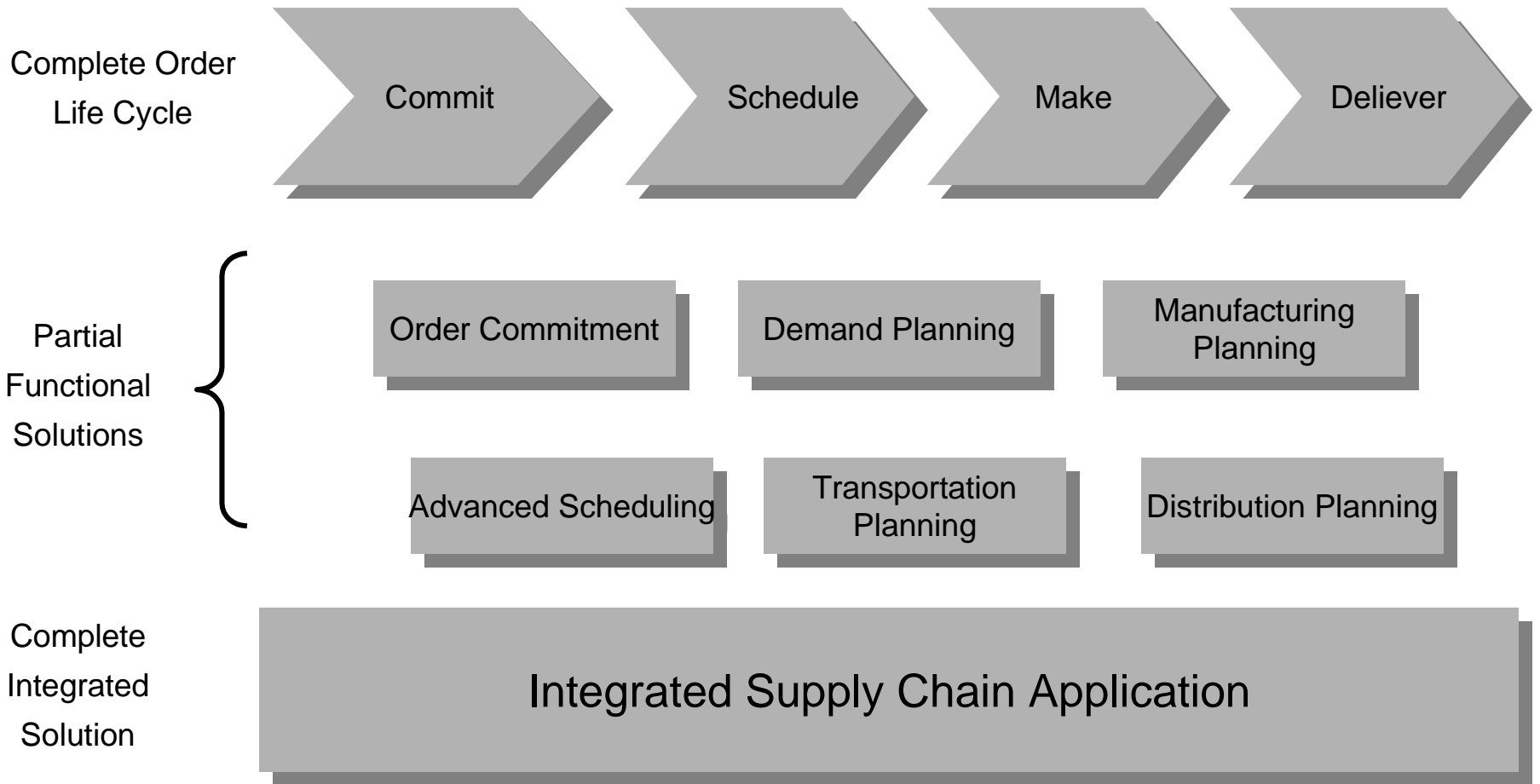


Quelle: Kalakota, e-business, S.209

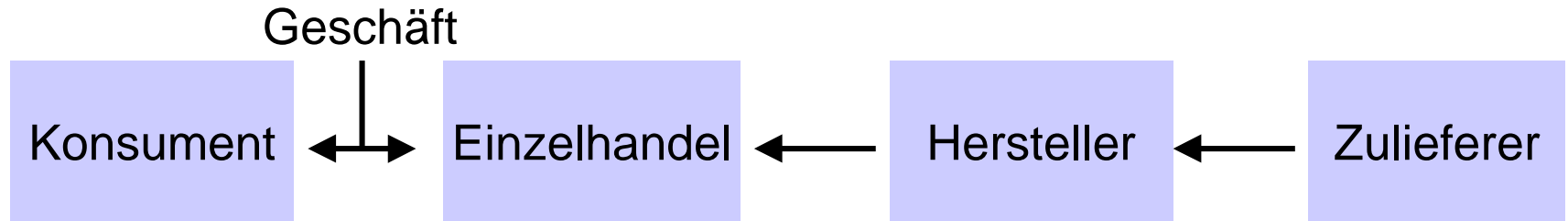
- Marktentwicklungen, die Supply Chain Management erfordern
- Ziele des Supply Chain Management (SCM)
- • Umsetzung der Anforderungen des E-Commerce durch internetbasiertes SCM
- Supply Chain Strategien
 - Nabisco-Enterprise Focus
 - P&C - Partner Focus
 - Dell - Direct Focus
- Acht wichtige Schritte bei der Einführung des internetbasierten SCM
- Einführungskosten des E-Commerce



Quelle: Kalakota, e-business, S.197



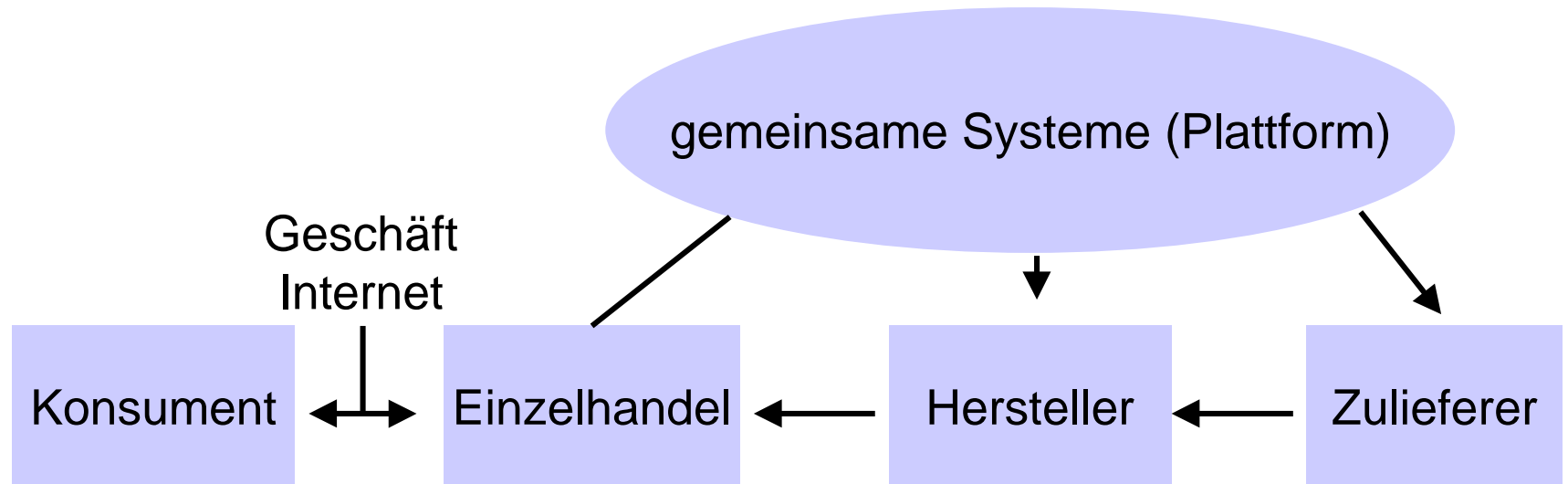
- Marktentwicklungen, die Supply Chain Management erfordern
- Ziele des Supply Chain Management (SCM)
- Umsetzung der Anforderungen des E-Commerce durch internetbasiertes SCM
- • Supply Chain Strategien
 - Nabisco-Enterprise Focus
 - P&C - Partner Focus
 - Dell - Direct Focus
- Acht wichtige Schritte bei der Einführung des internetbasierten SCM
- Einführungskosten des E-Commerce



- Einzelhändler maximieren Profit durch Bestellzyklen unter 18 Stunden
- Hersteller maximieren Profit durch Produktionszyklen von mehreren Wochen
- Um diesen Interessenkonflikt zu managen müssen Lagerbestände in der Wertekette geschaffen werden

Quelle: Kalakota, e-business, S.203

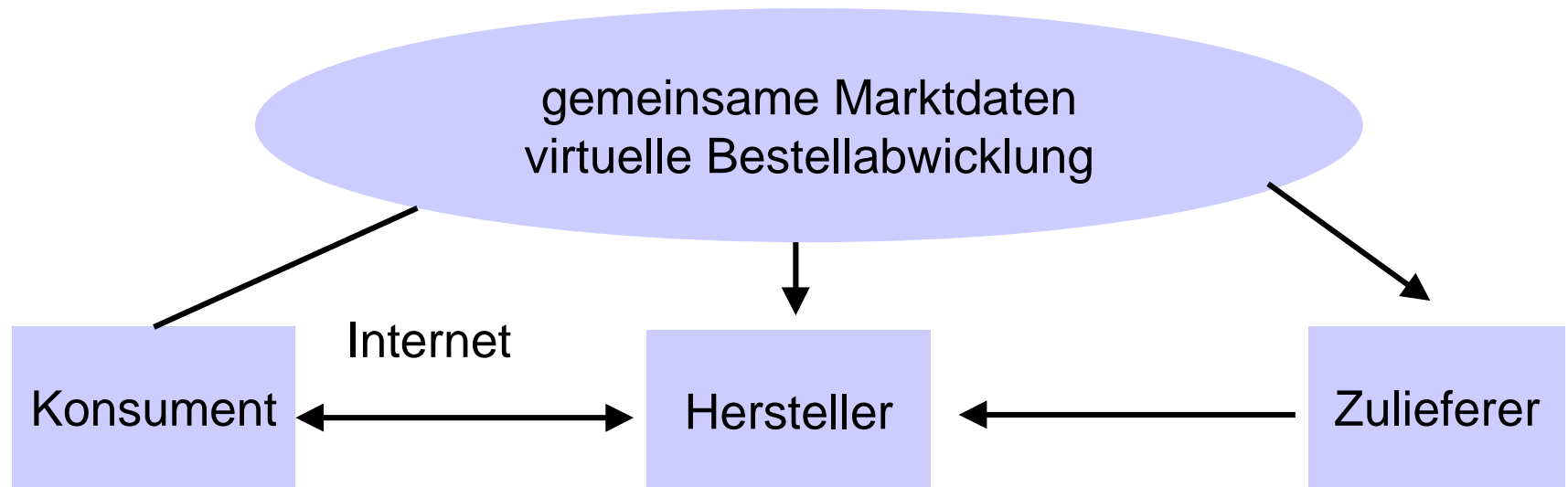
- Marktentwicklungen, die Supply Chain Management erfordern
- Ziele des Supply Chain Management (SCM)
- Umsetzung der Anforderungen des E-Commerce durch internetbasiertes SCM
- Supply Chain Strategien
 - Nabisco-Enterprise Focus
 - • P&C - Partner Focus
 - Dell - Direct Focus
- Acht wichtige Schritte bei der Einführung des internetbasierten SCM
- Einführungskosten des E-Commerce



- Kunde kauft Ware im Einzelhandel oder bestellt online über den Einzelhandel
- Einzelhandel, Hersteller und Zulieferer haben ihre Systeme zum Datenaustausch miteinander verknüpft

Quelle: Kalakota, e-business, S.203

- Marktentwicklungen, die Supply Chain Management erfordern
- Ziele des Supply Chain Management (SCM)
- Umsetzung der Anforderungen des E-Commerce durch internetbasiertes SCM
- Supply Chain Strategien
 - Nabisco-Enterprise Focus
 - P&C - Partner Focus
 - • Dell - Direct Focus
- Acht wichtige Schritte bei der Einführung des internetbasierten SCM
- Einführungskosten des E-Commerce



- Einzelhandel aus der Wertekette genommen
- Konsument bestellt Online
- Hersteller und Zulieferer haben ihre Systeme zum Datenaustausch miteinander verknüpft
- Bestellabwicklung Online

Quelle: Kalakota, e-business, S.203

- Marktentwicklungen, die Supply Chain Management erfordern
- Ziele des Supply Chain Management (SCM)
- Umsetzung der Anforderungen des E-Commerce durch internetbasiertes SCM
- Supply Chain Strategien
 - Nabisco-Enterprise Focus
 - P&C - Partner Focus
 - Dell - Direct Focus
- • Acht wichtige Schritte bei der Einführung des internetbasierten SCM
- Einführungskosten des E-Commerce



1. Festlegen der Kernelemente der Wertkette

Kernkompetenzen festlegen und SCM-Strategie daran ausrichten

2. Bereitschaft des Unternehmens für electronic SCM ermitteln

Bereitschaft für Kundenanforderungen der Zukunft,
Globalisierung,
Informationsbedarf, Technik ermitteln

3. Einen Business Case entwerfen

Der Case muß sowohl die strategische wie die praktische Komponente einbeziehen. Es soll eine klare Vorgehensweise mit detaillierten Beispielen festgelegt werden

4. Einführen einer SC Abteilung

Arbeitsweise dieser Abteilung entspricht der eines „internen Unternehmensberaters“; als SCM Fachleute geschult überwacht das Team Analyse, Design und Implementierung von Lösungen im SCM

5. Beginnen, Zulieferer zu integrieren

Zulieferer überzeugen („zwingen“!), an der Virtuellen Integration teilzunehmen, da eSCM Lösungen nur mit Partnern Sinn machen

6. Einführen einer performance Scorecard

Verständnis der Erfolgsmessung innerhalb der Wertkette wichtig bevor es zur Implementierung kommt.
(Konsens mit Partnern)

Quelle: Kalakota, e-business, S.226



7. Investieren in Mitarbeiterschulungen

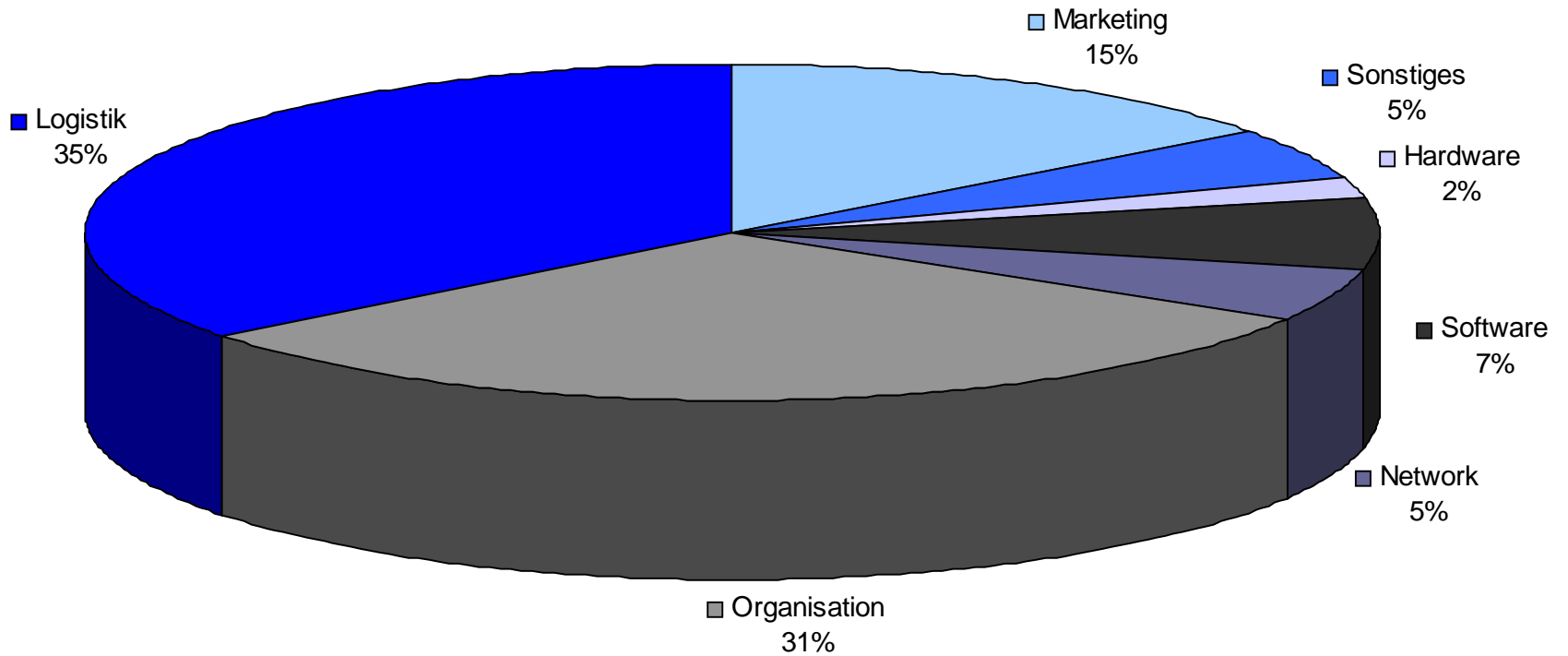
zur Optimierung von Prozessen; eSCM funktioniert nur, wenn Mitarbeiter mit der neuen Arbeitsweise vertraut sind

8. Lernen Mißerfolge zu managen

Fehler eingestehen und Lösungen finden und Kommunizieren, bevor das Projekt scheitert

Quelle: Kalakota, e-business, S.226

- Marktentwicklungen, die Supply Chain Management erfordern
- Ziele des Supply Chain Management (SCM)
- Umsetzung der Anforderungen des E-Commerce durch internetbasiertes SCM
- Supply Chain Strategien
 - Nabisco-Enterprise Focus
 - P&C - Partner Focus
 - Dell - Direct Focus
- Acht wichtige Schritte bei der Einführung des internetbasierten SCM
- • Einführungskosten des E-Commerce



Quelle: Arthur D.Little, in der Aktionär, April 2000 S.22