

Business Intelligence für Shops

Gerade im Onlinehandel kann durch Business Intelligence ein enormer Mehrwert geschaffen werden. Schnelles Wachstum, ein breites Artikelportfolio, Beschaffung auf internationalen Märkten und Multichannel-Vertrieb steigern die Komplexität Ihres Geschäfts enorm. Wirke dieser Komplexität durch Förderung von Transparenz entgegen und nutze die Potentiale, die in deinen Daten stecken.

Die AHAG – 40 Jahre Praxiserfahrung

Die Gründer waren über 40 Jahre in unterschiedlichen Bereichen und Funktionen in der Elektroindustrie tätig. Die von ihnen gemeinsam in der Industrie implementierten BI-gestützten Optimierungs- und Controllingsysteme haben sie für den Onlinehandel weiterentwickelt und auf die aktuellen Entwicklungen abgestimmt.



BUSINESS INTELLIGENCE

FÜR DEN ONLINEHANDEL.



Wir schaffen
Durchblick.
Dort, wo Sie ihn
brauchen.

| Onlinehandel - Umsatz | |
|-----------------------|---------|
| Apr 2014 | 14 Std |
| Apr 2014 | 13 Std |
| Produktumsatz | 921 Std |
| Apr 2014 | 13 Std |
| Umsatz gesamt | 959 Std |
| Apr 2014 | 13 Std |
| Variable Kosten | 7 Std |
| Apr 2014 | 13 Std |
| Reinbrutto | 411 Std |
| Apr 2014 | 13 Std |

Smart Controlling aus der Cloud

Von der herkömmlichen BWA zur effizienten Unternehmenssteuerung.

Unser Tool – Deine **Chance**.

Wer heute noch mit der BWA steuern will, kann es nicht! Mangelnde Transparenz in den Ergebnissen führt bei vielen Onlinehändlern zu falschen Entscheidungen. Trotz Umsatzzuwachs geht oftmals das Ergebnis zurück. Dabei ist es nicht schwierig eine saubere Deckungsbeitragsrechnung aufzubauen.

Von der klassischen BWA... ... zur effizienten Unternehmenssteuerung.

- Deckungsbeitragsanalyse
- Kampagnenoptimierung
- Bestandsmanagement
- Gezielte Kundenkommunikation
- Topaktuelle Daten
- Ereignisorientiertes Alert-System
- Moderne Data-Mining-Methoden

FÜR ONLINEHÄNDLER, DIE AUCH
MORGEN NOCH GELD VERDIENEN WOLLEN.

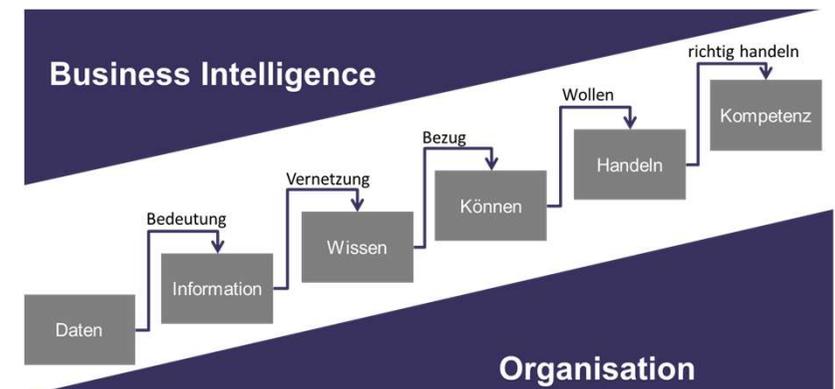
Die richtigen Maßnahmen ableiten

Wir unterstützen Dich bei der betriebswirtschaftlichen Analyse und erarbeiten gemeinsam Maßnahmen, damit die richtigen Entscheidungen getroffen werden, um den Shop profitabler zu machen.

Je nach Zielsetzung haben wir spezialisierte Experten in unserem Team, die Dir sowohl bei betriebswirtschaftlich als auch technisch orientierten Problemstellungen wichtige Kenntnisse vermitteln können, wie zum Beispiel in den Bereichen Planung, Liquidität und Supply Chain Management.

Individuelle Beratung.

Business Intelligence ist mehr, als die Verfügbarkeit von Daten.



RICHTIG ENTSCHIEDEN
UND DIE ZUKUNFT DEINES SHOPS SICHERN.



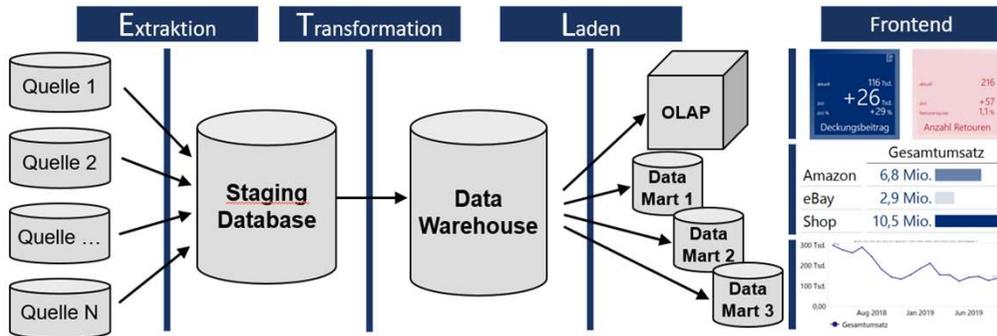
Smart Controlling

Mit dem Smart Controlling System DataWow werden Deine Daten per API oder per CSV in die Cloud geladen. Nach Eingabe der individuellen Controlling Settings über das Web werden die Deckungsbeiträge, Retourenquoten sowie weitere Kennzahlen und Merkmale für die Analysen berechnet und als OLAP-Cube bereitgestellt.

Per Web kannst Du nun jeder Zeit auf die vorgefertigten Analysen und Berichte zugreifen und direkt Maßnahmen zur Margenoptimierung einleiten.

Plug & Play aus der Cloud

oder On-Premise.



Gestalte mit uns Deine individuelle BI-Lösung. Neben den Daten aus Deinem ERP-System können Infos aus vielen weiteren Datenquellen wie Analytics, Adwords, Amazon, etc. angebunden und sinnvoll miteinander verbunden werden. Gerne ermitteln wir mit Dir Deine individuellen Kostensätze (picken, packen, Retouren bearbeiten, etc.), um exakte Deckungsbeiträge zu berechnen.

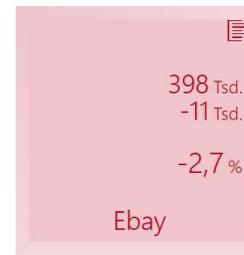
WIR SCHAFFEN DURCHBLICK, DORT WO DU IHN BRAUCHST.

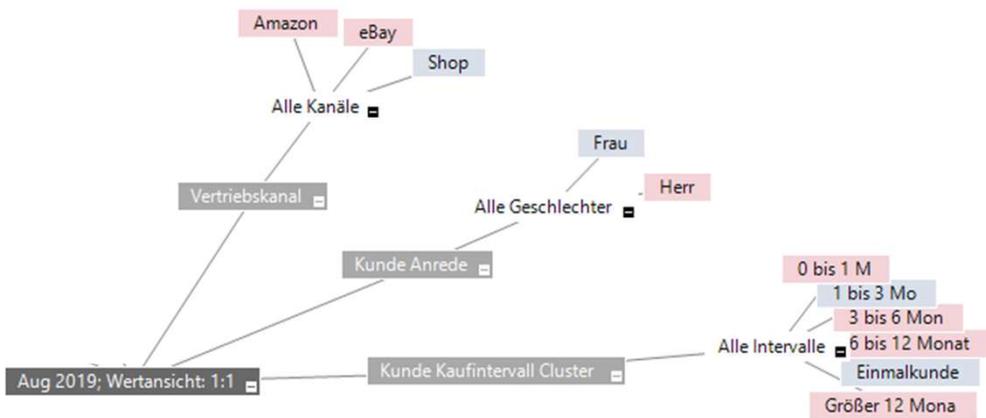


Genau wissen, was läuft.



Wer sein Unternehmen sicher steuern will, muss wissen, wo man steht. Erkenne frühzeitig, wenn die Dinge aus dem Ruder laufen und steuere rechtzeitig gegen. Bei Bedarf kannst Du tiefer ins Detail gehen und der Ursache auf die Schliche kommen. Das Dashboard liefert dir dazu den passenden Einstieg und leitet Dich zum relevanten Detail.





Intuitive Margenanalyse bis ins Detail

Welche Produkte, Plattformen, Kunden oder Kampagnen erzielen welche Margen in welchem Land? Durch exakte Kostenzuordnung (Versandkosten, Gebühren, Geldverkehr, etc.) für jeden Verkaufsvorgang identifizierst Du Margenkiller auf einen Blick.

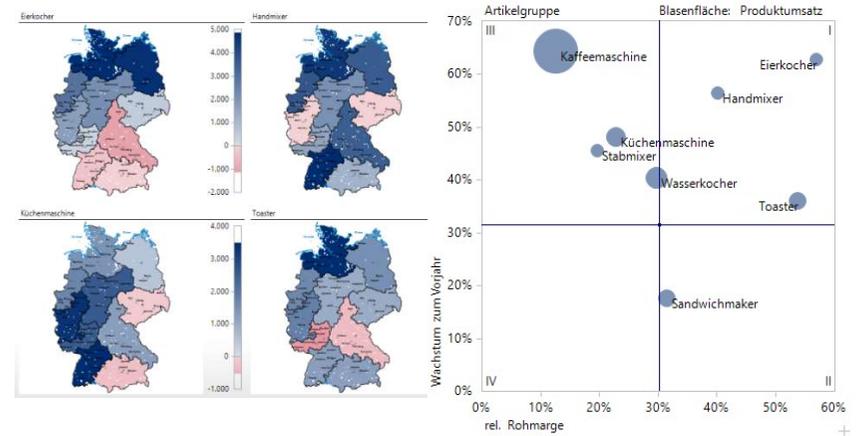
Vom großen Ganzen ins relevante Detail...

Ausgangspunkt für viele Fragestellungen und Optimierungen ist häufig das detaillierte **Deckungsbeitragschema**.

| | aktuell | ΔVJ | ΔVJ % |
|-----------------------|---------|------------|--------|
| Menge | 28.107 | +3.247 | +13 % |
| Anzahl Rechnungen | 5.548 | +841 | +18 % |
| Gesamtumsatz | 322.056 | +30.116 | +10 % |
| Materialkosten | 168.303 | +13.660 | +9 % |
| Paymentgebühren | 4.191 | +794 | +23 % |
| Verpackungskosten var | 2.700 | -970 | -26 % |
| Plattformgebühren | 21.567 | +4.737 | +28 % |
| Pick&Pack-Kosten var | 7.212 | -864 | -11 % |
| Klickkosten | 677 | +310 | +84 % |
| Frachtkosten | 26.443 | +5.911 | +29 % |
| Σ variable Kosten | 231.093 | +23.579 | +11 % |
| DB I | 90.964 | +6.536 | +8 % |
| DB I % | 28,2 % | -0,7%-Pkt. | -2,3 % |

DECKUNGSBEITRAGSANALYSE AUF KANAL- UND ARTIKELEBENE.

Google, Amazon & Co



Kampagnenoptimierung

Investiere in die Kampagnen, die Dir auch Geld bringen und stoppe die Kampagnen, die Dein Geld verbrennen. Durch unsere Schnittstellen lassen sich u.a. die Klick- und Affiliatekosten in das Datenmodell integrieren. Dadurch kann auf Artikel- und Kampagnenebene der Deckungsbeitrag analysiert werden. Auch siehst Du, welche Kunden und Kundengruppen über welche Kampagne zu Dir gefunden haben.

...und der Kampagnenbudgetierung.

| | Impressions | Klicks | Σ Kampagnenkosten | DB II |
|-----------------------------------|-------------|--------|-------------------|--------|
| de search Relaunch | 23.770 | 10.340 | 1.060 | 25.921 |
| de pla Designlinie My | 3.747.418 | 33.901 | 11.246 | 5.299 |
| de search Produktlinie Enjoy | 17.020 | 1.193 | 526 | 517 |
| de search Wochenende | 15.114 | 1.293 | 433 | 498 |
| de search Farbe Violett | 1.962 | 283 | 245 | 438 |
| de search Winterneuheit | 7.539 | 1.119 | 397 | 132 |
| de search Designlinie Sigma | 20.619 | 1.211 | 376 | 10,50 |
| de search Farbe Alu | 3.810 | 514 | 224 | -6,83 |
| de search Bewusst leben | 16.352 | 1.753 | 352 | -22,77 |
| de search _tab Küchengeräte | 14.443 | 1.156 | 884 | -33,91 |
| de search Produktlinie Family | 8.215 | 718 | 334 | -42,33 |
| de search Family and Friends | 20.624 | 1.938 | 340 | -74,01 |

INVESTIERE NUR IN DIE KAMPAGNEN, DIE DIR AUCH GELD BRINGEN.

Die ABC/XYZ - Analyse zeigt Dir sofort, wo Du bei der **Bestandsoptimierung** starten musst. Trenne Dich von den Artikeln die Du wirklich nicht brauchst und erhalte Liquidität für die wichtigen Produkte.



Genau zur richtigen Zeit informiert werden.

Alarm-System

Durch das integrierte exception reporting können Alarmsysteme aufgebaut werden, die bei definierten Prozessstörungen die verantwortlichen Mitarbeiter informieren, um den Mangel zu beheben.

Beispiele für Alarm-Auslöser:

- Vertrieb: Verkauf mit negativem Deckungsbeitrag.
- Einkauf: Knappe Reichweite von Artikeln ohne aktuelle Bestellung.
- Logistik: Artikel ohne Abverkauf.
- Datenpflege: Verkauf von Artikeln ohne Stammdaten.

...gestützt durch
effektive Prozessintegration.

Durchblick im Supply Chain Management...

Out-of-Stock

Vermeide Out-of-Stock-Situationen und lass Dich frühzeitig automatisch informieren, falls der Bestand Deiner Artikel mal knapp wird und es Zeit wird zu bestellen.

| | Absatz je Tag | Bestandsmenge | Reichweite in Tagen | Tage bis Wareneingang | Anzahl Tage out of stock | DB 1 / Stück | entgehender DB 1 |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------------|-----------------------|--------------------------|--------------|------------------|
| Küchenwaage Phi enjoy schwarz | 0,5 | 22 | 45 | 136 | 91 | 62 | 2.714 |
| Toaster Ny quick blau | 1,4 | 48 | 35 | 92 | 57 | 19 | 1.481 |
| Kaffeemaschine My quick lila | 0,6 | 42 | 65 | 105 | 40 | 19 | 489 |
| Küchenwaage Epsilon family weiß | 0,5 | 30 | 62 | 120 | 58 | 17 | 487 |
| Küchenwaage Rho Beauty rot | 1,1 | 46 | 42 | 83 | 41 | 8 | 379 |
| Handmixer Beta L grün | 0,6 | 12 | 19 | 46 | 27 | 13 | 228 |
| Küchenwaage Gamma quick schwarz | 0,6 | 36 | 56 | 77 | 21 | 12 | 165 |
| Küchenwaage Delta XL grün | 0,4 | 6 | 17 | 61 | 44 | 8 | 126 |
| Wasserkocher Rho family Alu | 0,8 | 48 | 62 | 136 | 74 | 2 | 126 |
| Kaffeemaschine Ny smart weiß | 0,3 | 14 | 43 | 61 | 18 | 12 | 66 |

Transparenz in den Retouren

Entdecke Trends bei Produkten und Produktgruppen, identifiziere Viel-Retournierer und analysiere die Gründe!

Mobile Reporting

Immer und überall. Das Mobile Reporting ermöglicht es Dir, Deine Kennzahlen auch unterwegs zu betrachten.

Lasse Dich durch das integrierte Farbgebungskonzept leiten und finde die passenden Antworten auf Deine Fragen.



DAS SYSTEM SCHLÄGT ALARM, **WENN ES ZEIT WIRD ZU HANDELN.**

Kenne deine Kunden bis ins Detail.

Auf einen Blick erhältst Du eine Übersicht über starke Kundensegmente deines Unternehmens. Formuliere die passende Marketingstrategie und tauche ab ins Detail, um die richtigen Kunden zu adressieren.

| Artikelgruppe | | Kaufintervall | | Kundentyp | |
|---------------|----------|------------------|----------|-------------------------------|----------|
| | DB I | | DB I | | DB I |
| Beauty | 92 Tsd. | Einmalkunde | 288 Tsd. | Einmalkunde | 291 Tsd. |
| De luxe | 83 Tsd. | 0 bis 1 Monat | 76 Tsd. | Gelegenheitskunde (2-3 Käufe) | 180 Tsd. |
| Enjoy | 92 Tsd. | 1 bis 3 Monate | 276 Tsd. | Stammkunde (4+ Käufe) | 496 Tsd. |
| Family | 137 Tsd. | 3 bis 6 Monate | 180 Tsd. | | |
| L | 102 Tsd. | 6 bis 12 Monate | 94 Tsd. | | |
| Quick | 97 Tsd. | Größer 12 Monate | 53 Tsd. | | |
| S | 107 Tsd. | | | | |
| Single | 83 Tsd. | | | | |
| Smart | 88 Tsd. | | | | |
| XL | 87 Tsd. | | | | |
| 288.493 | | | | | |

| Geschlecht | |
|------------|----------|
| | DB I |
| Frau | 771 Tsd. |
| Herr | 198 Tsd. |

Data Mining

Auf Grundlage der bisherigen Käufe und des damit verbundenen Kaufverhaltens nutzen wir moderne Algorithmen, um das zukünftige Verhalten von Kunden zu prognostizieren und den Customer Lifetime Value zu berechnen.

Welchen Deckungsbeitrag darf ich im nächsten Quartal für meine Kunden, Kundengruppen und mein Unternehmen erwarten und welches Segment beinhaltet die aktivsten Kunden? Die Antworten darauf liefern wir Dir mit der Prognose.

Durch die Analyse des Customer Lifetime Values kannst Du frühzeitig erkennen, wenn ein Kunde droht inaktiv zu werden und gegensteuern.



Gezielte Kundenanalyse

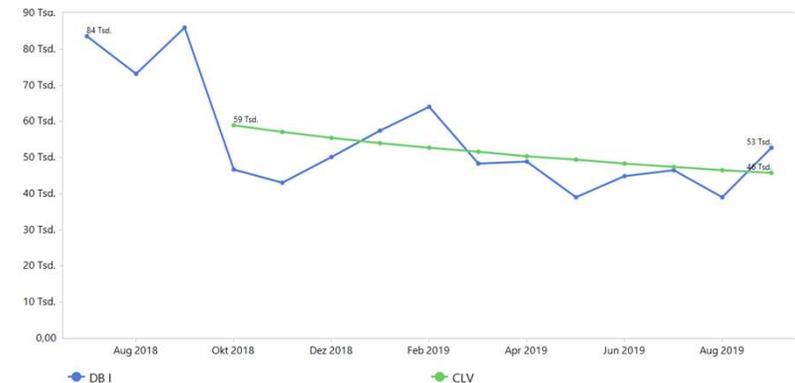
und -rückgewinnung...

Identifiziere verlorene Stammkunden

Mit wenigen Mausklicks gelingt es Dir, inaktive Stammkunden aufzuspüren, sodass diese durch Deine nächste Marketingkampagne gezielt angesprochen und reaktiviert werden können.

| Letzte Bestellung vor... | Gesamtumsatz | | |
|--------------------------|--------------|-------------------------------|-----------------------|
| | Einmalkunde | Gelegenheitskunde (2-3 Käufe) | Stammkunde (4+ Käufe) |
| weniger als 90 Tagen | 308 Tsd. | 289 Tsd. | 2,1 Mio. |
| 91 bis 180 Tagen | 321 Tsd. | 214 Tsd. | 722 Tsd. |
| mehr als 180 Tagen | 1,4 Mio. | 762 Tsd. | 1,2 Mio. |

... mithilfe aktueller Methoden wie dem Customer Lifetime Value.



WISSEN, WELCHE KUNDEN AUCH MORGEN NOCH KAUFEN.