

Betriebsmittel einkaufen und Prozesse automatisieren, ohne auf persönliche Beratung zu verzichten

Digitale Plattformen ermöglichen eine effiziente Beschaffung und reduzieren unproduktive Routinejobs. Der persönliche Kontakt spielt dennoch eine wichtige Rolle.

Der E-Commerce ist gekommen, um zu bleiben. Laut einer Studie der IFH Köln werden inzwischen 24 Prozent der Gesamtumsätze im B2B-Geschäft digital abgewickelt. Fast drei Viertel des B2B-E-Commerce laufen bereits über Electronic Data Interchange (EDI). Am schnellsten wächst der Absatz über Onlineshops und Marktplätze.

„Und wenn die Wirtschaft in Schieflage gerät, wie während der Corona-Krise, gewinnt die Digitalisierung von Vertriebs- und Beschaffungsstrukturen zusätzlich an Fahrt. Denn: Sie verspricht die meist dringend benötigten Kosteneinsparungen und Effizienzsteigerungen.“

Einkaufsplattformen für Betriebsmittel und C-Teile sparen Unternehmen bares Geld, weil die Mitarbeitenden nur noch wenige Mausklicks pro Bestellvorgang brauchen. Das Wälzen unterschiedlicher Lieferantenprospekte und der lästige Formularaufwand werden überflüssig. Eine übersichtliche Darstellung auf der Plattform vereinfacht die Auswahl, einstellbare Parameter wie bevorzugte Lieferanten oder vereinbarte Rabattkonditionen machen die Beschaffung schneller und damit auch wirtschaftlicher. Sind alle Bestellungen zentral über eine Plattform gebündelt, verbessert das zusätzlich die Transparenz der eigenen Prozesse und verhindert, dass Abteilungen eigenmächtig Betriebsmittel bestellen, ohne den Einkauf einzubeziehen.

Persönlicher Austausch und digitale Prozesse im Einklang

Was ist aber mit dem unmittelbaren Kontakt zwischen dem Einkauf, den Lieferanten und dem Plattformbetreiber? Wird dieser einfach „wegrationalisiert“, um die Beschaffung zu beschleunigen? Das wäre zu kurz gedacht, denn Prozessoptimierung allein macht noch kein gutes Geschäft. Plattformen und Marktplätze sind eine leicht integrierbare Lösung, um mit wenig Aufwand die eigenen Kosten zu reduzieren. Der direkte und persönliche Austausch bleibt aber weiterhin wichtig. Er baut Vertrauen auf, vermittelt Sicherheit und führt zu belastbaren Beziehungen zwischen allen Parteien – gerade in herausfordernden Zeiten ist das besonders wichtig. Kurz: ob persönlich oder digital ist nicht egal. Es kommt darauf an, dass beide Dimensionen im besten Sinne des Unternehmens ausgesteuert werden.

Die dialogorientierte und partnerschaftliche Zusammenarbeit ist für die Macher von Wucato seit der Gründung im Jahr 2015 ein zentrales Element ihres Geschäftsmodells – und ist auch heute noch ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal. Im direkten Austausch mit dem Einkauf ist Wucato schnell angebunden und an die eigenen Prozesse angepasst. Das Ziel: Jederzeit und mit so wenig Klicks wie möglich in dem umfangreichen Sortiment aus mehr als 15 Millionen Betriebsmitteln und C-Teilen genau die richtigen Artikel finden und bestellen. Bestehende IT-Infrastrukturen wie die Warenwirtschaft und das Rechnungswesen, aber auch alle Entscheidungs- und Genehmigungsprozesse sowie die strategischen und operativen Rollen sind dabei nach den Wünschen des Kunden integriert. Und wer bei der Einrichtung weitere Anliegen hat, kann sich jederzeit telefonisch oder per Mail von den Beschaffungsexperten beraten lassen.

Bevor sie auf Wucato loslegen, entscheiden Neukunden, wie sie den eigenen Betriebsmitteleinkauf verbessern möchten. Entweder nutzen sie die Plattform sofort als eine fertig eingerichtete Lösung für eine schnelle und flexible Beschaffung oder sie starten zusammen mit den Ansprechpartnern von Wucato eine ganzheitliche Prozessoptimierung, die den Einkauf des Unternehmens langfristig verbessert. Egal, für welche Variante sich Kunden entscheiden: Eine digitale Beschaffungsplattform nimmt Einkäufern zeit- und kostenintensive Aufgaben und schenkt ihnen die Freiheit, sich auf produktive Kernaufgaben zu konzentrieren. So bleibt auch mehr Zeit für persönliche Gespräche mit Lieferanten und für die Beziehungspflege.



Heiko Onnen

WUCATO Marketplace GmbH
Feuerseeplatz 14
70176 Stuttgart
Telefon: +49 711 4599769-0
info@wucato.de
www.wucato.de



IHRE PLATTFORM FÜR DIGITALE BESCHAFFUNG

Wucato optimiert mit seiner zentralen Beschaffungsplattform nicht nur die digitalen, sondern auch die vielen noch analogen Einkaufsprozesse großer Unternehmen und kleiner Betriebe. Das Ziel: eine passgenaue digitale Beschaffung, die maximal einfach ist. Lieferanten steht mit Wucato eine leistungsfähige Plattform als Vertriebskanal zur Verfügung, der sie schnell und unkompliziert mit neuen potenziellen Kunden verbindet und dabei hilft, Bestandskunden zu binden.

Ob digitaler Neuling oder E-Commerce-Profi: Wucato begleitet seine Kunden in jeder Phase der Digitalisierung und stellt sicher, dass alles reibungslos läuft. Wucato ist Impulsgeber und verlässlicher Ansprechpartner, immer mit dem Ziel, gemeinsam mit Einkäufern und Lieferanten jeden Tag ein Stück erfolgreicher zu werden.

Gegründet wurde die WUCATO Marketplace GmbH am 19. Oktober 2015 als eigenständiges Start-up der Würth-Gruppe in Stuttgart und beschäftigt etwa 30 Mitarbeitende.



Auf Ihr Unternehmen angepasst:

- ✓ Genehmigungsworkflows
- ✓ Nutzer- & Budgetverwaltung
- ✓ Rahmenverträge & Sortimente
- ✓ Kontierungen & Kostenstellen
- ✓ Kernsortimente
- ✓ EDI & OCI
- ✓ Beratung & Service



Sie haben Fragen oder wünschen eine individuelle Bedarfs- und Prozessanalyse?
info@wucato.de | +49 (0)711 4599 769-0