

Beratung und Service optimiert

# TONET VERKAUFT AUF ALLEN KANÄLEN

MATTHIAS GÖCKEL

**Eine von zehn Umsatzmillionen spielt die Tonet AG über das Internet ein. Nachdem Organisation, Technologie und Personal auf die synchrone Nutzung der Verkaufskanäle eingestimmt wurden, werden 8000 Kunden massgeschneidert mit Geräten und Verbrauchsmaterial zur Behandlung von Holzoberflächen versorgt.**

Die Tonet AG bedient gegen 8000 Kunden und führt 1000 Artikel in ihrem Sortiment. Produkte und Preise verändern sich sehr häufig. Für das Unternehmen steht die individuelle Beratung an erster Stelle. Den Kunden sollen jederzeit aktuelle Informationen zur Verfügung stehen. Bei einem durchschnittlichen Wert von 380 Franken pro Bestellung ist es aber nicht rentabel, die Kunden regelmässig mit gedruckten Unterlagen oder Katalogen zu versorgen.

**CHANCEN ERKANNT**

Die Tonet AG investierte in eine Lösung, die es erlaubt, die Kunden mit aktuellen und bedarfsgerechten Informationen zu versorgen. In einem ersten Schritt wurden die Bereiche Organisation, Technologie und Personal reorganisiert. Nachdem alle Bereiche aufeinander abgestimmt waren, wurde das bestehende Warenwirtschaftssystem um einen Web-Shop ergänzt. Die gesamten Produktdaten wie Beschreibungen, Bilder und Kundenprofile sind zentral im Warenwirtschaftssystem gespeichert. Die Kundendaten sind dort so strukturiert, dass jeder Kunde nach dem Login im Web-Shop seine persönlichen Preise und bevorzugten Produkte sieht.

**VORTEILE KOMBINIERT**

Die zentral abgelegten Kundenprofile enthalten Angaben über den spezifischen Bedarf sowie die Bestellhistorie jedes einzelnen Kunden. Diese Daten sind auf Knopfdruck verfügbar. Die Kundenprofile werden genutzt um einen gedruckten individuellen Katalog herzustellen. Tonet kombiniert so die Vorteile seines Web-Shops mit den Vorteilen des Drucks. Die Grafik zeigt das Zusammenspiel von Personen und Systemen sowie die verschiedenen Verkaufskanäle im Unternehmen.

**HOHE TRANSPARENZ**

Mit dem Web-Shop und den individuell gedruckten Katalogen gelingt es, alle Verkaufsaufgaben gleichgerichtet und bedarfsgerecht auf die Kunden abzustimmen. Die unterschiedlichen Verkaufskanäle Web-Shop, Print-Katalog, Telefon und Aussendienst arbeiten mit den Kundendaten aus dem Warenwirtschaftssystem. Rico Tonet spricht hier von der «Synchronisation der Verkaufskanäle». Kundenspezifische Aktionen können heute auf allen vier Kanälen durchgeführt werden. Der Verkauf über das Internet beträgt aktuell zehn Prozent des Umsatzes.



Um weitere Online-Kunden zu gewinnen, schult der Aussendienst Kunden laufend im Umgang mit dem Web-Shop. Dadurch, dass die Verkaufsdaten zentral verfügbar sind, hat die Geschäftsleitung jederzeit den Überblick über die Entwicklungen der Verkäufe pro Produkt, pro Branche, pro Kundensegment und pro Region. Durch die individuelle Ansprache der Kunden mittels Web-Shop und personalisiertem Katalog konnten Kundenbindung sowie Qualität und Effizienz der Beratung gesteigert werden. Dank der neuen Infrastruktur kann der Distanzverkauf mit weniger Kapazität im Aussendienst abgewickelt werden. Tonet nutzt diese frei gewordenen Kapazitäten um neue Kunden zu gewinnen und seine Bestandskunden potenzialgerechter zu betreuen. Lesen Sie die gesamte Fallstudie online unter [www.kmuinfo.ch/pl/experience](http://www.kmuinfo.ch/pl/experience) und erfahren Sie mehr über Reorganisation im Zuge des Projektes und die Herausforderungen, denen sich die Tonet AG gestellt hat.

## TONET AG, DULLIKEN

Tonet handelt mit Geräten, Betriebsmitteln und Verbrauchsmaterial zur Behandlung von Holzoberflächen. Die Firma wurde 1959 durch Bruno Tonet gegründet. Insgesamt sind 23 Mitarbeitende beschäftigt, wovon neun im Aussendienst arbeiten. Die Kunden sind in der deutschen und französischen Schweiz sowie in Liechtenstein ansässig. Heute wird das Unternehmen von Rico Tonet geleitet und erzielt einen Umsatz von zehn Millionen Franken pro Jahr.

## MATTHIAS GÖCKEL



Matthias Göckel ist Assistent am Institut für angewandte Betriebsökonomie (IAB) der Fachhochschule beider Basel (FHBB) und Redaktionsleiter der Wissensdatenbank eXperience. [matthias.goeckel@fhbb.ch](mailto:matthias.goeckel@fhbb.ch)

## EXPERIENCE

eXperience - die führende deutschsprachige Wissensdatenbank für IT-Management und E-Business wurde im Herbst 2002 durch das Staatssekretariat für Wirtschaft (sec) lanciert. Hier finden Berufsleute umfassendes Know-how aus über 170 erfolgreich realisierten Projekten. Fachleute zeigen, was sie können, und geben Einblick in ihre Lösungen und Erfahrungen. Reichen Sie Ihre Fallbeispiele kostenfrei ein unter: [www.kmuinfo.ch/pl/experience](http://www.kmuinfo.ch/pl/experience)

Quelle: Pascal Sieber, CNO-Research 2003

