

4 Compaq

Werner Lüthy

Compaq vertreibt in der Schweiz ihre Produkte über Vertriebspartner und Distributoren (Grosshändler; indirekter Verkauf). Um ihre Geschäftspartner zu unterstützen und einen möglichst einheitlichen Marktauftritt zu schaffen, hat Compaq zusammen mit namics ag mehrere vernetzte Internet-Applikationen geschaffen, die auf die verschiedenen Endkundensegmente ausgerichtet sind. Sie unterstützen die Informationsbeschaffung, den Support, die Bestellabwicklung vom Kunden zu den Vertriebspartnern und Distributoren und beinhalten Internet- und Extranet-Funktionen inklusive Workflow und Produktverfügbarkeitsinformationen. Die Logistik und der Zahlungsverkehr laufen über die bestehenden Kanäle der Geschäftspartner.

Folgende Personen waren an der Bearbeitung dieser Case Study beteiligt:

Tab. 4.1: Mitarbeiter der Fallstudie

Ansprechpartner	Funktion	Unternehmen	Rolle
Herbert Bünter	Leiter Intranet, Internet & E-Commerce	Compaq Computer (Schweiz) GmbH	Lösungsbetreiber
Marcel Albertin	Teamleiter	namics ag	Internet Agentur
Prof. Werner Lüthy	Geschäftsleiter Zentrum für Prozessgestaltung Aargau ZPA	Fachhochschule Aargau	Autor / Ecademy-Experte

Die beschriebene Lösung ist unter www.compaq.ch/shop; www.premiumclub.ch und www.compaqlink.ch zugänglich.

4.1 Das Unternehmen

Die Compaq Computer Corporation wurde 1982 in Houston, Texas, gegründet und steht für Compatibility and Quality. Mit ihren Produkten und Dienstleistungen schafft Compaq die Voraussetzungen für den Erfolg ihrer Kunden im Internet-Zeitalter. Compaq ist ein führendes IT-Unternehmen. Das Angebot beinhaltet branchenführende Lösungen für die Unternehmens-IT, fehlertolerante Lösungen für geschäftskritische Anwendungen, Netzwerk-, Speicher- und Kommunikationsprodukte sowie PCs und Notebooks für professionelle und private Anwender. Compaq arbeitet mit einem weltweiten Netzwerk von Vertriebspartnern zusammen. Mit ihren IT-Experten und den Service-Mitarbeitern der Partner verfügt das Unternehmen über eine der grössten Service- und Support-Organisationen der Welt.

4.1.1 Hintergrund

Compaq fährt ein indirektes Geschäftsmodell und verkauft *nicht direkt* an End- oder Geschäftskunden. Compaq hat ein Vertriebssystem, welches dem klassischen Distributionsmodell gleicht. Der (IT)Distributor (Grosshändler) bezieht die Produkte von Compaq, verkauft diese an Fachhändler, die wiederum den eigentlichen Bedarf der End- und Geschäftskunden decken.

4.1.2 Branche

Compaq Computer (Schweiz) GmbH ist ein führendes IT-Unternehmen und hat Niederlassungen in Dübendorf (Hauptsitz), Genf, Baden und Basel.

	<u>Schweiz</u>	<u>Weltweit</u>
Umsatz 2000:	CHF 1'296 Millionen	USD 42'400 Millionen
Anzahl Mitarbeiter:	ca. 1100	ca. 70'000

4.1.3 Produkt

Compaq vertreibt folgende Produkte und Dienstleistungen:

- IT-Systeme für Unternehmenslösungen
- Personal Computer für Geschäftsanwendungen und Heimgebrauch
- IT-Dienstleistungen für Outsourcing und Unternehmenslösungen
- IT-Support und -Management-Dienstleistungen

4.1.4 Zielgruppe

Compaq bearbeitet den Markt hauptsächlich in drei Segmenten.

1. Grosskunden (Major Accounts): Unterstützend und beratend durch „Account Management“ (Logistik der Produkte oft durch Fachhändler)
2. KMU: Vorwiegend findet die Beratung und der Verkauf von Compaq Produkten durch die Fachhändler statt.
3. Retailgeschäft: Ausschliesslich durch die bekannten Grossverteiler mit Filialen im Elektronikmarkt

4.1.5 Vision der E-Business-Lösung

Michael Capellas, CEO von Compaq Corporation, spricht die Compaq-Vision wie folgt aus: „Everything to the Internet“. Compaq entwickelt nicht nur die Hardware für Internet-Applikationen, sondern informiert die bestehenden und potenziellen Kunden und Partner über eine dialogreiche Internet-Anwendung. Compaq will nicht nur ein bedeutender Anbieter von E-Business-Lösungen sein, sondern selbst innovative und nutzbringende E-Business-Lösungen in allen Gebieten des E-Business einsetzen. Damit soll nicht nur die eigene Geschäftstätigkeit optimiert werden, sondern den Kunden exemplarisch operativ eingesetzte Lösungen gezeigt werden.

Die vorliegende Case Study beschäftigt sich mit E-Business für Kunden, Vertriebspartner und Distributoren (Grosshändler) der Compaq Schweiz. Nicht betrachtet werden die Beziehungen zu Lieferanten von Compaq sowie die Unterstützung der internen Abläufe (Intranet).

Die Vision der E-Commerce-Lösung im vorliegenden Case ist:

- Umfassende Unterstützung der Endkunden, Vertriebspartner und Distributoren (Grosshändler) durch E-Commerce (B2B, B2C).
- Die Unterstützung umfasst Information, Support, Offert- und Auftragsabwicklung (inkl. Elemente des Workflows).
- Compaq will beim indirektem Verkauf mit der E-Commerce-Lösung für Endkunden und Vertriebspartner präsent sein und mit der E-Commerce-Lösung eine aktive Rolle bei Marketing, Verkauf und Logistik spielen.

4.2 Strategie

Zur Realisierung der Vision wurde folgende Strategie gewählt:

- Die E-Commerce-Lösung soll Endkunden, Vertriebspartner und Distributoren unterstützen. Insbesondere soll sie keine „Channel Conflicts“ erzeugen: Der Kontakt zu den Endkunden soll die Vertriebspartner nicht konkurrieren. Der indirekte Verkauf bleibt bestehen; nur wenige ausgewählte Grosskundenprojekte werden durch Compaq direkt beliefert.
- Die Endkunden sollen umfassende Informationen erhalten sowie direkt bei selbst ausgewählten Vertriebspartnern bestellen können.
- Grösseren Kunden und Vertriebspartnern wird der Zugang zu einem Extranet ermöglicht, das vielfältige Informationen und Bestellmöglichkeiten erlaubt, kundenspezifisch eingerichtet werden kann und interne sowie externe Prozesse mit Workflow-Elementen unterstützt.
- Eine zentrale Plattform für alle Vertriebspartner und Distributoren schafft die nötige Logistik-Transparenz (insbesondere Verfügbarkeit der Produkte) über die ganze Schweiz.
- Die Lösung soll schrittweise realisiert und weiter ausbaubar sein.
- Die Lösung führt zu einem besseren Bekanntheitsgrad von Compaq, zu mehr Loyalität und Umsatz und hat einen guten Return on Investment (kleiner zwei Jahre).

4.2.1 E-Business-Konzept des Anbieters

Das Ziel der E-Business-Lösung ist die Verstärkung von Marketing, Vertrieb, Support und Distribution von Compaqs Hard- und Software bei einem fast ausschliesslich indirekten Verkauf. Die *Beteiligten* sind:

- *Endkunden*: Sie sind aufgeteilt in Home and Small Offices, kleinere und mittlere Unternehmen (KMU), Major Accounts (z.B. Banken, Versicherungen, Bund, etc.). Die global aktiven Unternehmen werden in diesem Case nicht berücksichtigt.
- *Vertriebspartner*: Händler, die ihren Kunden vorwiegend IT-Produkte anbieten (für Home-User sind es Retailer) und Business-Partners, die neben der Lieferung von Hard- und Software oft auch noch Lösungen und Support anbieten. Sie beschaffen Hard- und Software meist auftragsspezifisch bei einem Distributor und führen kaum eigene Lager. Einzelne grössere Businesspartner haben die Möglichkeit direkt bei Compaq Werken zu beschaffen (wird hier nicht weiter behandelt).

- *Distributoren*: Meist vertikal integrierte Grosshändler (d.h. spezialisiert auf Informatik-Produkte), die neben Compaq auch andere Produkte vertreiben. Sie beschaffen bei Compaq die Produkte ab Werk (meist Sammelbestellungen), führen ein Lager und stellen den Lieferservice sicher. Sie tragen auch das Lagerisiko.

Abb. 4.1 illustriert die übliche Vertriebsstruktur in der Schweiz:

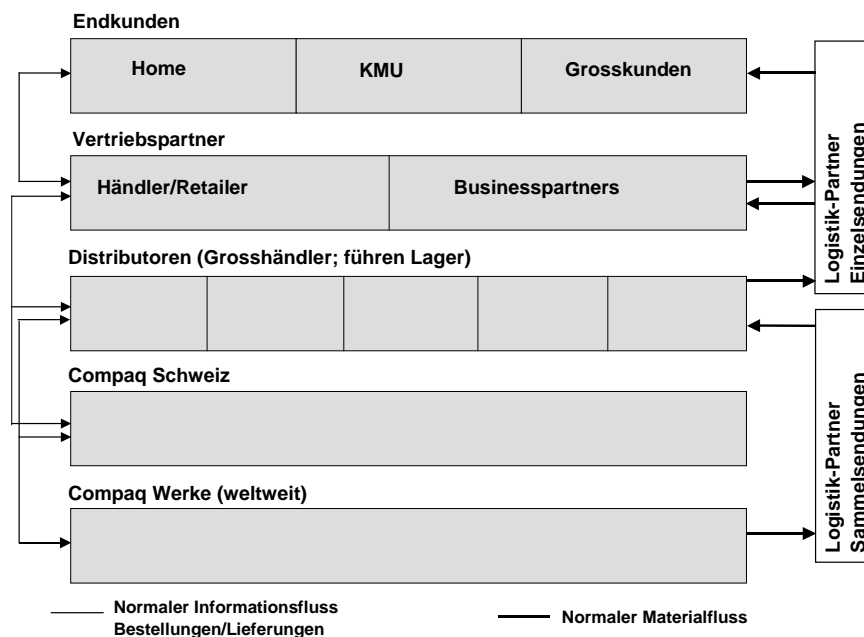


Abb. 4.1: Vertriebsstruktur von Compaq in der Schweiz

- *Compaq*: Compaq unterstützt zwar Endkunden, Vertriebspartner und Distributoren durch Marketing und Verkauf, liefert aber in der Regel nur an Distributoren.
- *Logistik-Dienstleister*: Spediteure, Post, Kurierdienste etc. Diese führen die Transporte über alle Stufen durch. Die Wahl des passenden Logistik-Dienstleisters erfolgt in der Regel durch die Vertriebspartner und Distributoren.
- *Zahlungsverkehr*: Er erfolgt über die üblichen Kanäle zwischen den beteiligten Geschäftspartnern, d.h. zwischen Endkunde - Vertriebspartner, Vertriebspart-

ner – Distributor, Distributor - Compaq. Compaq stellt auch Leasingmöglichkeiten zur Verfügung.

Auf der Basis dieser Vertriebsstruktur und ausgehend von bereits vorhandenen Informationssystemen wurden vier untereinander vernetzte Applikationen konzipiert:

- *Homepage* (www.compaq.ch)
- *Compaq-Shops* für Endkunden (www.compaq.ch/shop)
- *Premium Club* (Extranet) für mittlere und grössere Kunden (www.premiumclub.ch)
- *Compaq Link* für Vertriebspartner und Distributoren (www.compaqlink.ch)

Details zum Funktionsumfang und Aufbau finden sich in den folgenden Kapiteln.

Die E-Commerce-Lösung ist in den Jahren 1999-2001 schrittweise realisiert und ausgebaut worden.

4.2.2 Leistungsumfang

Die Lösung umfasst Internet- und Extranet-Applikationen für B2C und B2B von Compaq-Produkten und Services. Für die beteiligten Vertriebspartner und Distributoren decken sie nur einen Teil ihrer Bedürfnisse ab, da sie Produkte anderer Firmen (nicht Compaq Produkte) über die eigene Informatik-Infrastruktur abwickeln müssen.

4.2.3 Partner

Fulfillment-Partner

Der übliche *Ablauf* ist:

Vertriebspartner: Sie verarbeiten die Endkundenbestellung (z.B. Erstellen einer Auftragsbestätigung), bestellen dann beim Distributor (evt. zusammen mit weiteren Produkten) und senden am Schluss die Rechnung an den Endkunden (oder verlangen Vorauszahlung). Bei Kundenwunsch kann der Vertriebspartner spezifische Konfigurationsaufgaben übernehmen.

Distributoren: Sie liefern die bestellten Produkte entweder an die Endkunden oder an die Vertriebspartner, die die Produkte z.B. kundenspezifisch konfigurieren. Die Distributoren stellen Rechnungen an die Vertriebspartner.

Logistik-Dienstleister (Spediteure, Kurierdienste, Post etc.): Sie führen die physischen Transporte durch und verrechnen sie an ihre Auftraggeber.

Zahlungsabwicklung: Sie erfolgt in der Regel über die bestehenden Kanäle der Geschäftspartner. Die hier vorgestellte E-Business-Lösung unterstützt aber Leasing zwischen Firmen-Endkunden und Compaq Financial Partner (ab einem bestimmten Auftragsvolumen). In diesem Falle stellt der Vertriebspartner Rechnung an Compaq Financial Partner.

Die *Art der Abwicklung* der Bestellungen, Lieferungen und Zahlungen zwischen Vertriebspartnern, Distributoren, Logistik-Dienstleistern und Finanz-Dienstleistern ist von Fall zu Fall verschieden und beinhaltet Lösungen wie Post, Fax, E-Mail bis zu weit entwickelten E-Business-Lösungen. Diese Abwicklungsweise wird weitgehend durch die *generelle Art der Zusammenarbeit* der beteiligten Geschäftspartner bestimmt und ist *nicht spezifisch für Compaq-Produkte* (weil die Geschäftspartner neben Compaq-Produkten auch andere Produkte vertreiben). Das Beispiel der Geschäftsabwicklung zwischen dem Vertriebspartner A. Baggenstos & Co. AG und dem Distributor ALSO ABC TRADING AG findet sich in diesem Buch unter dem Case „Baggenstos AG“. Auf die dort beschriebene Weise werden zwischen diesen Firmen auch die Compaq-Produkte abgewickelt.

Internet Agentur

Compaq hat diese E-Business-Lösung mit namics ag realisiert. Die namics ist als Schweizer Marktführer auf Professional Internet Services spezialisiert: Mit "team-based net solutions" werden die drei Kernkompetenzen Consulting, Design und Technologie in E-Business und E-Commerce-Lösungen zusammengeführt, die einen nachweislichen Return of Investment bringen. namics zeichnet sich durch langjährige Kundenbeziehungen und strategische Kundenprojekte mit nachgewiesenem Erfolg aus. Zu den Kunden zählen Unternehmen wie ABB, Siemens, Compaq, Ericsson, Microsoft, Nestlé, Opel, Sunrise, Swisscom, Swiss Life/redsafe und Swiss Re. Mehr als 65 % des Umsatzes sind auf über dreijährige Kundenbeziehungen zurückzuführen. namics gehört zu 75 Prozent der PubliGroupe (www.publigroupe.com) und zu 25 Prozent dem Management. Die namics verfügt neben dem Hauptsitz in St. Gallen über Niederlassungen in Genf, Frankfurt, Hamburg, Konstanz, Mailand, Zug und Zürich.

4.3 Fulfillment-Lösung

4.3.1 Art der Fulfillment-Leistung

Im Folgenden wird kurz der wichtigste Funktionsumfang der zentralen Applikationen aufgeführt.

Compaq Shop

- Direkte Bestellmöglichkeit für ausgewählte Produkte (sog. „Golden Offers“). Die Bestellungen fließen in eine Bestelldatenbank.
- Abwicklungswahl „Vorauszahlung“ oder „Rechnung“. Für Firmenkunden mit einer Online-Bestellung von über 5'000 CHF besteht auch die Möglichkeit zum Online-Leasing in Zusammenarbeit mit Compaq Financial Services und ihren Partnern. In diesem Falle werden die Informationen für Bonitätsprüfung und Vertragsabschluss zwischen Kunde, Vertriebspartner und dem Finanzinstitut elektronisch weitergeleitet.
- Auswahlmöglichkeit des Vertriebspartners
- Angabe der Produktverfügbarkeit in der Schweiz
- Weitere Unterstützung und Kontakte zur Installation von Software und Treibern

Premium Club (Extranet für mittlere und grössere Kunden)

- Auswahl und Einbindung von Vertriebspartnern
- Definition eines firmenspezifischen Produktsortiments (z.B. Standard-Laptop für Aussendienstmitarbeiter)
- Einholen von Offerten, Erstellen von Bestellungen, Angabe der Produktverfügbarkeit in der Schweiz
- Möglichkeit zum Online-Leasing (siehe oben)
- Workflow vom internen Besteller über Freigabestelle bis zum Vertriebspartner
- Verfolgen von Offerten und Aufträgen

Compaq Link (für Vertriebspartner und Distributoren)

- Zentrale Bestelldatenbank mit selektivem Zugriff für die Ermittlung der Verfügbarkeit von Produkten über die ganze Schweiz (auch detailliert bis zu jedem Distributor)

- Personalisiertes Portal: Produkt- und servicebezogene Informationen spezifisch für die einzelnen Compaq-Partner
- Online-Weiterleitung der Kundenbestellungen an den gewünschten Distributor

Die wesentliche Leistung für die *Vertriebspartner und Distributoren* besteht in der Unterstützung des Marketings, der Bestellabwicklung, ausgewählter Logistik-Funktionen (z.B. Informationen zur Produktverfügbarkeit) und Zahlungsunterstützung (z.B. Leasing). Ausserdem werden die Vertriebspartner beim Betrieb ihres eigenen Internet-Auftritts durch entsprechende Tabs und Links unterstützt (z.B. Link auf die Marketingpromotion von „Golden Offers“). Dies reduziert den Aufwand für die Vertriebspartner und schafft ein einheitliches Auftreten von Compaq bei allen Vertriebspartnern in der Schweiz.

Die Lösung unterstützt nicht direkt die *Logistik-Dienstleister* und die effektive *Zahlungsdurchführung*. Diese laufen über die bestehenden Kanäle und Informationssysteme der jeweils beteiligten Geschäftspartner (für Produkte von Compaq und von weiteren Firmen) und sind sehr vielfältig.

4.3.2 Lösung des Fulfillment-Partners

Die effektive Lösung für die beteiligten Partner besteht aus den vorhandenen Informatiklösungen der Vertriebspartner und Distributoren mit ihren Schnittstellen zu den Logistik-Dienstleistern und Zahlungsabwicklungspartnern, die nun durch die vorgestellte E-Business-Lösung ergänzt werden. Der Datenaustausch zwischen den Compaq-Werken und den Distributoren läuft zu über 85 % per EDI nach UN/EDIFACT-Standard.

4.3.3 Kosten

Investition

Für die Realisierung der Applikationen *Shop, Premium Club und Compaq Link* wurden von Ende 1999 bis Mitte 2001 ca. 1.3 Mio. CHF investiert.

Laufende Kosten

Die laufenden IT-Kosten betragen pro Jahr ca. 50'000.- CHF (ohne Weiterentwicklungskosten der Applikationen).

4.4 Implementierung

4.4.1 Prozesse/Redesign

Vor der Erstellung des Anforderungsprofils mussten folgende Fragen bearbeitet werden:

- Welche Informationen sollen Endkunden, Vertriebspartnern und Distributoren zur Verfügung gestellt werden?
- Wie können „Channel Conflicts“ vermieden werden?
- Wie laufen heute die Prozesse, wie sollen sie in Zukunft sein? Was ist standardisierbar, was nicht (weil Kunden, Vertriebspartner und Distributoren sehr verschiedene Bedürfnisse und Randbedingungen haben)?
- Wie müssen die Schnittstellen für die verschiedenen Partner und ihre IT-Systeme beschaffen sein?

Das Konzept wurde dann durch die Geschäftsleitung von Compaq Schweiz genehmigt. Dabei waren gewisse Standards von Compaq USA zu berücksichtigen (v.a. bezüglich Corporate Design); die Lösung konnte anschliessend spezifisch für die Schweiz realisiert werden. Dies erlaubte ein rasches Vorgehen, da keine Abstimmungen mit andern Compaq-Gesellschaften nötig waren.

Nach der Genehmigung des Konzeptes wurden die detaillierte Abläufe und Spezifikationen erstellt und die Applikationen schrittweise realisiert und eingeführt.

4.4.2 Software-Lösung/Programmierung

Bei allen Applikationen war Compaq der Auftraggeber. Nach der anfänglichen Zusammenarbeit mit verschiedenen Agenturen wurden die Applikationen *Shop*, *Premium Club* und *Compaq Link* weitgehend durch namics realisiert, welche einen Teil der Applikationen auch wartet und weiterentwickelt. Die Prozesse und der Inhalt (Content) werden durch Compaq definiert und betreut.

4.4.3 Technische Plattform

Die Applikationen basieren auf Windows2000, MS SQL-Server 7.0 und Microsoft Site Server Commerce Edition 3.0.

4.4.4 Architektur

Compaq stellt die Informationen und die IT-Plattform zur Verfügung. Aus dem zentralen Produktkatalog werden die Daten dem Internet-Shop und dem Extranet (Premium Club) zur Verfügung gestellt. Die Bestellungen aus beiden Shops werden in der gemeinsamen Bestelldatenbank abgelegt (mit selektivem Zugriff). Diese Datenbank dient zum Order Management und Reporting. Die Vertriebspartner bearbeiten via Compaq Link ihre Bestellungen und leiten sie bei Bedarf direkt innerhalb der Applikationen an die entsprechenden Distributoren weiter.

Die Applikationen beinhaltet folgende Schnittstellen (vgl. Abb. 4.2):

- Zum internen Produktkatalog von Compaq
- Daten der Vertriebspartner und Distributoren werden aus dem CRM-System von Compaq übernommen.
- Produktverfügbarkeitsauskünfte werden von den Distributoren täglich elektronisch gemeldet (EDI/EDIFACT) und in den Shops für die Endkunden konsolidiert dargestellt (im Compaq Link für die Vertriebspartner einzeln pro Distributor dargestellt).
- Informationen über Bestelleingänge werden per E-Mail weitergeleitet.
- XML-Interfaces zu den ERP-Lösungen der Vertriebspartner und Distributoren sind in Vorbereitung.

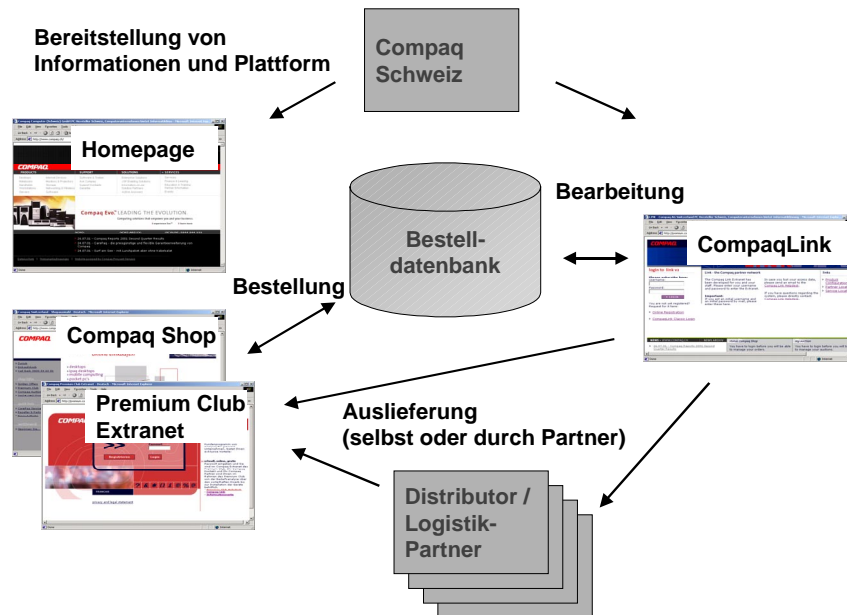


Abb. 4.2: Lösungskonzept

4.5 Betrieb

4.5.1 Unterhalt

Die Lösung wird durch Compaq Information Management selbst betrieben. Wartung und Weiterentwicklung erfolgen zum Teil durch namics.

4.5.2 Rentabilität

Umsatz

Über den *Shop* und *Premium Club* wurde im Jahr 2000 ein Umsatz von ca. 21 Mio. CHF erzielt. Gegen Ende des Jahres betrug der Anteil 4 % des Hardware-Geschäfts und lag damit ca. 20 % unter den Erwartungen für 2000. Einer Schätzung zufolge

sind 1/3 davon ein Zusatzgeschäft. Die Tendenz ist ständig steigend. Die Obergrenze dieses E-Business-Kanals wird bei ca. bei 10 bis 15 % des indirekten Hardwaregeschäfts geschätzt. Die andern 85 bis 90 % des Hardwaregeschäfts laufen über:

- Klassische Medien (Papier, Fax)
- Über die IT-Plattformen der Vertriebspartner und Distributoren, über die auch die Produkte anderer Firmen als Compaq verkauft werden

Ertrag

Der direkte Return on Investment (ROI) der Investition von ca. 1.3 Mio. CHF beträgt ca. 1.5 Jahre. Ein Zusatznutzen ist die sehr einfache Aktualisierung der Informationen über Produkte, Angebote, Verfügbarkeit, Services etc. für Endkunden, Vertriebspartner und Distributoren, die über diese Internetplattform den Markt am effizientesten erreichen.

4.6 Erfolgsfaktoren

4.6.1 Spezialitäten der Lösung

Die wesentlichen Punkte dieser E-Business-Lösung sind:

- Realisierung eines integrierten Ansatzes im Markt: Besseres und einheitlicheres Branding sowie ausgebaute Informationen von Compaq für den ganzen Markt Schweiz. Dies wird trotz indirektem Verkauf erreicht. Compaq erzielt damit eine Wirkung, wie sie über Franchise-Systeme erzielt wird (obwohl die Vertriebspartner und Distributoren keine Franchise-Nehmer von Compaq sind). Es handelt sich um eine führende, integrierte Multi-Channel-Lösung.
- Senkung der Prozesskosten: Die ganze Prozesskette vom Kunden über Vertriebspartner und Distributoren bis zu Compaq wird mit Services unterstützt (Informationen, Offerten, Bestellungen, Bestätigungen, Lieferungen, Leasingangebote, Archiv und Reporting). Die eigentliche Zahlung läuft über die vorhandenen Kanäle der beteiligten Geschäftspartner.

4.6.2 Unique Selling Proposition

Die Kunden haben folgende Nutzen:

- *Endkunden (B2C)*: Einfach verfügbare Informationen über Produkte, Sonderangebote und Verfügbarkeit; Möglichkeit zur direkten Bestellung beim Händler eigener Wahl.
- *Mittlere und grössere Kunden (B2B)*: Aufbau eines firmenspezifischen Extranets, das die Definition des firmeninternen Katalogs von Compaq-Produkten erlaubt und die Beschaffungsprozesse intern und extern unterstützt.
- *Vertriebspartner*: Zusatzgeschäft. Einfacher Zugriff auf Informationen von Compaq; zudem können die Vertriebspartner die Informationen von Compaq einfach in den eigenen Internetauftritt integrieren. Einfache Information über Verfügbarkeit bei verschiedenen Distributoren.
- *Distributoren*: Einfacher Zugriff auf Informationen von Compaq (sonst keine wesentlichen Vorteile).

4.6.3 Veränderungen

Der Hauptnutzen für Compaq besteht in der direkten Bereitstellung von Informationen auch für alle Endkundensegmente (und nicht nur für Vertriebspartner und Distributoren). Damit kann trotz indirektem Verkauf der Marktauftritt durch Compaq aktiv gestaltet und der Verkauf unterstützt werden, ohne dass es zu „Channel Conflicts“ kommt.

4.6.4 Lessons Learned

Die vorliegende Lösung kann als umfassend und führend bezeichnet werden; sie bringt den erwarteten Nutzen. Trotzdem hätte man insbesondere in der Realisierung noch effektiver sein können. Das Hauptverbesserungspotential bestünde in einer frühzeitigen und konsequenten Strukturierung des Produktkatalogs. Hier hat man in den frühen Phasen zu wenig getan und musste dies mit entsprechendem Zusatzaufwand im Verlauf des Projektes kompensieren.

Auf der andern Seite sind einige Dinge besonders gut gelaufen:

- Durch die relativ hohe Autonomie von Compaq Schweiz und die Verfügbarkeit von genügend Ressourcen konnte das Projekt rasch und flexibel realisiert werden.
- Die Zusammenarbeit mit namics verlief sehr gut.

Die Grenze der heutigen Lösung besteht vor allem in der Fokussierung auf Produkte von Compaq. Dies beschränkt die Reichweite und zum Teil die Akzeptanz der Lösung bei Kunden, Vertriebspartner und Distributoren, die auch andere IT-Produkte beschaffen und verkaufen. Unter dieser gesetzten Randbedingung bringt die Lösung aber einen vielfältigen Nutzen für alle Beteiligten.