SUCCESS STORY

intershop
INSPIRED BY TOMORROW

ZAMRO

# Zamro erobert europäischen Markt für technisches Material mit Intershop

***Über Zamro BV***

*Zamro ist ein junges, ehrgeiziges B2B-E-Commerce-Unternehmen, das technische Komponenten und Werkzeuge für kleine und mittlere Unternehmen anbietet. Mit Webshops in den Niederlanden, Belgien und Deutschland, konzentriert es sich auf eine schnelle Expansion auf dem europäischen Markt. Das Hauptziel des Unternehmens ist das Angebot von Bestellkomfort durch ein breites Sortiment, technisches Verständnis und hervorragende Kundenerfahrungen. Zamro ist Teil der ERIKS Group, einem internationalen Industriedienstleister.*

***www.zamro.de***

Mit jährlichen Umsätzen von mehr als 6-8 Mrd. € ist die in den Niederlanden ansässige ERIKS Group einer der größten technischen Großhändler in Europa. Mitte 2015 begann das Unternehmen eine Initiative, um Möglichkeiten zu untersuchen, wie man besser auf die Bedürfnisse von B2B-Kunden eingehen könne und das grenzüberschreitende Wachstum voranzutreiben ohne das vorhandene Vertriebsnetz zu belasten. Statt dem Trend zu folgen, sich auf B2B-(Business-to-Business) -Marktplätze zu verlassen, erstellte die ERIKS Group ihre eigene reine Onlinehandelsplattform mit Zamro im Februar 2016.

Diese Strategie ist sowohl schnell als auch wirkungsvoll aufgegangen. Da man die eigenen Innovationen vermarkten und schnell auf den Markt gehen wollte, ging der erste E-Commerce Webshop des Unternehmens in nur fünf Monaten live. Tatsächlich erhöhte sich der Umsatz von Zamro in den ersten fünf Monaten des Onlinehandelns um 35 Prozent.

## Marktneuordnung

Als Spezialist für viele Produkte betreibt die ERIKS Group dutzende vertrauenswürdige Marken und bedient Kunden von mittelgroßen bis zu großen Industrieunternehmen. Ein Teil der Ziele des neuen Zamro-Webshops war die Ansprache von MRO- (Maintenance, Repair and Operations) sowie kleinen und mittleren (SMB - Small and medium-sized businesses) Unternehmensmärkten. Während 20 Prozent der ERIKS Group-Umsätze aus SMBs stammen, waren einige Vertriebsstrukturen, wie zum Beispiel Key-Account-Management und kundenspezifische Preisgestaltung, nicht optimal auf diesen Sektor ausgerichtet.

Als sich die ERIKS Group entschied, den technischen B2B-Markt mit dem Ausrollen von Zamro neu zu ordnen, indem sie ihren Marktansatz auf der Grundlage des sich verändernden Kaufverhaltens verbessern, wendete man sich an Intershop bezüglich deren Commerce Engine. Die Intershop Commerce Suite und Order Management Platform (OMS) ermöglichten das Livegehen des Zamro-Webshop innerhalb des Rekordzeitraumes von nur fünf Monaten durch ihre große Stärke im B2B-Markt.

Floris Jan Cuypers, Gründer und Managing Director bei Zamro, erklärte: „Diese Enterprise-Plattform entspricht unserem Anspruch an eine innovative und dennoch wirtschaftliche Lösung, die flexibel und skalierbar genug ist, um unsere Wachstumspläne voranzutreiben. Wir schätzen außerdem die unschlagbar kurze Projektdauer, die unseren schnellen Markstart sicherstellte."

Dies war kein geringes Unterfangen. Mit über 50.000 Hauptprodukten und 500.000 Variationen (SKU) an Industriekomponenten ist das Onlineangebot des Startups im Grunde genommen ein One-Stop-Shop-Angebot. Einer der wichtigsten Zukunftspläne für Zamros Wachstum ist die Integration von mehr Lieferanten, wodurch das Angebot auf 1 Million Produkte steigen würde.

## „Wir möchten kein herkömmlicher Marktplatz werden"

Der Webshop ist leicht replizierbar, das ermöglicht eine schnelle internationale Expansion. Weltweite Vertriebskanäle können leicht hinzugefügt werden und die Plattform ist in der Lage, große Transaktionszahlen zu verarbeiten. Um einen hohen Flexibilitätsgrad zu ermöglichen, integrierte Zamro das OMS innerhalb der Intershop E-Commerce-Plattform und im Lager von ERIKS, von wo aus die Bestellungen ausgeführt werden.

„Das OMS hat zwei große Vorteile: Die Möglichkeit, eine Vielzahl von Lieferanten in eine einzige E-Commerce-Plattform zu integrieren, und die Skalierbarkeit beim Replizieren des Shops in mehrere andere Länder", erklärt Thomas Bloemaerts, Logistics Manager bei Zamro. „In einigen Ländern gibt es verschiedene Mehrwertsteueranforderungen, verschiedene E-Mail-Formate und Rechnungen. Mit dem OMS können wir das leicht für jedes Land zur Verfügung stellen."

„Wir wollen kein herkömmlicher Marktplatz werden, weil man als Markplatz die Kontrolle über den Inhalt

verliert. Aber genau dieser Inhalt ist der Schlüssel für unser geführtes Verkaufsangebot. Wir möchten unsere Angebote diversifizieren und Produkte von mehr Lieferanten und Partnern über unsere Plattform verkaufen. Das OMS-System ermöglicht uns, neben ERIKS weitere Lieferanten zu integrieren", sagt Bloemaerts. Zamro plant ein Streckensystem und wird auf lange Sicht darüber nachdenken, eigene Auftragsabwicklungsstandorte zu eröffnen.

## Ein neues Kundenerlebnis

Zamro schreibt einen Großteil des eigenen bisherigen Erfolgs dem Wunsch zu, den Kunden in den Mittelpunkt der Unternehmung zu stellen. Dir Firma hat Zeit und Mühen investiert, um zu verstehen, welche Bedürfnisse die Kunden haben, welche Art von Produkten am beliebtesten sind und welchen Inhalt sie konsumieren wollen. Zamro hat Pionierarbeit in Sachen Bestellkomfort in seinem Sektor geleistet und damit Barrieren eingerissen, die im B2B-Bereich vorhanden sind. Ihre Lösung macht es viel leichter, Produkte zu finden, zu bestellen und verbessert das Kundenerlebnis zudem enorm durch die schnelle und verlässliche Lieferung von Bestellungen.

Cuypers fügt hinzu: „Es ist sehr wahrscheinlich, dass Zamro durch die Erhöhung des Bestellkomforts für viele kleine Unternehmen zur Lösung wird. Bestellkomfort ist noch nicht weit verbreitet. Ich denke, wir können das bieten. Die Strukturierung als eigenständiges Unternehmen ermöglicht uns, schnell zu handeln und mit dem Kunden im Hinterkopf eine Softwaretechnologie zu schaffen, die uns wirklich in die Lage versetzt, das Versprechen des Bestellkomforts und eines breiten Sortiments zu erfüllen. Damit ist es tatsächlich ein reines E-Commerce-Transaktionsunternehmen."

## Selbstbedienungsfunktionen

Mit seinen Selbstbedienungsfunktionen sieht sich Zamro als besonders attraktiv für kleine Unternehmen, die keinen strukturierten Einkauf haben. Durch den Fokus auf den Bestellkomfort geht das Unternehmen davon aus, eine beträchtliche Zahl neuer Kunden anzuziehen.

Zamro hebt sich im B2B-Sektor auch durch seine Preistransparenz ab. Da alle Produkte online geführt werden, gibt es keine Notwendigkeit mehr für kundenspezifische Preisgestaltung. Die moderne Commerce-Architektur wird vom Cloud Services Provider Carrenza gehostet. Die B2B-Plattform, die Intershops umfangreiche B2C-Möglichkeiten und -Erfahrungen unterstützt, ist entscheidend für die Umsetzung der internationalen Wachstumsstrategie des Unternehmens.

## Europa innerhalb von vier Jahren

Zamro hat den ehrgeizigen Plan, innerhalb der nächsten vier Jahre Europa vollständig abzudecken. Der Zamro-Webshop nahm ursprünglich in den Niederlanden und Belgien im Herbst 2016 seinen Betrieb auf, dicht gefolgt von Deutschland im März 2017. Um neue Märkte, wie Deutschland, besser zu verstehen, stellt Zamro Einheimische im Kundendienst und Marketing ein. Zamro organisiert neben Untersuchungen der Zielgruppe Benutzerbefragungen und baut einen konstruktiven Austausch mit Kunden auf. Nachdem Europa erfolgreich am Markt ist, möchte Zamro dann Möglichkeiten für einen weiteren Kontinent prüfen. Paul Kerssens, Marketing Director bei Zamro, sagt: „Wir folgen einer Strategie der schnellen Expansion: schnell vergrößern, Marktanteile in anderen Ländern gewinnen, um als Erster den Sektor zu erobern."

# ÜBER INTERSHOP

**Intershop ist der führende unabhängige Anbieter innovativer und umfassender Lösungen für den Omni-Channel-Commerce.**

Intershop-Lösungen entfesseln Ihr Business mit inspirierenden Optionen, einer unvergleichlichen Technologie und der Erfahrung aus 20 Jahren E-Commerce.

Intershop ist Ihr Partner, wenn es darum geht, Komplexes zu vereinfachen und in Zeiten des massiven Wandels innovative Konzepte für Ihr Online-Business zukunftssicher zu realisieren.

Weitere Informationen über Intershop erhalten Sie im Internet unter **www.intershop.de**.

**Intershop Communications AG**
Intershop Tower
07740 Jena, Germany
Telefon: +49 3641 50-0
Telefax: +49 3641 50-1111
info@intershop.de
**www.intershop.de**

© 2017 Intershop® Communications AG.
Alle Rechte vorbehalten. Alle anderen Warenzeichen sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber.