Al-Futtaim

BRANCHE

Kfz-Aftermarket

UNTERNEHMEN

Al Futtaim Automotive

HAUPTSITZ

Dubai, Vereinigte Arabische Emirate

HERAUSFORDERUNGEN

- Veraltete Preisstrategie mit der Folge von Diskontierungsstrukturen
- Nicht marktangepasste Preisstrategie
- Probleme bei der Reaktion auf schwankende Marktentwicklungen

LÖSUNG

Syncron Price™

ERGEBNISSE

- Ausrichtung der Preisstrategie auf die Kundenerwartungen
- Über 80 % der Verkäufe erfolgten ohne Rabattverhandlungen
- Schnellere Prozessabläufe für die Außendienstmitarbeiter
- Verbesserter Kundenservice und höhere Net Promoter Scores
- Durch den Einsatz von Syncron Price wurden die Ziele im ersten Jahr um 26 % übererfüllt

syncron

Al-Futtaim übertrifft seine Jahresziele mit einer von Syncron Solutions unterstützten Preisstrategie für Ersatzteile

Der Marktführer für Automobile und Autoteile verbessert durch die Integration der Bestandsmanagement- und Preisstrategielösungen von Syncron sowohl die Kundenerfahrungen als auch seinen Gewinn.

DIE HERAUSFORDERUNG

Mit seinem umfassenden Angebot an Vertriebs- und Serviceleistungen ist Al-Futtaim Automotive einer der führenden Anbieter von Automobillösungen im Nahen Osten. Inmitten eines wachsenden regionalen Automobilmarktes expandiert das B2B- und B2C-Autoteilegeschäft von Al-Futtaim und sorgt so für Möglichkeiten, die Beziehungen der Marke zu ihren wichtigsten Kunden und Partnern sowie über ihre Direktvertriebsplattformen auszubauen.

Aber aus diesem Cross-Channel-Wachstum ergibt sich auch eine zunehmende Komplexität und ein wachsender Bedarf an aussagekräftigen Einblicken, die dem Unternehmen dabei helfen können, die Kundenerwartungen zu erfüllen und gleichzeitig seine Abläufe reibungsloser zu gestalten.

Für die Umsetzung seiner dynamischen und auf das Kundenerlebnis ausgerichteten digitalen Transformation hat sich Al-Futtaim an Syncron gewandt, um sein Aftermarket-Geschäft umzubauen und die Preisgestaltung sowie das Bestandsmanagement zu verbessern. So sollen Kosten gesenkt, Konversionsraten gesteigert und das Kundenerlebnis insgesamt verbessert werden.

DIE CHANCE

Laut der Branchenanalyse und Wachstumsprognose von Research and Markets wird sich der Kfz-Ersatzteilmarkt in den VAE bis zum Jahr 2025 auf 634,4 Millionen US-Dollar nahezu verdoppeln. Für einen vollständig integrierten Anbieter von Transportlösungen wie Al-Futtaim, der bereits Marktführer im Aftermarket-Bereich ist, ist dieser Service nicht nur ein wichtiges Wachstumssegment, sondern auch ein wichtiger Faktor für die Kundenzufriedenheit und Kundenbindung.

„Al-Futtaim ist mit mehreren Marken ein Marktführer in den Vereinigten Arabischen Emiraten und hat einen guten Ruf in Bezug auf Qualität und Kundenorientierung“, sagte Jawahar Ganesh, Direktor von Al-Futtaim Automotive, der für den Vertrieb im Aftermarket verantwortlich ist.

„Der Bereich Aftersales ist eine Schlüsselkomponente für die Automobilbranche, wenn es darum geht, die Kundenbindung aufrechtzuerhalten, den Kundendienst zu einem angemessenen Preis anzubieten und die Produkte am richtigen Ort und in der richtigen Qualität zu liefern.“

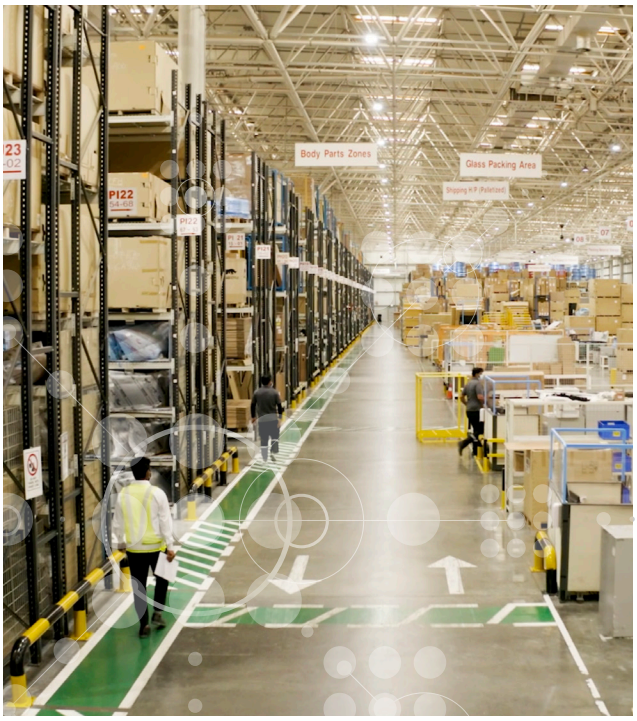
JAWAHAR GANESH, AUTOMOTIVE DIRECTOR BEI AL-FUTTAIM

Zur Versorgung seines umfassenden Netzes von B2B- und B2C-Vertriebskanälen, zu dem große und kleine Dienstleister und die eigenen Serviceleistungen von Al-Futtaim gehören, sowie des wachsenden E-Commerce-Autoteilemarktes verwaltet Al-Futtaim Automotive einen dynamischen, sich ständig weiterentwickelnden Autoteilebestand, der Millionen von Lagereinheiten umfasst. Die Bereitstellung der richtigen Lösung und des richtigen Teils zum richtigen Preis ist entscheidend für den Erfolg.

Laut Ganesh wird die Situation dadurch sehr komplex. „Im Ersatzteilgeschäft gibt es für jedes Fahrzeug mindestens 5.000 Teilenummern. Und wenn Sie sich unser Angebot ansehen, so finden Sie dort bis zu einer Million Lagereinheiten.“

Diese Komplexität wird voraussichtlich noch weiter zunehmen. Nach Angaben der Automotive Aftermarket Suppliers Association (AASA) werden fast 40 % des erwarteten Wachstums beim Produktvolumen im Aftermarket-Bereich auf Autoteile entfallen, die heute noch nicht in Fahrzeugen verbaut werden. Diese duale Entwicklung – ein wachsender E-Commerce-Markt und ständige Brancheninnovationen – erfordert eine robustere und reaktionsfähigere Bestandslösung, die nicht nur sicherstellt, dass die Produkte genau dann verfügbar sind, wenn sie benötigt werden, sondern auch, dass die Preise die Erwartungen widerspiegeln, um das Vertrauen der Kunden zu erhalten.

Damit Al-Futtaim sein Kundenversprechen und seine Führungsposition in der Branche halten kann, wandte sich das Unternehmen an Syncron, um eine Lösung zu finden, die die Abläufe optimiert und sie reibungsloser, intelligenter und unmittelbarer auf die Marktnachfrage reagieren lässt.



DIE INTELLIGENTE SYNCRON-LÖSUNG

Al-Futtaim nutzt die Lösungen Syncron Price und Syncron Inventory für seine verschiedenen Marken und geografischen Standorte, um seine unterschiedlichen Bestandsmanagement-, Einkaufs- und Vertriebskanäle zu vernetzen. Durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen erkennt Syncron Price ansonsten unentdeckt gebliebene Preisgestaltungsmöglichkeiten und sorgt so dafür, dass die Preisstruktur mit der Marktnachfrage übereinstimmt. Dadurch wird sichergestellt, dass die Produkte von Al-Futtaim konsistent und wettbewerbsfähig auf dem Markt positioniert sind, damit die Kunden wissen, dass sie den bestmöglichen Preis erhalten, wenn sie einen Kauf tätigen müssen.

„Bei den meisten Verkäufen handelt es sich um Notkäufe, was bedeutet, dass die Preisgestaltung darauf abgestimmt werden muss“, so James Henderson, Head of Pricing, Global Aftersales bei Al-Futtaim. „Die Syncron-Lösung ist speziell darauf ausgerichtet, Lösungen zu finden, die unseren geschäftlichen Zielen entsprechen.“

Al-Futtaim setzt Syncron Inventory außerdem dazu ein, sein Bestandsergänzungssystem zu automatisieren und gleichzeitig das Unternehmen bei der kontinuierlichen und flexiblen Verwaltung seiner Lagereinheiten über alle Plattformen hinweg zu unterstützen. Dadurch kann Al-Futtaim schnell auf die Marktnachfrage reagieren und gleichzeitig überschüssige Lagerbestände im Gesamtlagersystem abbauen. Darüber hinaus ist Al-Futtaim dank der autonomen Logikfunktion der Synchron-Lösungen in der Lage, neue Produkte optimal einzupreisen und gleichzeitig sicherzustellen, dass das Unternehmen sofort handeln kann, um überschüssige Lagerbestände optimal zu berechnen.

DIE AUSWIRKUNGEN VON SYNCRON BEI AL-FUTTAIM

Die Echtzeit-Interaktion zwischen Syncrons intelligenten Preisstrategie- und Bestandsmanagement-lösungen hat es Al-Futtaim ermöglicht, mehr Kosteneffizienz zu erzielen und gleichzeitig ein überragendes Erlebnis zu bieten, sodass Kunden das benötigte Produkt zu dem Preis erhalten, den sie erwarten.

Auf der Kostenseite sorgte dies für stärker vernetzte und flexiblere Abläufe, die dafür sorgen, dass die Lagerbestände von Al-Futtaim flexibel auf die Marktnachfrage reagieren können. „Es ist uns gelungen, die Menge der veralteten Bestände in unserem System drastisch zu reduzieren. Darüber hinaus aktualisiert die Preisstrategielösung bei jeder neuen Implementierung automatisch unser Bestandssystem und legt Blöcke als nicht wiederholbaren Bedarf an, so dass wir nicht, wie in der Vergangenheit, in Situationen geraten, in denen wir unsere Bestände unter dem Selbstkostenpreis veräußert haben und unser Bestandssystem diese gleich wieder neu bestellt hat. All dies geschieht nun vollständig integriert, was bedeutet, dass über alle Aktionen, die vom Preisgestaltungsteam durchgeführt werden, automatisch auch das Bestandsteam informiert wird.“

Die Kombination aus Preiseffizienz und Echtzeit-Management hat starke Auswirkungen auf das Unternehmen. „Im ersten Jahr haben wir unser Jahresziel bereits im Oktober erreicht, und übers ganze Jahr gesehen haben wir es insgesamt um etwa 26 % übertroffen“, so Henderson. „Im zweiten Jahr haben wir uns auf die Umsetzung einer konzernweiten Preisstrategie über unsere verschiedenen Vertriebskanäle hinweg konzentriert. Dadurch übertreffen wir bereits jetzt das diesjährige Ziel, das deutlich über dem des letzten Jahres liegt.“

Vor allem aber hat der Markt dies zur Kenntnis genommen. „Die Interaktion zwischen uns und unseren Händlern ist sehr viel enger geworden“, so Keith Fisher, Head of Strategy and Transformation bei Al-Futtaim. „Es ist eine neue Beziehung entstanden, die von Vertrauen geprägt ist.“

Weiterführende Informationen erhalten Sie auf Syncron.com