

thyssenkrupp Materials Services setzt Meilenstein im B2B E-Commerce: Neues Online-Portal geht live

- Per Mausklick Zugriff auf das Sortiment des größten Werkstoff-Händlers und -Dienstleisters Deutschlands
- E-Commerce forciert weiteren Ausbau der Omnichannel-Strategie
- Digitale Transformation auf ganzer Linie: nahtlose Interaktion von Künstlicher Intelligenz und Online-Shop

Um die Bedürfnisse von Gewerbekunden noch besser zu erfüllen, baut thyssenkrupp Materials Services sein Online-Geschäft aus: Ab sofort startet thyssenkrupp Schulte, ein Tochterunternehmen des Werkstoff-Händlers und -Dienstleisters, deutschlandweit ein B2B-Portal unter portal.thyssenkrupp-schulte.de. Das neue digitale Angebot richtet sich im ersten Schritt an Bestandskunden aus metallverarbeitendem Handwerk und Industrie. Die Kunden des größten deutschen Werkstoffhändlers erhalten über das B2B-Portal Zugriff auf das komplette Standard-Sortiment des Unternehmens und können etwa 17.000 Produkte in 57 Kategorien bestellen – einfach und schnell per Mausklick, rund um die Uhr und sieben Tage in der Woche.

Einkaufsportal nach Maß

Im B2B-Web-Shop lassen sich detaillierte Informationen zu jedem Produkt abrufen – von Verfügbarkeit und Preis der Ware bis zu Werkstoff-Datenblättern. Auch mögliche Mengenrabatte sind auf einen Blick zu erkennen. Sobald der Kunde ein Produkt auswählt und in den Warenkorb legt, wird die voraussichtliche Lieferzeit angezeigt. Standardmaterialien werden in der Regel innerhalb von 24 bis 48 Stunden zugestellt. „Ob Produktsuche, Preisabfrage oder Warenbestellung – unser neues B2B-Portal ist einfach und intuitiv zu bedienen, ermöglicht einen bequemen Einkauf und erleichtert damit das Tagesgeschäft unserer Kunden“, sagt Michael Bäuerlein, Leiter Digitalisierung und E-Commerce bei thyssenkrupp Schulte.

Auf allen Kanälen aktiv

Mit dem neuen B2B-Portal macht Materials Services den nächsten wichtigen Schritt auf dem Weg zur Umsetzung des Omnichannel-Konzepts. Der Werkstoffhändler baut die Order-Optionen für die Kunden kontinuierlich aus – beispielsweise ermöglicht seit Ende 2018 die neue App „easy supply“ die Bestellung von Werkstoffen über das Smartphone. Ob per App, Telefon, Fax, E-Mail oder ab sofort

unter portal.thyssenkrupp-schulte.de – Ziel ist es, die Anforderungen der Kunden kanalübergreifend mit passgenauen Angeboten und Services zu erfüllen. „Wir wollen unseren Kunden individuellen Zugang zu unserem Produktportfolio und ein optimales Einkaufserlebnis bieten – über alle Kanäle hinweg und unabhängig von Ort und Zeit“, sagt Martin Stillger, CEO von thyssenkrupp Schulte.

26. September 2019
Seite 2/3

thyssenkrupp Schulte will das B2B-Web-Portal kontinuierlich ausbauen und durch zusätzliche Komfort-Funktionen für alle Kundengruppen ergänzen. Kunden sollen beispielsweise in Zukunft diverse Dokumente selber abrufen und verwalten können – von Lieferscheinen bis zu Werkszeugnissen. Darüber hinaus soll es langfristig auch für Neukunden möglich sein, auf die Plattform zuzugreifen.

Digitale Transformation auf ganzer Linie

Mit dem neuen B2B-Portal setzt thyssenkrupp Materials Services die Digitalisierungsoffensive konsequent fort – ganzheitlich und integriert. So hat der Werkstoffhändler erst Anfang 2019 eine Künstliche Intelligenz (KI) in seine Geschäftsprozesse eingebunden: „alfred“ trägt dazu bei, das globale Logistiknetzwerk mit 271 Lagerstandorten sowie mehr als 150.000 Produkten und Services dynamisch zu managen. Die KI ist auch mit dem neuen B2B-Web-Portal vernetzt und analysiert fortlaufend die Auftragspositionen, die im Online-Shop eingehen, um auf dieser Basis die idealen Transport- und Lieferwege zu ermitteln und die Kunden bestmöglich mit der geordneten Ware zu versorgen.

Illustrierendes Bildmaterial steht Ihnen unter folgendem Link zum Download zur Verfügung (Quelle: thyssenkrupp Materials Services):

https://transfer.thyssenkrupp.com/public/i94095d_f43ce447fb186727768261/

Über thyssenkrupp Materials Services:

thyssenkrupp Materials Services ist mit rund 480 Standorten – davon 271 Lagerstandorte – in mehr als 40 Ländern der größte Werkstoff-Händler & -Dienstleister in der westlichen Welt. Das vielseitige Leistungsspektrum der Werkstoffexperten ermöglicht es den Kunden, sich noch stärker auf die individuellen Kerngeschäfte zu konzentrieren. Der Fokus von Materials Services erstreckt sich über zwei strategische Handlungsfelder: Den globalen Werkstoffhandel als one-stop-shop – von Stahl und Edelstahl, Rohren und NE-Metallen über Sonderwerkstoffe bis hin zu Kunst- und Rohstoffen – sowie das kundenindividuelle Dienstleistungsgeschäft in den Bereichen Materials Management und Supply Chain Management. Über eine umfassende Omnichannel-Architektur haben die 250.000 Kunden weltweit kanalübergreifenden Zugriff auf mehr als 150.000 Produkte und Services rund um die Uhr. Eine hoch performante Logistik sorgt dafür, dass sich alle gewünschten Leistungen, ob „just-

in-time“ oder „just-in-sequence“, reibungslos in den Fertigungsprozess der Kunden eingliedern.

26. September 2019
Seite 3/3

Kontakt:

Lars Bank
thyssenkrupp Materials Services GmbH
Head of External & Internal Communications
Business Area Materials Services
www.thyssenkrupp-materials-services.com
E-Mail: lars.bank@thyssenkrupp.com
Telefon: +49 (201) 844-534416

Katharina Nordmeyer
thyssenkrupp Materials Services GmbH
External & Internal Communications
Business Area Materials Services
www.thyssenkrupp-materials-services.com
E-Mail: katharina.nordmeyer@thyssenkrupp.com
Telefon: +49 (201) 844-535721