

Hamburg, 2023

# „D2C Reloaded“: Neuer Schub für Ihr Direktkundengeschäft

Review und Optimierung des D2C-Geschäftsmodells



Ihr **D2C-Geschäftsmodell**  
**erfüllt** noch **nicht** bzw. nicht mehr  
Ihre **Erwartungen?**



Wir helfen Ihnen dabei, **Strategie,**  
**Operating Model und**  
**Operations** Ihres Geschäftsmodells zu  
**optimieren** – für **mehr Erfolg**  
und **Profitabilität** im D2C-Geschäft

KAPITEL

**01** AUSGANGSSITUATION

**02** UNSER VORGEHENSVORSCHLAG

**03** INFRONT PROFIL

KAPITEL

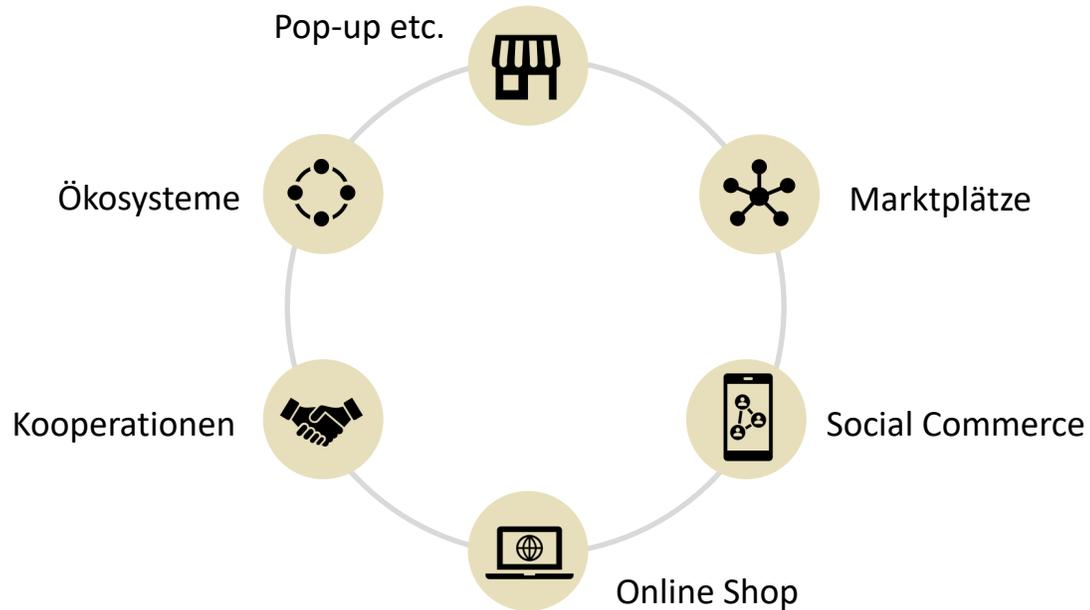
# 01 AUSGANGSSITUATION

## 02 UNSER VORGEHENSVORSCHLAG

## 03 INFRONT PROFIL

# Hersteller verfolgen mit D2C-Ansätzen klare Ziele

## AUSGEWÄHLTE D2C-ANSÄTZE



## AUSGEWÄHLTE D2C-ZIELE

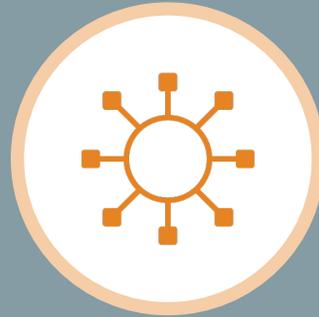
-  **HÖHERE MARGE ERZIELEN**
-  **KUNDEN-INSIGHTS GENERIEREN**
-  **MARKE AUFBAUEN**
-  **INNOVATIONSKRAFT STÄRKEN**

Wir beobachten in unserer Beratungspraxis jedoch vielfältige Gründe für das Scheitern der D2C-Ansätze entlang der Bereiche Strategie, Operations und Operating Model

### Strategie



### Operating Model



### Operations



- ⊗ **Keine klare Zielsetzung**
- ⊗ **Fehlendes Change Management**
- ⊗ **Unzureichende Einbindung der Handelspartner**

- ⊗ **Fehlende B2C- & Datenkompetenz**
- ⊗ **Schwache Verankerung in Organisation**
- ⊗ **Fehlende Flexibilität der IT-Systeme und Prozesse**

- ⊗ **Hoher logistischer Aufwand**
- ⊗ **Hohe Marketing-Kosten (CAC)**
- ⊗ **Suboptimale Verknüpfung der Kanäle**

KAPITEL

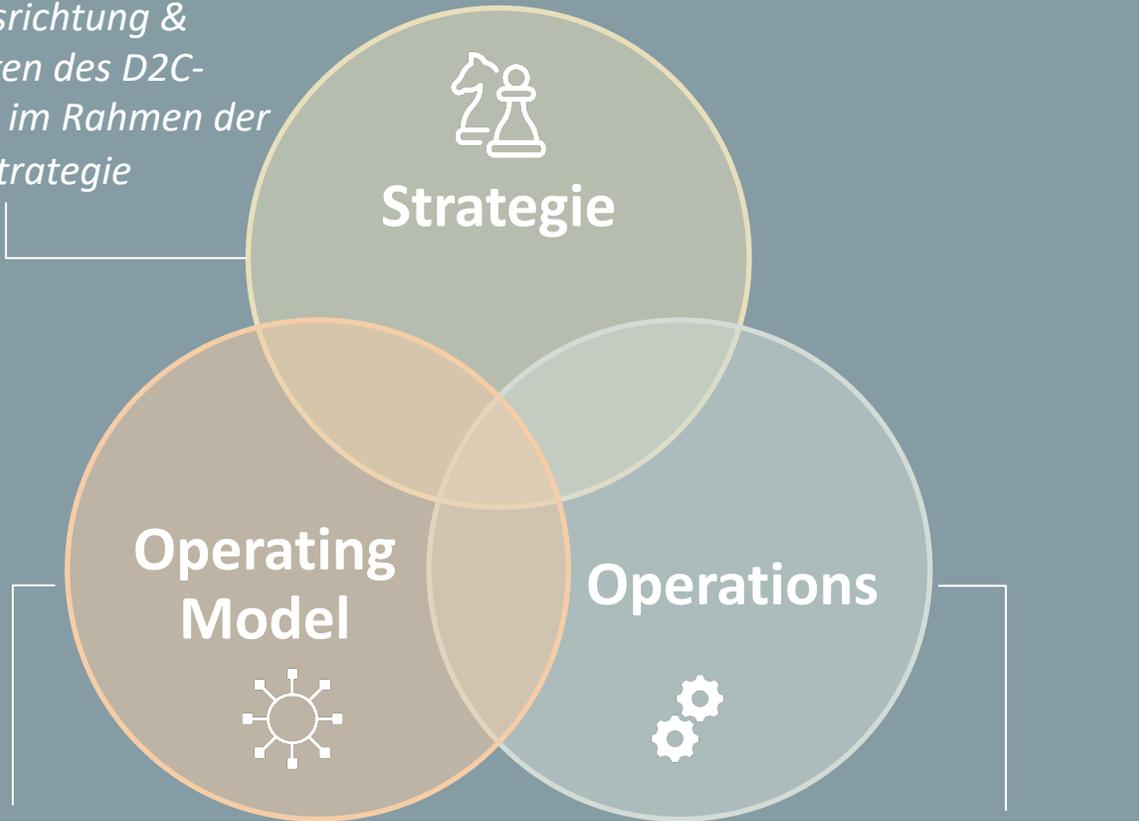
**01** AUSGANGSSITUATION

**02** UNSER VORGEHENSVORSCHLAG

**03** INFRONT PROFIL

## Unser Vorschlag: Integrierte Betrachtung Ihres D2C-Ansatzes

*Klare Ausrichtung & Leitplanken des D2C-Ansatzes im Rahmen der Gesamtstrategie*



*Erstklassige prozessuale, organisatorische und technologische Voraussetzungen*

*Operative Exzellenz in der Abwicklung*

### INFRONT CORE ASSETS

- ✓ **Exzellentes analytisches Know-how** gepaart mit jahrelanger **Top Management-Erfahrung**
- ✓ **Mehrfach ausgezeichnete Methoden und Ansätze** zur wirksamen Optimierung von Strategie, Operations und Operating Model
- ✓ Vielzahl an **branchenübergreifenden Blaupausen** für mehr Erfolg für Ihr D2C-Geschäftsmodell
- ✓ Von der **Strategie-Entwicklung** bis zur **Umsetzung** – alles **in einer Hand**

# Review der D2C-Strategie

Wir überarbeiten gemeinsam mit Ihnen Ihre bisherige D2C-Strategie unter Berücksichtigung der Gesamtstrategie sowie aktueller Trends & Good Practice-Blaupausen



Blaupausen



Methode „Infront Ökosystem“



## ZU BEANTWORTENDE FRAGEN - AUSWAHL

- Wie zahlt Ihr D2C-Geschäft auf die Gesamtunternehmensziele ein?
- Ist Ihr D2C-Geschäftsmodell Bestandteil einer übergreifenden Omnichannel-Strategie? Welche Rolle soll das D2C-Geschäftsmodell dabei perspektivisch spielen?
- Wie gestalten Sie das strategische Channel-Management, bspw. Um Kanalkonflikte zu vermeiden?
- Was sind die Ziele und Wertbeiträge des D2C-Geschäfts heute und perspektivisch?
- Ist Ihr D2C-Geschäftsmodell auf die „richtigen“ Zielkunden und Zielmärkte ausgerichtet?
- Ist Ihre Produkt- und Serviceauswahl für das D2C-Geschäftsmodell geeignet?

## ERGEBNISSE

- ✓ Im **Top Management** erarbeitetes und verabschiedetes **Update** der **D2C-Strategie** – im **Rahmen** der **Gesamtstrategie**
- ✓ **Klarer Blick** auf die **zentralen Optimierungshebel** – sowohl **Top-Line** als auch **Bottom-Line**
- ✓ **Definition** der **Anforderungen** an das **Operating Model** und die **Operations**
- ✓ Abgestimmte **Umsetzungs-Roadmap**

# Anpassung des Operating Models

Wir überprüfen die einzelnen Elemente Ihres Operating Models und nehmen konkrete Anpassungen vor, um die Wirksamkeit zu erhöhen.



beispielhaft

## Elemente des Operating Models



## ZU BEANTWORTENDE FRAGEN - AUSWAHL

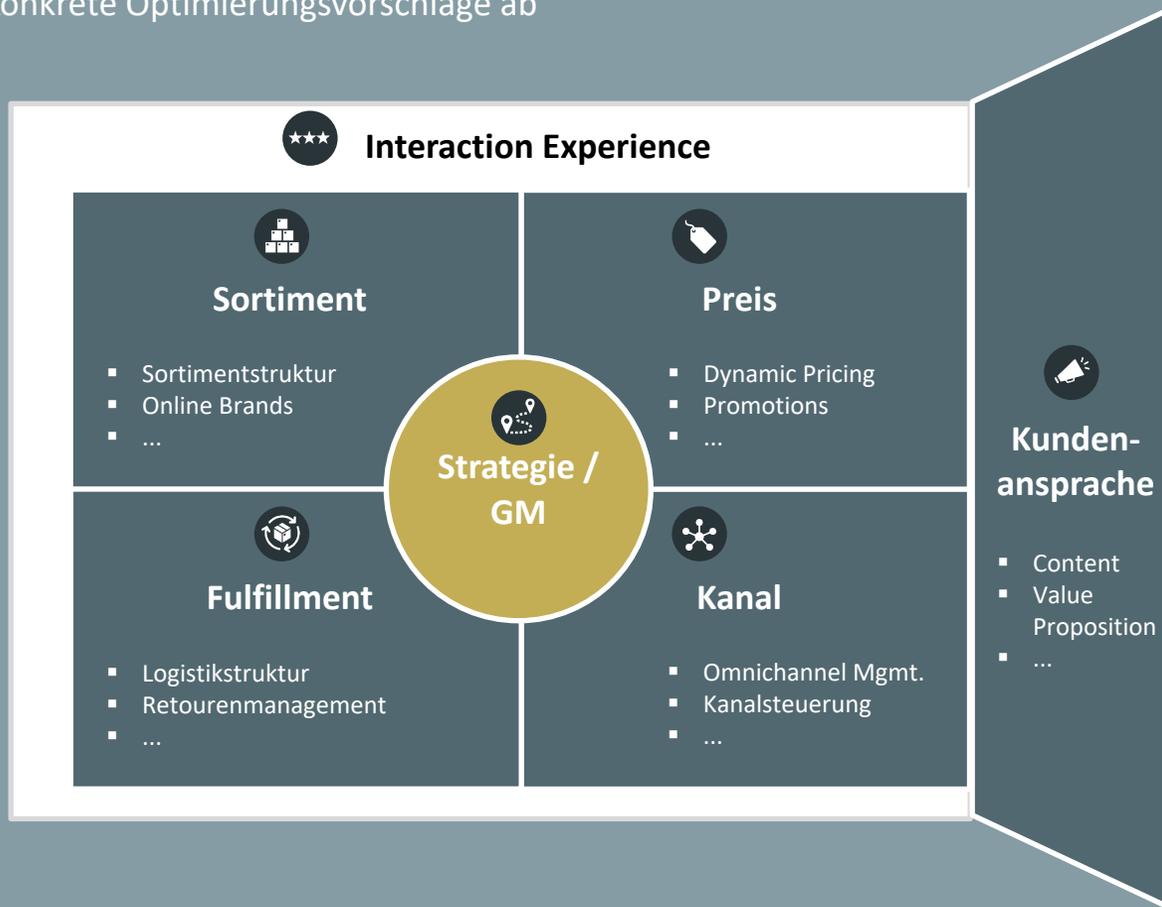
- Sind die Prozesse E2E aufeinander abgestimmt?
- Sind die Verantwortlichkeiten und Schnittstellen klar geregelt?
- Ist Ihre Organisation flexibel genug aufgestellt, um schnelle und effiziente Entscheidungen treffen zu können?
- Nutzen Sie ein daten-/ KPI-basiertes Steuerungssystem?
- Sind alle notwendigen Fähigkeiten und Kompetenzen für die wirksame Umsetzung des D2C-Geschäftsmodells vorhanden?
- Nutzen Sie einen zukunftssicheren und flexiblen Tech-Stack für den digitalen Handel?

## ERGEBNISSE

- ✓ Hoch **wirksame, flexible** und **agile Organisationsformen**, die eine **cross-funktionale Zusammenarbeit** auf Basis einer **einheitlichen Customer Journey** verspricht
- ✓ Klar **definierte Prozesse** für eine **reibungslose Zusammenarbeit**
- ✓ **KPI-basierte** und klar **definierte Steuerungssystematik**
- ✓ **Optimierte Tech-Stack-Konzeption** als **Grundlage** für eine **profitable Skalierung** des D2C-Geschäfts

# Optimierung der Operations

Basierend auf Benchmarks, Good Practice-Beispielen und umfangreicher Projekterfahrung durchleuchten wir gemeinsam mit Ihnen systematisch die größten Profitabilitäts- und Wachstumshebel Ihres D2C-Ansatzes und leiten konkrete Optimierungsvorschläge ab



## ZU BEANTWORTENDE FRAGEN - AUSWAHL

- Erfüllt Ihre (Online-) Customer Experience die Erwartungen Ihrer Kunden und wie ist sie im Wettbewerbsvergleich zu beurteilen?
- Kennen Sie Ihre größten Profitabilitätshebel und wissen Sie, welche Maßnahmen zur Profitabilitätssteigerung in welchem Umfang wirklich funktionieren?
- Wie wirksam und effizient sind Ihre Maßnahmen, um Kunden zu akquirieren, zu konvertieren und langfristig zu binden?
- Sind Ihre Logistikstrukturen und Fulfillment-Prozesse den Kundenerwartungen gewachsen und effizient ausgestaltet?
- Wie konsequent und nachhaltig nutzen Sie Automatisierung, datengetriebene Personalisierung etc.?

## ERGEBNISSE

- ✓ Klare **Ansätze** zur **Optimierung** der **Customer Experience** in der **(digitalen) Kundeninteraktion**
- ✓ **Identifizierte Maßnahmen** und **Hebel** zur **Steigerung** der **Profitabilität** und des **Wachstums** in den **Operations** – inklusive konkreter **Quick Wins**

# Unser Vorgehen ermöglicht eine gezielte Optimierung Ihres D2C-Ansatzes



*Maßgeschneiderte, individuelle Lösungen in Abhängigkeit der Anforderungen und Bedürfnisse des Klienten*



## INTEGRATIVE WORKSHOP-FORMATE

Unsere hochkollaborativen Methoden ermöglichen eine aktive Partizipation aller Workshopteilnehmer



KAPITEL

**01** AUSGANGSSITUATION

**02** UNSER VORGEHENSVORSCHLAG

**03** INFRONT PROFIL

## IHRE VORTEILE

Als führende Strategie- und Managementberatung helfen wir Ihnen dabei, effektive und nachhaltige Strategien für die Zukunft zu entwickeln und diese technologisch geschäftswirksam umzusetzen



### ERFAHRUNG

#### Umfangreiche Beratungs- und Praxiserfahrung

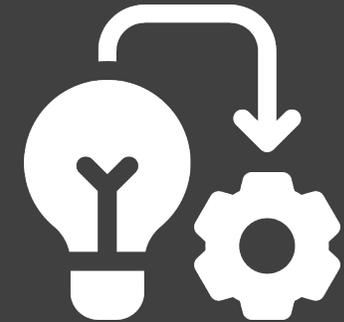
- Kombination aus hochwertiger Strategieberatungs-Expertise und langjähriger Top Management-Umsetzungserfahrung
- Beratung auf Augenhöhe mit Hands-on-Mentalität sowie sichtbaren, direkt umsetzbaren und vor allem wirksamen Ergebnissen basierend auf unserer praktischen Expertise



### METHODIK

#### Mehrfach ausgezeichnete Methoden

- Ausgezeichnetes Methodenportfolio – umsetzungsorientiert, haptisch, involvierend und maßkonfektioniert
- Nutzung einer einzigartigen Good Practice Blaupausensammlung von Geschäftsmodellstrategien und Profitabilitätsmaßnahmen
- Hohes „Buy In“ der Beteiligten durch kollaborative Zusammenarbeit auf Augenhöhe



### UMSETZUNG

#### E2E-Umsetzungskompetenz

- Umsetzungsorientierte Konzeptentwicklung von Beginn an gepaart mit tatsächlicher operativer Business- und IT-Lieferfähigkeit
- Breites Domain-Wissen und Partnernetzwerk für eine Lösung aus einer Hand – bis hin zum eigenständigen operativen Betrieb

Unser Fokus im Bereich Retail & Brands liegt in der profitablen Geschäfts- und Betriebsmodell-Gestaltung sowie der Entwicklung einer erstklassigen Omnichannel-Experience auf Basis einer resilienten Organisation



## THEMENSTELLUNGEN

Unsere Retail & Brand-Practice berät Sie bei unterschiedlichen Themenstellungen

### PROFITABLES WACHSTUM

Ableitung einer ganzheitlichen Strategie zur Generierung von Top- und Bottom-Line-Potentialen, sowie Anpassung des Geschäfts- und Betriebsmodells zur nachhaltigen Sicherung von Wettbewerbsvorteilen

### OMNICHANNEL EXPERIENCE

Entwicklung von Ansätzen zur Optimierung der Omnichannel-Experience, inkl. Sortiment, Preis, Fulfillment, Kanalauswahl, Verknüpfung und Gestaltung, Kundenansprache, Services

### RESILIENTE ORGANISATION

Prüfung und Anpassung der organisatorischen Voraussetzungen: Strategie, Organisation, Prozesse, Personal, Kultur, Technologie und Systeme

# In den letzten Jahren haben wir erfolgreich an mehreren Projekten mit führenden Retail- & Brand-Unternehmen gearbeitet

## Konzeption eines D2C-Geschäftsmodells



### Ziel

Entwicklung und Verabschiedung eines zentralisierten **D2C-Geschäftsmodellansatzes** und Konzeption der relevanten **D2C-Prozesse**

### Methode

- Konzeption** von **D2C-Ansätzen** – in **Verknüpfung** mit dem **stationären Fachhandel** und den **zuständigen Landesgesellschaften**
- Ableitung eines **Zielbetriebsmodells** inkl. Beschreibung der **Detail-Prozesse**
- Berechnung eines **Business Cases** inkl. Revenue-Roadmap

### Ergebnis

**Ausgearbeitetes D2C-Geschäfts- und Operating Model** für einen Omnichannel Marktangang

## Entwicklung einer Marktplatz-Strategie



### Ziel

Konzeption einer **Strategie** für das **Marktplatzgeschäft** und **unternehmerische Bewertung** durch einen Business Case

### Methode

- Strategieentwicklung** für das Marktplatzgeschäft
- Beschreibung des Konzepts** auf den wichtigsten Dimensionen
- Konzeption **differenzierender Geschäftsmodelle** mit Hilfe der **Infront-Blaupausensammlung**
- Bewertung des Geschäftsmodells in einem **Business Case**

### Ergebnis

**Marktplatz-Strategie** definiert, **unternehmerische Perspektive** bewertet und **Umsetzungs-Roadmap** abgeleitet

## Konzeption und Skalierung Digital Commerce



### Ziel

**Erschließung der digitalen Geschäftsmöglichkeiten** unter den Marken MediaMarkt und Saturn in **Europa**

### Methode

- Strategieentwicklung für Digital Commerce („**Omnichannel**“)
- Internationales **Trail Fast, Fail Fast, Learn Fast** Ansatz für das passende Konzept
- Intensives aktives **Veränderungsmanagement**
- Konzept bestehend aus **Pure Play, Web2Store und Store2Web**

### Ergebnis

**Skalierung des Digital Commerce** auf ca. 15 % (ca. 3 Mrd. Euro) des Gesamtumsatzes

## Optimierung von Logistikprozessen



### Ziel

Durchgängige **Optimierung der Logistikprozesse** in Hinblick auf **Transparenz** und **Effizienzsteigerung**

### Methode

- End-2-End-Logistikprozessanalyse** unter Verwendung der Customer & Goods Flow Journey
- Bewertung von Wachstumsbereichen mit Hilfe der **des Infront-Lagetisches**
- Entwicklung und Implementierung eines neuen **Target Operating Model**

### Ergebnis

Implementierung einer **4PL-Lösung**, **Kostenminimierung** der "**First-Reverse-Mile**" und Einführung einer neuen **KPI-gesteuerten Organisationsstruktur**

Infront vereint umsetzungsorientierte Managementberatung mit der notwendigen IT- und Prozesskompetenz

**Infront Consulting & Management**  
Konzentrierte Geschäftslösungen



Infront ist eine führende Strategie- und Managementberatung mit den folgenden Schwerpunkten:

- Geschäftsmodell-Strategien
- Innovations-Ökosysteme
- Erneuerung des Kerngeschäfts

**KPS AG**  
Sofortige Wirkung



KPS ist einer der europäischen Marktführer für Transformationsprogramme auf Prozess-, Anwendungs- und Technologieebene für Handel, Logistik und Industrie

**740**  
Mitarbeiter

**14**  
Internationale  
Büros

**180 Mio.**  
Euro Umsatz

## UNSERE ERFOLGE

# Infront ist Ihr preisgekrönter Beratungspartner für Strategie, Innovation und Neugestaltung

## UNSERE ERFAHRUNG

### Strategie:

- 100+ entwickelte Ökosysteme für Zukunftsbranchen
- 100+ Lagetisch-Strategien
- 1.200+ entwickelte Geschäftsmodellideen

### Innovation:

- 8+ aufgebaute Innovationslabore
- 100+ am Markt erprobte Ideen
- 3 eigene Start-Ups aufgebaut und verkauft

### Neugestaltung:

- 30+ Change Programme: People, Organisation, Processes, IT
- 100+ Komplexe ERP-Einführungen
- 100+ eBusiness Systeme eingeführt

## UNSERE AUSZEICHNUNGEN



## UNSERE STUDIEN



## AUSGEWÄHLTE KUNDEN

### Produzierende Industrie:



### Retail & Brands:



### Logistik:



### Service:



### Geräte/ Maschinen/Anlagen/ Komponenten:



## UNSER DISKUSSIONSANGEBOT:

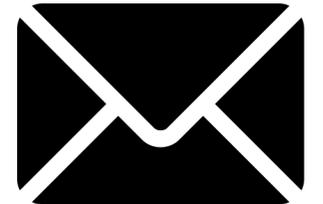
Wie lässt sich Ihr D2C-Geschäftsmodell optimieren und gegebenenfalls neu ausrichten?



**TOBIAS KINDLER**

PARTNER UND RETAIL & BRANDS LEAD

- Über 20 Jahre Top-Management- und Beratungserfahrung
- 10 Jahre (mit-)verantwortlich für die internationale Digitalisierung des Marketing & Vertriebs im MediaMarktSaturn-Konzern, u.a. als Vice President Omnichannel & Pricing und als Landesgeschäftsführer und COO/CDO
- Tiefes Verständnis über Strukturen und Prozesse im Handel- & Brand-Umfeld
- Erfahrung in der Entwicklung und Umsetzung hybrider und digitaler Geschäftsmodelle sowie in der Transformation von Geschäftseinheiten und Gesamtunternehmen



[T.KINDLER@INFRONT-CONSULTING.COM](mailto:T.KINDLER@INFRONT-CONSULTING.COM)

+491703670169

KONTAKT

VIELEN DANK!

# Wir freuen uns auf einen gemeinsamen Austausch mit Ihnen!

*INFRONT CONSULTING & MANAGEMENT GMBH*

NEUER WALL 10  
20354 HAMBURG

TEL. +49 40 3344151 - 0

MOB. +49 (170) 3670169

T.KINDLER@INFRONT-CONSULTING.COM

WEB. WWW.INFRONT-CONSULTING.COM

**TOBIAS KINDLER**  
PARTNER

