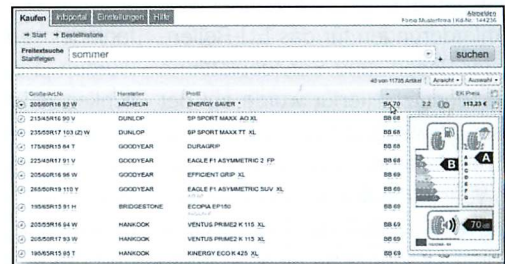


TyreSystem bietet „revolutionäre Ideen“ für seine B2B-Plattform

Die B2B-Plattform TyreSystem von RSU Reifen-Center (St. Johann-Würtingen) liefert jetzt auch Reifenlabeldaten zusätzlich zu anderen Produktinformationen; diese habe man „optimal integriert“ und um weitere Informationen zu den jeweiligen Herstellern ergänzt, schreibt das Unternehmen in einer Mitteilung. Das Reifenlabel gliedert sich in einer neuen Spalte der Suchergebnisseite ein und wird tabellarisch in der Form „BA 70“ dargestellt. „Mit dieser Form bleibt unsere Suchergebnisseite übersichtlich und klar strukturiert“, so TyreSystem-Geschäftsführer Simon Reichenecker. Nähere Informationen bekomme man mit einem Tooltip oder einem Klick auf das Reifenlabel; es erscheint das detaillierte Bild des Reifenlabels, das als PDF- oder Bilddatei verfügbar ist und direkt heruntergeladen und ausgedruckt werden kann. Dank Vektorgrafiken können die Bilder beliebig vergrößert werden. „Die Kunden können das Reifenlabel immer in bester Qualität ausdrucken und in ihrem Ausstellungsraum platzieren“, schreibt TyreSystem weiter. Auch für Marketingprojekte wie Flyer oder Zeitungsanzeigen stehe es zur Verfügung. TyreSystem-Nutzer können ihren Kunden ein Angebot mit unterschiedlichen Reifen erstellen, in denen das Reifenlabel ebenfalls voll integriert ist. „Die wohl beste Funktion zum Reifenlabel ist die Sortierung nach Labeldaten. Bisher gab es in TyreSystem die Sortieroption schon für Testberichte. Ab jetzt kann über einen Klick auch erkannt werden, welcher Reifen die besten Labeldaten trägt“, heißt es weiter.

Kunden, die TyreSystem-Bestände in ihrem Warenwirtschafts- oder Shopsystem verwenden, sollten die Änderungen beim CSV-Export beachten, rät RSU Reifen-Center. Im CSV-Export werde ab jetzt das Reifenlabel in fünf neuen Spalten am Ende der Tabelle an-



gegeben: Kraftstoffeffizienz, Nasshaftung, Rollgeräusch, Rollgeräuschklasse und Fahrzeugklasse. Zusätzlich zu den Labelwerten bietet die B2B-Plattform auf TyreSystem nun auch alle wichtigen Angaben zu Reifenherstellern an. „Die Vielfalt ist groß, von Weltmarktführern über mittelständische Hersteller bis hin zu kleinen unbekannteren Reifenherstellern; über jeden weiß TyreSystem Bescheid.“ Die wichtigsten Informationen habe TyreSystem direkt ins Detailfenster eines Reifens eingepflegt. Die Informationen enthalten unter anderem Angaben wie das Gründungsjahr der Firma, den Firmensitz mit Ansprechpartner, die Produktionsstätten, den Umsatz, die Mitarbeiteranzahl, die Erstausrüstung und die verschiedenen Reifenarten. Besonders spannend seien die Firmenbeziehungen und Marken, die TyreSystem aufführt. So stehe bei jedem Hersteller, mit wem er in einem Gemeinschaftsunternehmen stecke oder welche Marken er führe. „Unsere TyreSystem-Nutzer werden diese Informationen verschlingen. Auch ich ertappe mich immer wieder beim euphorischen Lesen und Durchklicken“, betont Simon Reichenecker.

ab

ab

GESUNKENE STORNOQUOTE BEI TYRESYSTEM

Vor Kurzem hat die RSU Reifen-Center GmbH in der Universitätsstadt Ulm nicht nur einen weiteren Standort eröffnet, sondern das Unternehmen kann darüber hinaus durchaus noch von weiteren Neuigkeiten rund um die von ihm betriebene Reifenplattform TyreSystem berichten. So soll sich beispielsweise die Stornoquote im vergangenen Jahr enorm verkleinert und die Zuverlässigkeit entsprechend dazu weiter verbessert haben. „Der Grund dafür ist die intelligente Vernetzung der Großhändler sowie die vollautomatische Verarbeitung der Bestellungen“, erklärt Geschäftsführer Simon Reichenecker. Wenige Sekunden nach Eingang von einer Bestellung werde diese automatisch verarbeitet und direkt dem Großhändler übermittelt, sodass man deutlich verkürzte Lieferzeiten und eine Reduzierung von Stornos auf ein Minimum erreiche. Abgesehen davon wird

außerdem noch von einer weiter gestiegenen Zahl von Großhändlern gesprochen, die über die Plattform unter www.tyresystem.de ihre Produkte anbieten. Diesbezüglich ist von einer in den letzten Monaten um über 30 Prozent vergrößerten Anzahl die Rede. Insofern wird eine aktuell größere Warenverfügbarkeit als im vergangenen Jahr versprochen und das sogar zu – wie es weiter heißt – „deutlich günstigeren Preisen“. Wirklich verwundern würde Letzteres wohl niemanden, sind mit Blick gerade auf Winterreifen die Läger nach der eher enttäuschenden Umrüstesaison 2011/2012 allerorten doch überwiegend gut gefüllt und hat der Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseurhandwerk e.V. (BRV) vor diesem Hintergrund auch gerade erst ein im Schnitt um knapp zwei Prozent gesunkenes Preisniveau für Winterreifen im Hofgeschäft festgestellt.

cm