

ERP Systeme

Dokumentation Übungsbeispiel

**Gruppe:**

3793

Gruppenmitglieder:

Stephanie Ambach
Babsi Stiel
Marcel Grabher
Christoph Ambichl
Hilal Dogan

Matrikelnummern:

0307998
0404090
0402970
0225373
0325548

Aufgabenstellung:

Kunden und - auftragsmanagement: Verkaufsorganisationen, Vertriebsbereiche, - wege

Bitte beachten:

Die Dokumentation wurde von allen Gruppenmitgliedern zusammen in einem Teammeeting erstellt!

Dokumentation

1. Thema

Für die Abbildung der Struktur einer Unternehmensorganisation stehen dem Benutzer im R/3-System Organisationseinheiten zur Verfügung. Eine Organisationseinheit kann eine organisatorische und/oder eine juristische Gegebenheit in einem Unternehmen darstellen. Das Vertriebsmodul nutzt eine Reihe von Organisationseinheiten, die ausschließlich zur Abbildung des Vertriebs vorgesehen sind, wie z.B. Verkaufsorganisation, Vertriebsweg und Sparte. Eine bestimmte Kombination dieser Organisationseinheiten bildet den Vertriebsbereich.

In der folgenden Abbildung sind diese Organisationselemente grafisch dargestellt:

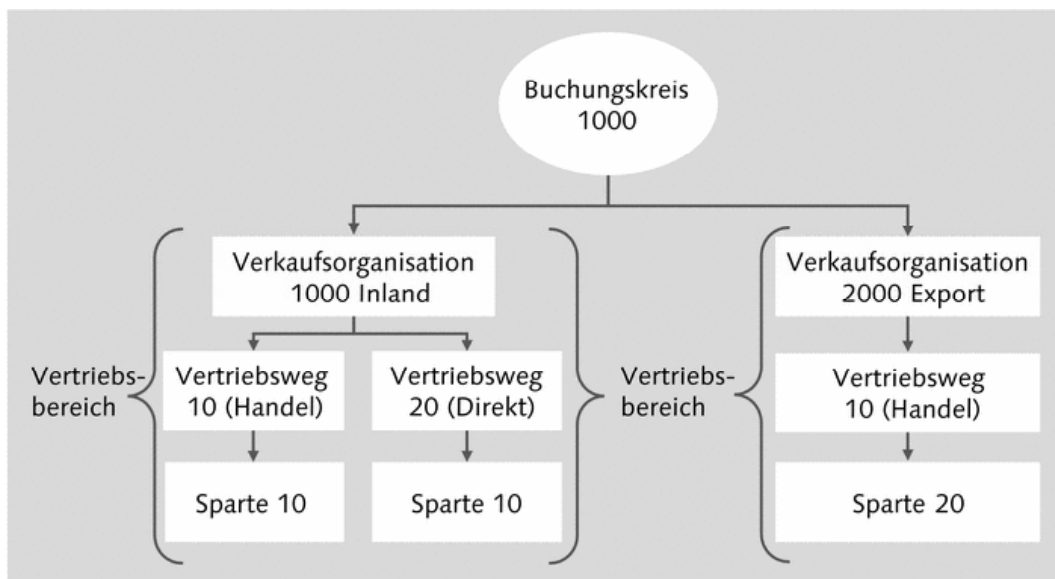


Abbildung 1 Organisationselemente

In der Verkaufsorganisation 1000 sind Vertriebsaktivitäten über alle Vertriebswege und für alle Sparten möglich. In der Verkaufsorganisation 2000 werden die Produkte der Sparten 01 und 02 nur über den Vertriebsweg 10 verkauft. In der Verkaufsorganisation 3000 werden nur die Produkte der Sparte 01 auf dem Vertriebsweg 10 vertrieben.

Die Bildung eines Vertriebsbereichs ermöglicht den Ausschluss von nicht gewünschten oder nicht möglichen Kombinationen der verschiedenen Organisationseinheiten.

Der Vertriebsbereich legt fest über welchen Vertriebsweg eine Verkaufsorganisation Produkte einer Sparte vertreiben kann. Jeder Vertriebsbeleg ist genau einem Vertriebsbereich zugeordnet. Ein Vertriebsbereich kann nur zu einem Buchungskreis gehören. Bei der Bearbeitung von Vertriebsbelegen werden abhängig vom Vertriebsbereich auf verschiedene Stammdaten zugegriffen werden. Dazu gehören z.B. Kundenstammdaten, Materialstammdaten, Preise und Rabatte..

Im folgenden sollen einige Definitionen erläutert werden (aus der SAP-Online Hilfe und dem SAP-Tutorial übernommen).

- **Verkaufsorganisation (SD)**

Organisatorische Einheit der Logistik, die das Unternehmen nach den Erfordernissen des Vertriebs gliedert.

Eine Verkaufsorganisation ist verantwortlich für den Vertrieb von Materialien und Leistungen. Jede Verkaufsorganisation ist genau einem Buchungskreis zugeordnet und einem Buchungskreis können mehrere Verkaufsorganisationen zugeordnet werden. Für eine Verkaufsorganisation pflegt man eigene Stammdaten.

- **Vertriebsweg (SD)**

Der Vertriebsweg kennzeichnet den Weg, auf dem verkaufsfähige Materialien oder Dienstleistungen zum Kunden gelangen. Der Vertrieb arbeitet auf verschiedenen Vertriebswegen, um eine reibungslose Belieferung des Markts zu gewährleisten. Typische Beispiele für Vertriebswege sind Großhandel, Einzelhandel oder Direktverkauf. Ein Kunde kann innerhalb einer Verkaufsorganisation über mehrere Vertriebswege beliefert werden. Ein bestimmter Vertriebsweg kann einer oder mehreren Verkaufsorganisationen zugeordnet werden.

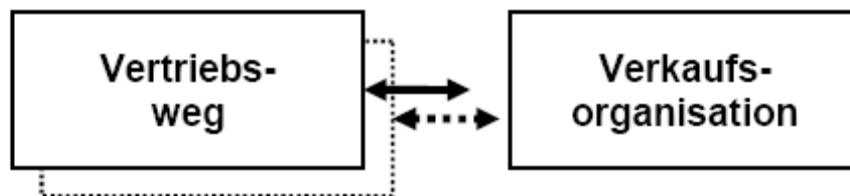


Abbildung 2 Vertriebsweg

- **Sparte (SD)**

Mit der Sparte kann man Materialien und Dienstleistungen gruppieren. Einer Verkaufsorganisation können mehrere Sparten zugeordnet werden, für die sie zuständig ist. Eine Sparte kann z.B. eine bestimmte Produktgruppe abbilden.

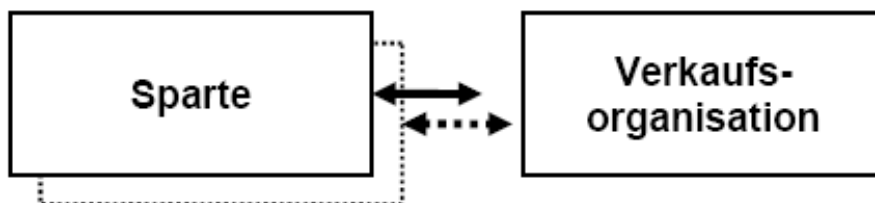


Abbildung 3 Sparte

- **Vertrieb (SD)**

Organisatorische Einheit des Vertriebs, die im Hinblick auf die vertriebliche Zuständigkeit oder die Gewinnverantwortung von verkaufsfähigen Materialien oder Dienstleistungen gebildet wird. Eine Sparte sollte so definiert werden, dass eine eindeutige Zuordnung von Materialline möglich ist.

- **Vertriebsbereich (SD)**

Der Vertriebsbereich ist eine Kombination von Verkaufsorganisation, Vertriebsweg und Sparte. Über die Verkaufsorganisation ist der Vertriebsbereich eindeutig einem Buchungskreis zugeordnet.



Abbildung 4 Vertriebsbereich

2. Prozesse

(Prozesse, die das Thema umfasst, mit Prozessschritten und Rollen (wer macht was in dem Prozess inkl. Flussdiagramme))

Abbildung 5 zeigt den Ablauf der Prozesse der Vertriebsbereiche des Unternehmens. Es besteht die Möglichkeit nach jeder Aktivität eine weitere der zuvor definierten Aktivität hinzuzufügen. Dies ist für Verkaufsorganisationen, Vertriebswege und Sparten möglich. Danach werden den Sparten Vertriebsorganisationen zugeordnet. Gemeinsam bilden Verkaufsorganisationen, Vertriebswege und Sparten einen Vertriebsbereich.

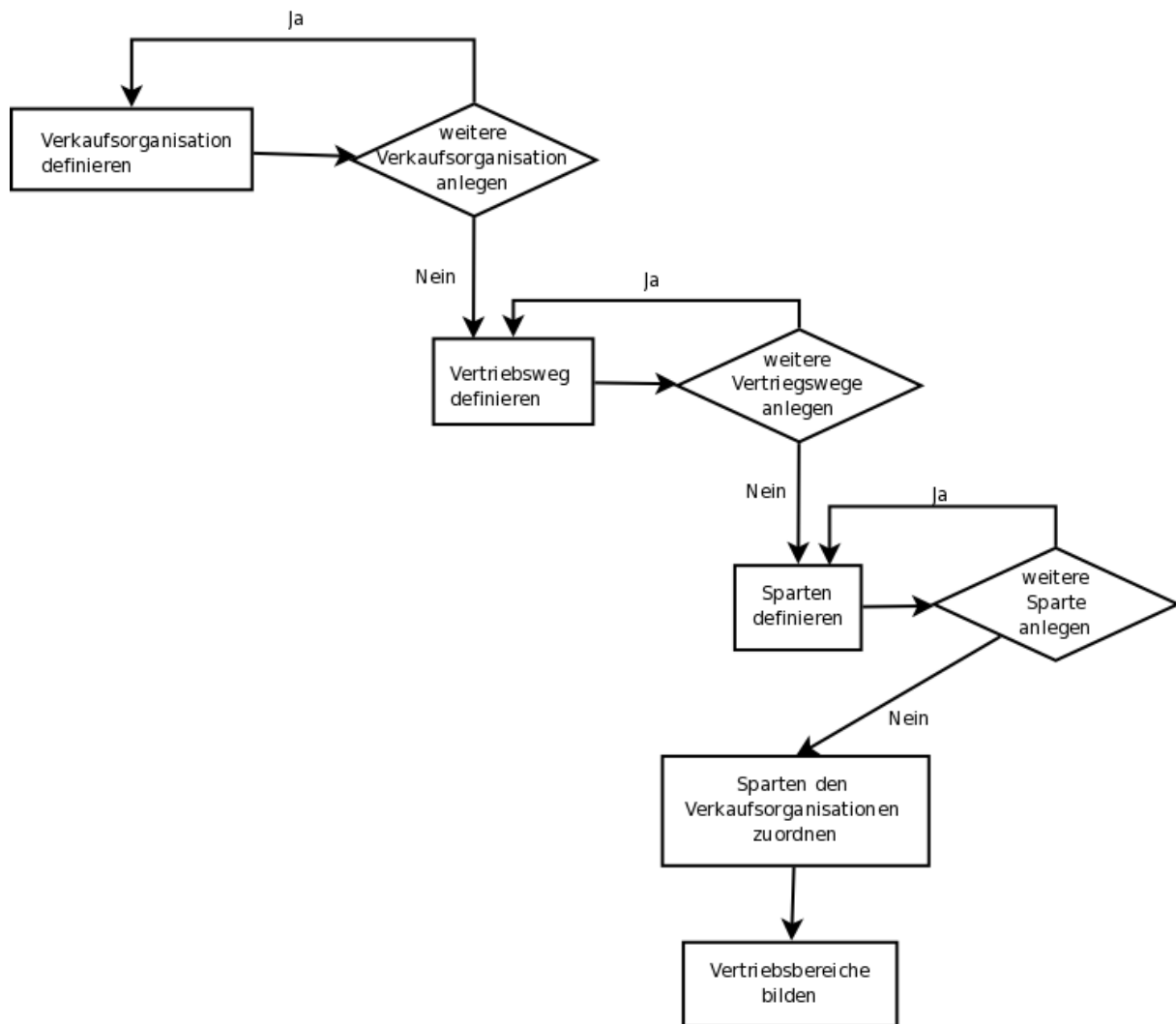


Abbildung 5 Flussdiagramm

3. Schnittstellen

Welche Themen anderer Gruppen beeinflussen Ihre Einstellungen / Möglichkeiten und in welcher Weise (ev. auch mit Tutor abstimmen)

Folgende Bereiche beeinflussen unseren Bereich.

- **Buchhaltung: Buchungskreise (9)**
Jede Verkaufsorganisation ist genau einem Buchungskreis zugeordnet und einem Buchungskreis können mehrere Verkaufsorganisationen zugeordnet werden
- **Human Resources: Personenkonfigurationen (6)**
Bei der Definition der Verkaufsorganisation müssen die Mitarbeiter zugeordnet werden
- **Kunden- und Auftragsmanagement: Kundenstamm (22)**
Bei der Definition der Verkaufsorganisation müssen die Kunden zugeordnet werden
- **Kunden- und Auftragsmanagement: Preisfindung, Konditionen (25)**
Bei der Definition der Verkaufsorganisation können Preise bzw. Konditionen zugeordnet werden
- **Versandstellen, Transporteure (18)**
Diese Gruppe wird mit uns wahrscheinlich Kontakt aufnehmen, da sie von unserer Konfiguration abhängt.

Abbildung 6 zeigt die Zusammenhänge der einzelnen Bereiche.

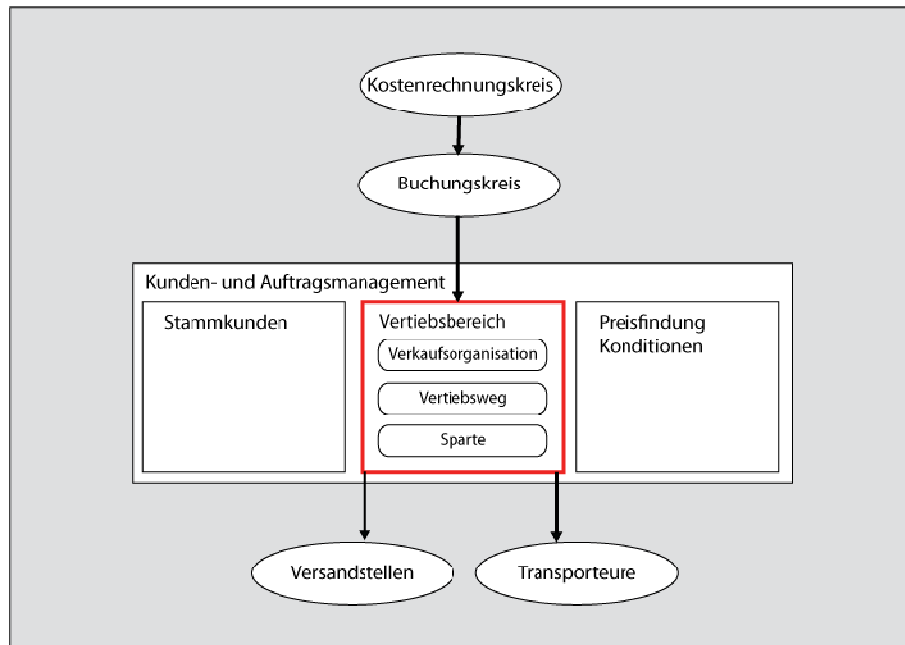


Abbildung 6 Schnittstellen

4. Voraussetzungen

Was ist schon am System vorhanden bzw. was werden andere Gruppen konfigurieren, das in diesem Fall Relevanz hat?

Voraussetzungen für das Erstellen einer Verkaufsorganisation sind:

- Einkaufsorganisation
- Einkäufergruppe
- Kreditoren
- Werke
- Lagerort
- Bewegungsart
- Bestellart
- Buchungskreis

Voraussetzungen für das Erstellen eines Vertriebswegs sind:

- Verkaufsorganisation
- Werke
- Kunden- und Materialstammdaten
- Verkaufsbüro

Voraussetzungen für das Erstellen einer Sparte sind:

- Verkaufsorganisation

5. Umzusetzender Prozess & Annahmen

Zu implementierender Prozess (inkl. Erläuterung was nicht benötigt wird) sowie detaillierte Umsetzungskonzeption. Welche Annahmen abweichend von der Angabe haben Sie getroffen?

Die Firma ist ein Handelsunternehmen (keine Produktion) und verkauft an den Großhandel, Einzelhandel und über das Internet. Internetbestellungen sowie alle weiteren internen Dienste (Einkauf, Buchhaltung, etc.) werden in der Zentrale erledigt, Großhandel in Klagenfurt. Einzelhandel wird von jeder Filiale aus zusätzlich angeboten.

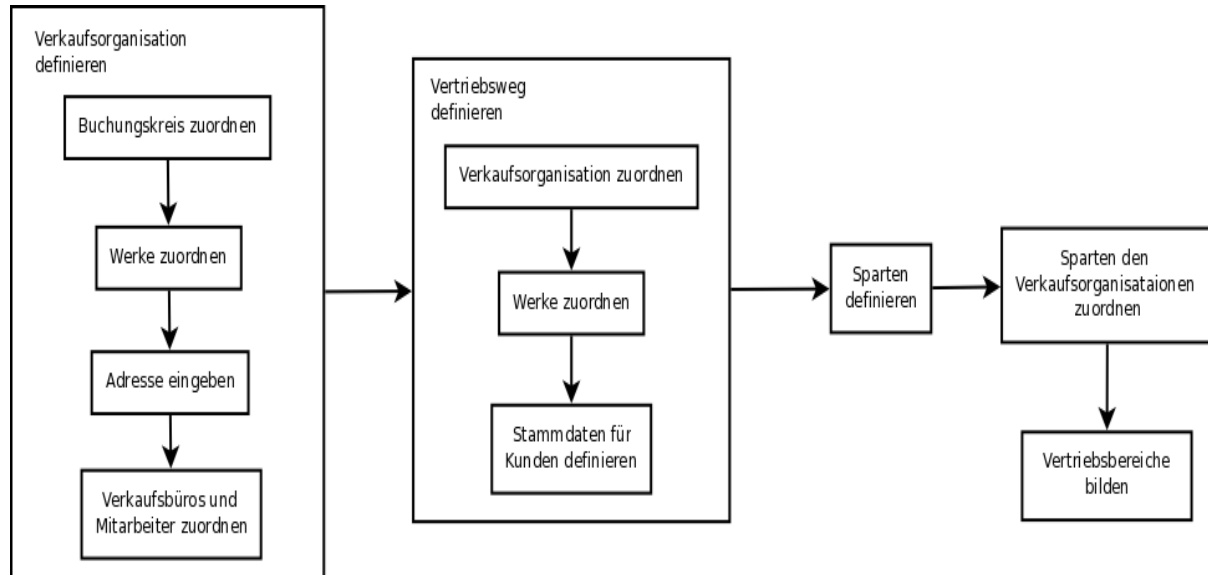


Abbildung 7 Ablauf der zu implementierenden Prozesse

Verkaufsorganisation definieren

Buchungskreis zuordnen

In diesem Schritt definieren wir die Zuordnung von Verkaufsorganisationen zu Buchungskreisen. Somit stellen wir die Verbindung zwischen den Systemen SD und FI her. Eine Verkaufsorganisation gehört dabei zu genau einem Buchungskreis.

Werke zuordnen

Weiters werden die einzelnen Werke zu den jeweiligen Verkaufsorganisationen zugeordnet.

Adresse eingeben

Im dritten Schritt werden die Adressen der Verkaufsorganisationen eingegeben.

Verkaufsbüros und Mitarbeiter zuordnen

Zuletzt werden Verkaufsbüros und Mitarbeiter zugeordnet.

Vertriebswege definieren

Vertriebsweg - Verkaufsorganisation zuordnen

In diesem Arbeitsschritt ordnen wir die Vertriebswege einer Verkaufsorganisation zu. Dabei können beliebig viele Vertriebswege zu einer Verkaufsorganisation gehören. Außerdem kann ein Vertriebsweg für mehrere Verkaufsorganisationen gültig sein.

Werke zuordnen

Weiters werden die einzelnen Werke zu den jeweiligen Vertriebswegen zugeordnet.

Stammdaten für Kunden definieren

Im nächsten Schritt werden die Stammdaten der Kunden zugeordnet. Bei diesem Schritt wird für den Vertriebsweg Internet der einzige Kunde „Verkauf Internet“ angelegt.

Sparten definieren

Die Produkte werden in zwei Sparten eingeteilt:

1. Riesenseeschnecke
2. Sonstige Produkte

Diese Unterteilung nehmen wir deshalb vor, weil die Riesenseeschnecke nicht über das Internet vertrieben wird. Außerdem wird sie nur vom Spediteur „Mercur“ zugestellt.

Sparten den Verkaufsorganisationen zuordnen

In diesem Arbeitsschritt ordnen wir die oben genannten Sparten den Verkaufsorganisationen zu. Dabei kann eine Sparte zu mehreren Verkaufsorganisationen gehören.

Vertriebsbereiche bilden

In diesem Arbeitsschritt bilden wir folgende Vertriebsbereiche:

1. Wien – Internet – Sonstige Produkte
2. Wien – Einzelhandel – Riesenseeschnecke
3. Wien – Einzelhandel – Sonstige Produkte
4. Linz – Einzelhandel – Riesenseeschnecke
5. Linz – Einzelhandel – Sonstige Produkte
6. Innsbruck – Einzelhandel – Riesenseeschnecke
7. Innsbruck – Einzelhandel – Sonstige Produkte
8. Klagenfurt – Einzelhandel – Riesenseeschnecke
9. Klagenfurt – Einzelhandel – Sonstige Produkte
10. Klagenfurt – Großhandel – Riesenseeschnecke
11. Klagenfurt – Großhandel – Sonstige Produkte

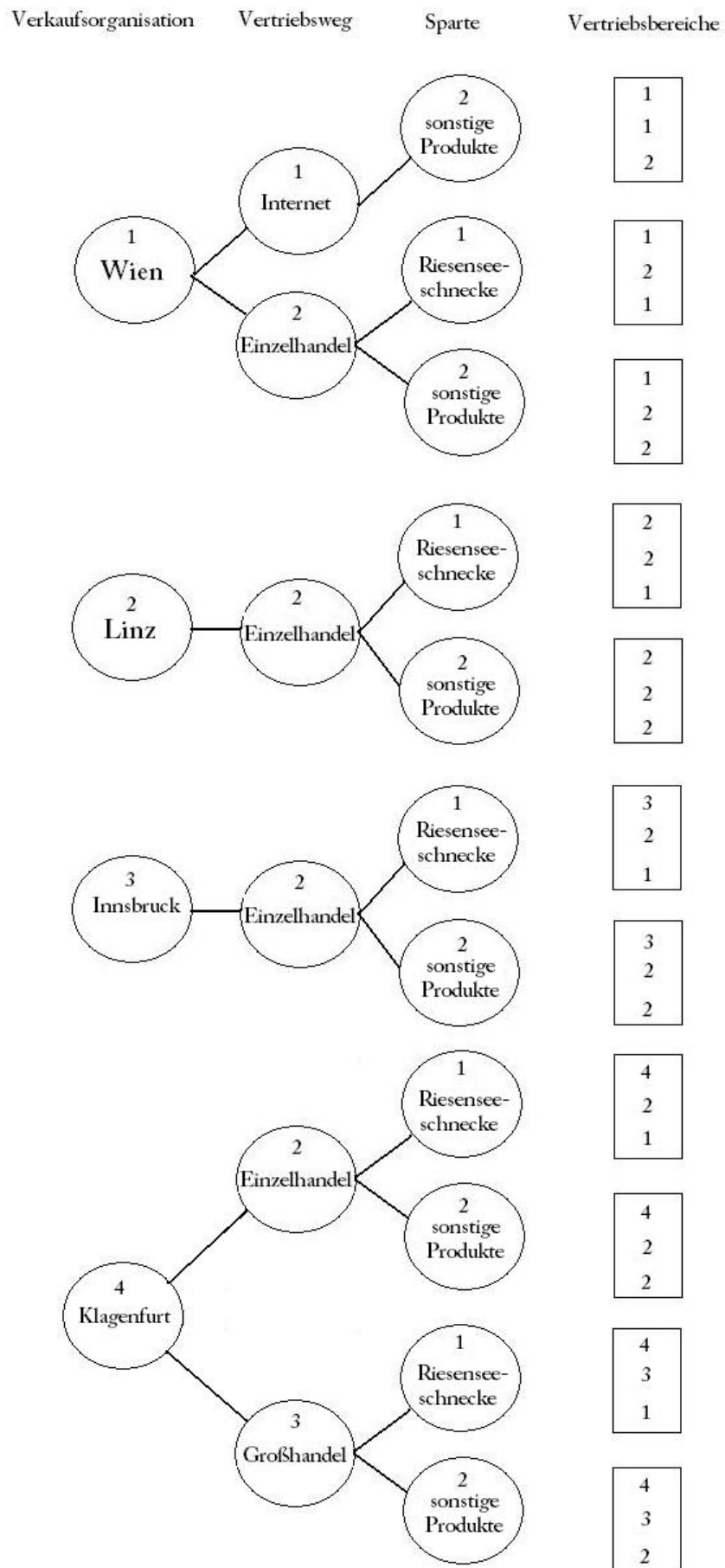


Abbildung 8 Vertriebsbereiche

6. Implementierung

Ausblick auf die Implementierung: Was wird gemacht um den oben beschriebenen Prozess umzusetzen (müssen noch keine Screenshots sein, das kommt dann in der Dokumentation zum Implementierung).

Die Funktionen für die Implementierung befinden sich im Menüpunkt SAP Menü → Logistik → Vertrieb. Unter Stammdaten → Geschäftspartner → Interessent kann man Interessenten anlegen, ändern usw. Über einige Umwege kommt man auch auf die Maske, um Verkaufsorganisationen und Vertriebswege anzulegen, nämlich: anlegen → Verkaufsorganisation → Werte anlegen → ohne Projektangabe weiter → Vertrieb Definition → Verkaufsorganisation definieren, kopieren, löschen, prüfen.

Auch die Vertriebswege lassen sich über diesen Pfad eingeben.

Unter dem Menüpunkt Zuordnung → Vertrieb kann man die einzelnen Vertriebsbereiche definieren.

7. Der Zeitplan

Tätigkeit	Woche	Datum	Wer?
Abgabe der Dokumentation	KW 16	17.04.2008	
Kontakt mit den erforderlichen Gruppen aufnehmen	KW 17		HD
Customizing der Verkaufsorganisationen vornehmen	KW 18		SA
Customizing der Vertriebswege vornehmen	KW 18		MG
Customizing der Sparten vornehmen	KW 19		CA
Customizing der Vertriebsbereiche vornehmen	KW 19		BS
Entwicklungsschluss	KW 20	14.05.2008	
Abgabe der Präsentationen	KW 22	30.05.2008	
Abschlusspräsentation	KW 24	09.06.2008	

8. Die Risiken

- Integrität: Wir bzw. andere Gruppen machen falsche Einträge
- Zeitrisiko: wir oder Gruppen, von denen unsere Einträge abhängen übertreten das Zeitlimit
- Konsistenz: wir oder andere Gruppen machen unvollständige Angaben.
- Inkorrekte Planung
- Verständnisprobleme der komplexen Architektur von SAP
- SAP-System falsch konfiguriert → nicht funktional
- Offenen Berechtigungen – Jeder kann alles machen.
- Einträge könnten versehentlich gelöscht werden.
- Team-Kollegen steigen aus der Gruppe aus
- Falsch definierte Prozesse und Flussdiagramme

- Meinungsverschiedenheiten
- Arbeitsüberschneidungen
- Nachträgliche Änderungen der Organisationsstruktur durch Fehlinterpretationen (Werke, Verkaufsorganisation, ...)
- Ressourcenprobleme – Überschneidungen mit anderen Lehrveranstaltungen
- Kontakt mit Gruppen, von denen man abhängig ist, unter Zeitdruck