

# Produktkatalog und Online-Store im Internet (LO-MD-AM)



HELP.ISR

Release 4.6C



## Copyright

© Copyright 2001 SAP AG. Alle Rechte vorbehalten.

Weitergabe und Vervielfältigung dieser Publikation oder von Teilen daraus sind, zu welchem Zweck und in welcher Form auch immer, ohne die ausdrückliche schriftliche Genehmigung durch SAP AG nicht gestattet. In dieser Publikation enthaltene Informationen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden.

Die von SAP AG oder deren Vertriebsfirmen angebotenen Software-Produkte können Software-Komponenten auch anderer Software-Hersteller enthalten.

Microsoft<sup>®</sup>, WINDOWS<sup>®</sup>, NT<sup>®</sup>, EXCEL<sup>®</sup>, Word<sup>®</sup>, PowerPoint<sup>®</sup> und SQL Server<sup>®</sup> sind eingetragene Marken der Microsoft Corporation.

IBM<sup>®</sup>, DB2<sup>®</sup>, OS/2<sup>®</sup>, DB2/6000<sup>®</sup>, Parallel Sysplex<sup>®</sup>, MVS/ESA<sup>®</sup>, RS/6000<sup>®</sup>, AIX<sup>®</sup>, S/390<sup>®</sup>, AS/400<sup>®</sup>, OS/390<sup>®</sup> und OS/400<sup>®</sup> sind eingetragene Marken der IBM Corporation.

ORACLE<sup>®</sup> ist eine eingetragene Marke der ORACLE Corporation.

INFORMIX<sup>®</sup>-OnLine for SAP und Informix<sup>®</sup> Dynamic Server<sup>™</sup> sind eingetragene Marken der Informix Software Incorporated.

UNIX<sup>®</sup>, X/Open<sup>®</sup>, OSF/1<sup>®</sup> und Motif<sup>®</sup> sind eingetragene Marken der Open Group.

HTML, DHTML, XML, XHTML sind Marken oder eingetragene Marken des W3C<sup>®</sup>, World Wide Web Consortium, Massachusetts Institute of Technology.

JAVA<sup>®</sup> ist eine eingetragene Marke der Sun Microsystems, Inc.

JAVASCRIPT<sup>®</sup> ist eine eingetragene Marke der Sun Microsystems, Inc., verwendet unter der Lizenz der von Netscape entwickelten und implementierten Technologie.

SAP, SAP Logo, R/2, RIVA, R/3, ABAP, SAP ArchiveLink, SAP Business Workflow, WebFlow, SAP EarlyWatch, BAPI, SAPPHIRE, Management Cockpit, mySAP.com Logo und mySAP.com sind Marken oder eingetragene Marken der SAP AG in Deutschland und vielen anderen Ländern weltweit. Alle anderen Produkte sind Marken oder eingetragene Marken der jeweiligen Firmen.

## Symbole

Symbol	Bedeutung
	Achtung
	Beispiel
	Hinweis
	Empfehlung
	Syntax

## Inhalt

<b>Produktkatalog und Online-Store im Internet (LO-MD-AM)</b> .....	<b>5</b>
Funktionsumfang von Produktkatalog und Online-Store .....	8
Abwicklung von Internet-Transaktionen.....	10
Sicherheit/Berechtigungen.....	12
Behandlung verschiedener Artikeltypen .....	14
Customizing .....	16
Produktpräsentationsprofil .....	18
Kundenverwaltungsprofil .....	19
Auftragsverwaltungsprofil.....	20
Möglichkeiten zur Angabe der URL.....	21
User-Exits und BAPIs .....	23
Praktischer Einsatz (LO-MD-AM Produktkatalog).....	25
Fehlerbehandlung im Workflow.....	26

## Produktkatalog und Online-Store im Internet (LO-MD-AM)

### Verwendung

Mit der Internet-Anwendungskomponente *Produktkatalog* des R/3-Systems können Sie auf einfache und effiziente Weise Ihre Produktpalette wirkungsvoll im Internet präsentieren.

Produktkataloge sind wichtige verkaufsfördernde Werbemittel, die dem Kunden Informationen über Produkte liefern. Im R/3-System können diese Informationen Text, Preise, Abbildungen und/oder Multimedia-Objekte (z.B. Bild- und Tonmaterial) umfassen.

Eine Erweiterung dieses Produktkatalogs ist die Internet-Anwendungskomponente *Online-Store*. Der interaktiv nutzbare Online-Store basiert auf den Grundfunktionen des Produktkatalogs und bietet außerdem die Möglichkeit, Kundendaten anzulegen, Aufträge zu erfassen und per Kreditkarte zu zahlen. Der Online-Store ist eine virtuelle Handelsfiliale, die die Abwicklung von Verkaufsvorgängen in vollem Umfang unterstützt.

### Typ der Internet-Anwendungskomponente

- Consumer-to-Business
- Business-to-Business

Der Internet-Produktkatalog kann für die unterschiedlichsten Zielgruppen und Zwecke eingesetzt werden, beispielsweise im Versandhandel, im Großhandel (z.B. Internet-Katalog für Einzelhändler), in der Zulieferindustrie oder als Multimedia-Kiosk am Point-Of-Sale der Filialen, wo er auch vom Verkaufspersonal als Präsentationsmedium genutzt werden kann, um Kunden über Produkte zu informieren, die möglicherweise in dieser Filiale nicht am Lager sind, aber bestellt werden können.

Wesentliche Vorteile ergeben sich hinsichtlich der Aktualität der dargebotenen Information und der globalen Verfügbarkeit. Ein Internet-Produktkatalog kann ohne zusätzlichen Produktionsaufwand ständig aktuell gehalten werden und steht einer unbegrenzt großen Zielgruppe zur Verfügung. Ein nicht zu unterschätzender Aspekt ist die Umweltverträglichkeit. Weder Papier noch sonstige Materialien werden verbraucht oder müssen verarbeitet werden.

Bei einem Produktkatalog im Internet entstehen keine Produktionskosten, während diese bei einer Papier- oder CD-Version verhältnismäßig hoch ausfallen können. So können bei der Internet-Version beispielsweise auch die Kosten für die Layouterstellung reduziert werden, da das Layout automatisch generiert wird. Fehler sind bei einer Internet-Version wesentlich leichter, schneller und kostengünstiger zu beseitigen als bei einer Papier- oder CD-ROM-Version. Es entstehen keine Distributionskosten, da der Versand entfällt.

Der Einsatz der Internet-Anwendungskomponente *Online-Store* bietet sowohl Ihnen als auch Ihren Kunden weitere entscheidende Vorteile:

Vorteile für Ihre Kunden:

- Sie können einen Kaufentschluß direkt umsetzen. Es ist kein Anruf oder Fax erforderlich.
- Sie können Bestellungen zu jeder Tages- und Nachtzeit tätigen.
- Sie verfügen stets über aktuelle Preisdaten und können sich Angebote einschließlich geltender Rabatte und Bonusse erstellen lassen.

## Produktkatalog und Online-Store im Internet (LO-MD-AM)

- Sie können die Verfügbarkeit der Ware online prüfen, den voraussichtlichen Liefertermin feststellen und ihre Bestellung ggf. entsprechend ändern.

Vorteile für Sie als Anbieter:

- Sie können aufgrund des 24stündigen, weltweiten Verkaufs höhere Umsätze erzielen.
- Sie erhalten den Kundenauftrag online, d.h. sobald er erfaßt wird, und können so sehr schnell auf Kundenanforderungen reagieren.
- Mitarbeiter, die bisher für die telefonische Entgegennahme und Erfassung von Aufträgen zuständig waren, können Sie jetzt für andere Aufgaben vorsehen, da Ihre Kunden die erforderliche Information direkt eingeben.

Aus einem einzigen Produktkatalog in R/3 können verschiedene Online-Stores im Internet erstellt werden, z.B. ein Store für Kunden im Einzelhandel, Kunden im Großhandel oder für Franchisenehmer. Im Customizing können Einstellungen für die einzelnen Online-Stores vorgenommen werden, so daß diese sich bezüglich des Inhalts und Layouts voneinander unterscheiden.

## Integration

Grundlage für den Internet-Produktkatalog bilden die Daten der Anwendungskomponente *Produktkatalog* im System R/3. Die Produktkatalogplanung im R/3 ermöglicht das Speichern, Abrufen und Verwalten von Daten, die in Verbindung mit Werbemitteln wie Katalogen, Prospekten, CD-ROMs, Online-Katalogen oder multimedialfähigen Kiosken anfallen. Diese Daten lassen sich individuellen Anforderungen entsprechend kombinieren.



Informationen zu Produktkatalogen im System R/3 finden Sie in der Dokumentation Produktkatalog.

Wenn Kunden des Online-Store ihre Kaufentscheidung getroffen haben, werden sie gefragt, ob sie Neukunden sind oder bereits vorher Kunden waren. Neukunden durchlaufen zunächst den Prozeß der Registrierung, bei dem ihre Daten aufgenommen werden. Das System legt daraufhin einen Kundenstammsatz an und ordnet dem Kunden eine Kundennummer sowie ein Initialkennwort zu. Bereits registrierte Kunden werden aufgefordert, ihr Kennwort einzugeben. Nachdem Kunden die Registrierung durchlaufen haben bzw. ihre Identität vom System verifiziert wurde und sie zahlungsrelevante Daten eingegeben haben, ist der Vorgang abgeschlossen. Kunden können wählen zwischen Zahlung per Rechnung, per Kreditkarte oder per Nachnahme. Bei der Zahlung mit Kreditkarte kann festgelegt werden, ob die Autorisierung online oder offline erfolgt. Außerdem kann festgelegt werden, ob Kunden eine Bestellbestätigung per E-Mail erhalten sollen.

Wenn aufgrund eines Fehlers eine Bestellung im Online-Store nicht vollständig ausgeführt werden kann, weil z.B. Stammdaten nicht korrekt eingegeben wurden, dann

- meldet das System, daß der Vorgang nicht vollständig ausgeführt wurde
- wird über den Workflow eine Meldung mit Daten über das vorliegende Problem an den zuständigen Sachbearbeiter geschickt

## Funktionsumfang

Die Internet-Anwendungskomponente *Produktkatalog* kann in zwei Ausführungen implementiert werden:

**Produktkatalog und Online-Store im Internet (LO-MD-AM)**

- als reiner Produktkatalog, der ausschließlich zu Informationszwecken zur Verfügung steht
- als Online-Store, mit integrierter Auftragseingangserfassung und Kundenstammsatzerstellung

Wenn Sie den Online-Store wählen, eröffnen sich für Sie als Anbieter neue Vertriebsmöglichkeiten; Ihre Kunden können Bestellungen im Internet direkt aufgeben.

In beiden oben genannten Fällen ist der Internet-Produktkatalog mehrstufig aufgebaut:

1. Übersicht über den Shop (Layoutbereiche auf oberster Stufe des Produktkatalog-Layouts)
2. Detailbild zu einem Shop
3. Produktlisten
4. Detailbild zum Produkt

Im Internet-Produktkatalog können Sie auf einfache Weise zwischen den Stufen wechseln.

Zum Shop ebenso wie zu den Produkten selbst können Text-, Bild- und Tonmaterial verwendet werden.

Bei Sammelartikeln kann der Kunde die gewünschte Variante (z.B. eine blaue Bluse) aus Auswahlboxen auswählen. Die gewählte Variante wird dann mit der zugehörigen Preisinformation angezeigt.

Bei Sets werden Informationen zu den einzelnen Komponenten des Sets mit angezeigt.

Aus einem einzigen Produktkatalog können verschiedene Online-Stores im Internet erstellt werden, z.B. ein Store für Einzelhandelskunden und Großhandelskunden. Im Customizing können Einstellungen für die einzelnen Online-Stores vorgenommen werden, so daß diese sich bezüglich des Inhalts und Layouts voneinander unterscheiden.

## Funktionsumfang von Produktkatalog und Online-Store

# Funktionsumfang von Produktkatalog und Online-Store

## Verwendung

Die Internet-Anwendungskomponente *Produktkatalog* kann in drei Ausführungen implementiert werden:

- als reiner Produktkatalog, der ausschließlich zu Informationszwecken zur Verfügung steht
- als Online-Store, mit integrierter Auftragseingangserfassung und Kundenstammsatzerstellung
- als Teil einer Gesamtlösung mit interaktivem Datenaustausch zwischen den Systemen zweier Geschäftspartner; auf dem System des Lieferanten läuft in diesem Fall die Internet-Anwendungskomponente *Produktkatalog und Online-Store* und auf dem Kundensystem die SAP-Komponente *Business-to-Business Procurement*

Wenn Sie den Online-Store wählen, eröffnen sich für Sie als Anbieter neue Vertriebsmöglichkeiten; Ihre Kunden können Bestellungen direkt im Internet aufgeben.

In beiden oben genannten Fällen ist der Internet-Produktkatalog mehrstufig aufgebaut:

1. Übersicht über den Shop (Layoutbereiche auf der obersten Stufe des Produktkatalog-Layouts)
2. Detailbild zu einem Shop
3. Produktlisten
4. Detailbild zum Produkt

Im Internet-Produktkatalog können Sie auf einfache Weise zwischen den Stufen wechseln.

Zum Shop ebenso wie zu den Produktlisten können Text-, Bild- und Tonmaterial verwendet werden.

Einem Artikel können normalerweise bis zu drei Multimedia-Objekte zugeordnet werden: ein großes Bild, ein kleines Bild und eine Klang-Datei. Sie können jedoch die Customizing-Einstellungen so ändern, daß auch die Anzeige zusätzlicher Multimedia-Objekte (wie etwa .avi- oder .wav-Dateien) ermöglicht wird. Die betreffenden Objekte werden in der Katalogpflege zugeordnet und erscheinen dann im Online-Store als Hyperlinks auf der Produktdetailebene. Je nachdem, ob der vom Kunden verwendete Browser oder Viewer ein bestimmtes Dateiformat unterstützt, wird durch Anklicken eines solchen Hyperlinks das zugehörige Objekt angezeigt oder auf den PC des Kunden heruntergeladen. Bilder im .jpg- oder .gif-Format erscheinen in verkleinerter Form als "Thumbnails" neben den betreffenden Hyperlinks.

In Listen werden Multimedia-Objekte normalerweise nicht angezeigt. Wenn Sie möchten, daß die Objekte außer in einzelnen Shops und bei den Produkten auch in Listen erscheinen, können Sie dies durch Änderung der Customizing-Einstellungen und des HTML<sup>Business</sup>-Templates erreichen.

Aus einem einzigen Produktkatalog können verschiedene Online-Stores im Internet erstellt werden, z.B. ein Store für Einzelhandelskunden und ein weiterer für Großhandelskunden. Im Customizing können Einstellungen für die einzelnen Online-Stores vorgenommen werden, so daß diese sich bezüglich des Inhalts und Layouts voneinander unterscheiden.

**Suchfunktionen** erleichtern die Auswahl des gewünschten Produkts. Mit ihrer Hilfe können sich Kunden beispielsweise eine Liste mit Produkten ausgeben lassen, die in einem bestimmten Preisintervall liegen, oder sie geben den Produktnamen ein und verzweigen so direkt zum

**Funktionsumfang von Produktkatalog und Online-Store**

Detailbild des gesuchten Produkts. Die Suche kann entweder von einem Shop oder von der Shopliste aus gestartet werden. Sie kann sich sowohl auf einen bestimmten Shop wie auch den gesamten Online-Store erstrecken. Es besteht die Möglichkeit einer einfachen Suche (d.h. Suchen nach Thema) und einer erweiterten Suche (Suchkriterien werden jeweils bestimmt).

**Sortierfunktionen** ermöglichen es den Kunden, Produktlisten nach Produktname, Produktgruppe oder Preis zu sortieren.

**Filterfunktionen** ermöglichen es Ihnen, bestimmte Layoutbereiche für bestimmte Kunden abhängig von den Einstellungen im Kundenprofil sowie den Merkmalen, die Sie den Layoutbereichen im Klassensystem zuordnen, auszublenden oder anzuzeigen. Hierzu ordnen Sie einem Layoutbereich zunächst eine Klasse zu und dieser dann die gewünschten Merkmale. Im Customizing definieren Sie einen Funktionsbaustein, mit dem die kundenspezifischen Merkmale festgelegt werden. Wenn die kundenspezifischen Merkmalswerte den Merkmalswerten für den Layoutbereich entsprechen, wird dieser für den Kunden angezeigt. Ansonsten wird er ausgeblendet.



Angenommen, Sie sind ein großes Elektronikunternehmen, das sowohl im Einzelhandel als auch im Großhandel tätig ist. Ihren Großhandelskunden möchten Sie Produkte für industrielle Anwendungen anbieten, Ihren Einzelkunden jedoch nur kleinere Komponenten für den Hobbybereich.

Sie haben ein Merkmal mit dem Namen KUNDENART definiert, das die Werte KONSUMENT und GROSSHANDEL haben kann.

Diese Merkmalswerte ordnen Sie Ihren Kunden wie folgt zu:

- KONSUMENT für Hans Meier
- GROSSHANDEL für die Handelskette Super-Elektronik

Die Zuordnung der Merkmalswerte zu Ihren Katalog-Layoutbereichen treffen Sie wie folgt:

- KONSUMENT für Ihren Layoutbereich Heimelektronik
- GROSSHANDEL für den Layoutbereich Industrieelektronik

In diesem Fall sieht Hans Meier nur den Katalogteil mit den elektronischen Kleinkomponenten, während für Super-Elektronik nur die Produkte aus dem Bereich der Industrieelektronik angezeigt werden.

## Abwicklung von Internet-Transaktionen

# Abwicklung von Internet-Transaktionen

## Verwendung

Grundlage für den Internet-Produktkatalog bilden die Daten der Anwendungskomponente *Produktkatalog* im System R/3. Die Produktkatalogplanung in R/3 ermöglicht das Speichern, Abrufen und Verwalten von Daten, die in Verbindung mit Werbemitteln wie Katalogen, Prospekten, CD-ROMs, Online-Katalogen oder multimedialfähigen Kiosken anfallen. Diese Daten lassen sich individuellen Anforderungen entsprechend kombinieren.



Informationen zu Produktkatalogen im System R/3 finden Sie in der Dokumentation [Produktkatalog \[Extern\]](#).

Online-Stores können (müssen aber nicht) in einer verteilten Umgebung mit mehreren R/3-Systemen und ALE-Technologie (Application Linking Enabling) betrieben werden. Die Kommunikation zwischen den Systemen kann synchron über BAPIs oder asynchron über IDocs erfolgen. So kann beispielsweise ein R/3-System die eigentlichen Internet-Transaktionen durchführen, ein anderes R/3-System ist zuständig für die Auftragsabwicklung und ein weiteres für Katalog- und Artikeldaten. Das bringt folgende Vorteile mit sich:

- *Performanceverbesserung:* Die Belastung durch die Datenverarbeitung wird auf mehrere Systeme verteilt.
- *Sicherheitsgewinn:* Das R/3-System, das die eigentlichen Internet-Transaktionen durchführt, dient als Puffer zwischen dem Benutzer und den anderen R/3-Systemen. Ein Benutzer mit Zugang zum Internet-System hat keinen Zugang zu den anderen Systemen.
- *Verringerte Upgrade-Zeit:* Der Upgrade der Systeme kann einzeln erfolgen. Z.B. kann der Upgrade des nächsten SAP Retail-Release für den Online-Store erfolgen, ohne daß die Daten im System FI-CO aktualisiert werden. Alle Systeme müssen jedoch unter 4.5A oder einer höheren Version laufen.

## Aktivitäten

Wenn Kunden des Online-Stores ihre Kaufentscheidung getroffen haben, werden sie gefragt, ob sie Neukunden sind oder bereits vorher Kunden waren.

Bei neuen Kunden sind zwei Szenarien möglich:

- Einmalkunden sind nicht zugelassen. In diesem Fall muß sich der Kunde registrieren lassen. Das R/3-System legt dann einen entsprechenden Kundenstammsatz an und weist dem Kunden eine Kundennummer und ein Initialkennwort zu.
- Einmalkunden sind zugelassen. In diesem Fall wird der Kunde nicht registriert. Statt dessen gibt er nur einige grundlegende Daten an (wie z.B. die Adresse), die für die Verkaufstransaktion benötigt werden. Das R/3-System legt jedoch keinen Kundenstammsatz an, da die Daten für spätere Transaktionen nicht mehr benötigt werden.

Bereits registrierte Kunden werden aufgefordert, ihr Kennwort einzugeben. Nachdem Kunden die Registrierung durchlaufen haben bzw. ihre Identität vom System verifiziert wurde und sie zahlungsrelevante Daten eingegeben haben, ist der Vorgang abgeschlossen. Kunden können wählen zwischen Zahlung per Rechnung, per Kreditkarte oder per Nachnahme. Bei der Zahlung

**Abwicklung von Internet-Transaktionen**

mit Kreditkarte kann festgelegt werden, ob die Autorisierung online oder offline erfolgt. Außerdem kann festgelegt werden, ob Kunden eine Bestellbestätigung per E-Mail erhalten sollen.

Das System schlägt einen Liefertermin vor, das der Kunde jedoch mit einem anderen Datum überschreiben kann. Daraufhin überprüft das System, ob das Produkt verfügbar ist und ob der Wunschtermin des Kunden eingehalten werden kann.

Es kann eine Versandadresse angegeben werden, die von der Adresse des Auftraggebers abweicht. Kunden haben dadurch die Möglichkeit, die Ware statt an ihre Privatadresse in ihr Büro zu bestellen, oder Geschenke direkt an den gewünschten Empfänger schicken zu lassen.

Über den Online-Store können Sie jedoch nicht nur Verkäufe an Einzelkunden, sondern auch Business-to-Business-Transaktionen abwickeln. Statt eines Personennamens gibt der Kunde in diesem Fall in das betreffende Formular eine Firmenadresse ein, für die vier Zeilen vorgesehen sind. Als Mindestanforderung ist ein Eintrag in der ersten Zeile erforderlich.

Wenn im Kundenverwaltungsprofil das Zeichen für die Frühregistrierung gesetzt ist, können Sie im Online-Store auch kundenspezifische Preise angeben. Weitere Informationen hierzu finden Sie im Kundenverwaltungsprofil.

Wenn aufgrund eines Fehlers eine Bestellung im Online-Store nicht vollständig ausgeführt werden kann, weil z.B. Stammdaten nicht korrekt eingegeben wurden, dann

- meldet das System, daß der Vorgang nicht vollständig ausgeführt wurde
- wird über den Workflow eine Meldung mit Daten über das vorliegende Problem an den zuständigen Sachbearbeiter geschickt

## Sicherheit/Berechtigungen

# Sicherheit/Berechtigungen

## Verwendung

### Sicherheit

SAP stellt eine Schnittstelle für SET-Fremdsoftware (SET = Secure Electronic Transaction) bereit. Das SET-Protokoll gewährleistet die Sicherheit bei Käufen mit Zahlungskarten, die über offene Netzwerke wie das Internet abgewickelt werden. Die umfassende SET-Spezifikation beruht auf modernster Verschlüsselungstechnik, die u.a. digitale Identitätsnachweise für die an einer elektronischen Transaktion beteiligten Parteien (Kunde, Händler und Clearing-Stelle) verwendet. Für den Händler sind die Kreditkarteninformationen des Kunden nicht einsehbar, er erhält jedoch eine Bestätigung von der Clearing-Stelle. Die Kunden können somit sicher sein, daß ihre Kreditkartendaten geschützt sind; andererseits hat der Händler die Sicherheit, die entsprechenden Zahlungen von der Clearing-Stelle zu erhalten.

Da die Kunden identifizierbar sind, muß ihre Identität durch eine hierfür autorisierte Instanz bestätigt werden. Dies geschieht in der Regel mit einer speziellen Software, der sogenannten "elektronischen Brieftasche". Hierunter versteht man ein Browser-Plug-In, das z.B. von einer Bank oder einer Clearing-Stelle bereitgestellt wird. Gemäß dem SET-Standard müssen Kunden, die auf diese Art Zahlungen leisten wollen, eine solche elektronische Brieftasche besitzen. Beim Einsatz von SET wird also davon ausgegangen, daß Ihre Kunden über diese Möglichkeit des Identitätsnachweises verfügen.

Kunden, die keine elektronische Brieftasche besitzen, können Kreditkartenzahlungen jedoch auch über das SSL-Protokoll leisten.

Sie können veranlassen, daß das System automatisch Bestätigungen der Verkaufstransaktionen über E-Mail an die betreffenden Kunden versendet, die diese dann für ihre Ablage verwenden können.

### Berechtigungen

Berechtigungsprüfungen lassen sich in zwei Kategorien unterteilen:

- Identifizierung von Kunden im Online-Store (Name des Kunden, Kennwort und ggf. E-Mail-Adresse)
  - Sie können festlegen, ob diese Daten bereits eingegeben werden müssen, wenn der Kunde den Online-Store aufruft, oder erst zum Zeitpunkt des Einkaufs. Erstkunden können sich registrieren lassen und ein Kennwort festlegen, das sie danach jederzeit ändern können. Mit der Transaktion SU05 können Sie für Benutzer Kennwörter anlegen, ändern und löschen. Um den Kunden eindeutig zu identifizieren, geben Sie neben der Kundennummer den Objekttyp KNA1 ein.
- Normale Berechtigungsprüfungen im R/3-System. Alle Berechtigungen müssen für den R/3-Benutzer gepflegt werden, mit dem sich die Internet-Anwendungskomponente über den Internet Transaction Server (ITS) im R/3-System anmeldet. Diese Anmeldung wird normalerweise in der Servicedatei festgelegt. Die folgenden Berechtigungen können geprüft werden:
  - die Berechtigung zum Anlegen, Anzeigen und Ändern von Kundenstammsätzen
  - die Berechtigung zum Anlegen von Kundenaufträgen
  - die Berechtigung zum Starten des Online-Store (W\_ONLSTORE)

## Sicherheit/Berechtigungen

- Berechtigung zum Lesen des Produktkatalogs (W\_PCAT\_MTN für allgemeine Katalogdaten und W\_PCAT\_LAY für die Layoutbereiche)

Hat der R/3-Benutzer keine Berechtigung zum Lesen eines bestimmten Layoutbereichs, werden weder der betreffende Layoutbereich noch seine untergeordneten Layoutbereiche angezeigt. Mit Hilfe von Berechtigungen werden also verschiedene Sichten des Internet-Katalogs definiert. Außerdem können sie dazu dienen, Layoutbereiche vor dem Zugang über das Internet zu schützen, solange diese noch in Bearbeitung sind.



W\_PCAT\_MTN, W\_PCAT\_LAY und W\_ONLSTORE sind Berechtigungsobjekte, die zur Pflege von Berechtigungen benutzt werden müssen.

## Behandlung verschiedener Artikeltypen

# Behandlung verschiedener Artikeltypen

## Verwendung

### Sammelartikel, Varianten und Sets

Bei Sammelartikeln kann der Kunde die gewünschte Variante (z.B. eine blaue Bluse) aus Auswahlboxen auswählen. Die gewählte Variante wird dann mit der zugehörigen Preisinformation angezeigt.

Bei Sets werden Informationen zu den einzelnen Komponenten des Sets mit angezeigt.

### Konfigurierbare Artikel

Ein konfigurierbarer Artikel besteht aus mehreren Komponenten. In manchen Fällen kann der Kunde die gewünschten Komponenten direkt auswählen, in anderen Fällen besteht diese Möglichkeit nicht.

Im Online-Store sind zwei Arten der Artikelkonfiguration vorgesehen:

- **Einschrittkonfiguration (vorkonfigurierte Komponenten)**

Jeder Artikel umfaßt einen bestimmten Satz von Komponenten. Der Kunde wählt jedoch nicht die Komponenten selbst aus, sondern bestimmte *Merkmale*, die der Artikel aufweisen soll. Über diese Merkmale wird festgelegt, welche Komponenten im betreffenden Artikel enthalten sein müssen. Die Merkmale können mit Hilfe Boolescher Logik miteinander verknüpft werden; sie können entweder nur beschreibenden Charakter haben oder selbst Komponenten darstellen. Beispiele: "Fotoapparat UND digital" oder "Handscanner UND Drucker".

Angenommen, Sie verkaufen Telefonapparate mit und ohne eingebauten Anrufbeantworter. Artikel A wäre dann z.B. ein reines Telefon und Artikel B ein Telefon mit eingebautem Anrufbeantworter. Wenn ein Kunde nun "Telefon" und das Merkmal "Anrufbeantworter" wählt, zeigt das System nur diejenigen Telefone an, die mit einem Anrufbeantworter ausgestattet sind. Der Anrufbeantworter kann wiederum eine Tonbandkassette, ein Faxmodem und andere Komponenten beinhalten. Diese werden jedoch automatisch mit dem Merkmal "Anrufbeantworter" ausgewählt.

Der Kunde wählt also einen Artikel in einem einzigen Schritt, indem er auf die entsprechende Position klickt.

- **Zweischrittkonfiguration (frei zusammenstellbare Komponenten)**

Der Kunde kann sich einen Artikel selbst zusammenstellen, indem er verschiedene Einzelkomponenten wählt.

Ein solcher Artikel wäre beispielsweise ein Computer, dessen Komponenten der Kunde jeweils aus einer Liste auswählen kann: einen Monitor aus einer Liste mit verschiedenen Monitortypen, ein Festplattenlaufwerk, einen Drucker usw. Die Preise werden für jede Komponente einzeln aufgeführt.

In diesem Fall wählt der Kunde also zuerst den Artikel (erster Schritt) und dann die gewünschten Bestandteile (zweiter Schritt).

## Aktivitäten

Im folgenden wird der zweite Fall beschrieben, bei dem der Kunde seinen Computer aus den im Online-Store aufgeführten Komponenten zusammenstellen und den Preis für das Gesamtprodukt abfragen möchte. Bei diesem Verfahren wird ein Konfigurator verwendet, der sich auf einem separaten Server befindet. Ein mögliches Szenario wäre der folgende Ablauf:

1. Der Kunde wählt einen Artikel (z.B. einen PC).
2. Die verfügbaren Komponenten werden im Online-Store jeweils mit Auswahlknöpfen angezeigt. So kann der Kunde z.B. einen Monitor aus einer Monitorliste sowie eine Tastatur, ein Festplattenlaufwerk usw. auswählen. Zu jeder Einzelkomponente wird der jeweilige Preis angezeigt.
3. Der Benutzer akzeptiert das von ihm zusammengestellte Produkt und startet mit einem Mausklick (je nach Bild auf eine "OK"-Drucktaste oder eine Ikone) den Konfigurator.
4. Der Konfigurator berechnet den Gesamtpreis des Computers aus den Preisen der einzelnen Komponenten unter Berücksichtigung der jeweiligen Preiskonditionen (Bonusse, Steuern usw.). Die Ergebnisse gibt er an den Online-Store zurück, wo sie dann dem Kunden angezeigt werden.
5. Der Kunde akzeptiert entweder den angegebenen Preis und fährt mit dem nächsten Schritt fort, oder er ändert seine Auswahl und läßt sich den Preis erneut anzeigen.
6. Wenn sich der Kunde mit dem Endprodukt einverstanden erklärt, ruft das System das BAPI SalesOrder.CreateFromDat2 auf, wodurch im SAP-System ein standardmäßiger SD-Kundenauftrag angelegt wird.

Den Konfigurator kann der Kunde im Online-Store von jedem der folgenden Punkte aus aufrufen:

- durch Klicken auf die Artikelnummer in der Produktliste; auf dem Folgebild kann er dann die Komponenten auswählen und den Konfigurator durch Klicken auf OK starten
- durch Klicken auf den Konfigurator rechts neben der Artikelzeile in der Produktliste
- durch Klicken auf einen konfigurierbaren Artikel in seinem Einkaufskorb

Im Customizing des Online-Stores müssen Sie die URL für den Konfigurator-Server eingeben.

## Customizing

# Customizing

## Verwendung

### Berücksichtigung der Customizing-Einstellung

Um einen Online-Store im Internet einzurichten, müssen Sie zunächst einige Einstellungen im Customizing der Logistik vornehmen (*Werkzeuge* → *Business Engineer* → *Customizing* → *Unternehm.-IMG* → *Logistik allgemein* → *IACs Produktkatalog und Online-Store*). Nähere Informationen dazu finden Sie im Einführungsleitfaden (IMG).

### Einstellung für Online-Store

Wird der Online-Store angeboten, kann Ihr Kunde einen Kundenauftrag erzeugen, der dann im R/3-System angelegt wird.

Die Erstellung eines SD-Kundenauftrags erfordert bestimmte Parameter. Die Parameter Verkaufsorganisation, Vertriebsweg und Sparte werden aus den Grunddaten des Produktkatalogs übernommen.

### Überschriften

Für Shops (übergeordnete Layoutbereiche) und Unterstrukturen der Shops werden die *Layoutbereich-Überschriften* (nicht die Kurztexpte) verwendet.

Sind Texte oder Preise nicht gepflegt, werden drei rote Fragezeichen angezeigt. Sie können statt der Fragezeichen andere Texte ausgeben, wenn Sie die Variable *missing\_entry* im sprachabhängigen Resource-File ändern.

### Servicename

Die Servicennamen für diese Internet-Anwendungskomponente sind:

- WW10 (Produktkatalog)
- WW20 (Online-Store)
- WW30 (Online-Store für Business-to-Business Procurement Application)

Unter diesen Servicennamen finden Sie im SAP@Web Studio alle zugehörigen Dateien.

## Voraussetzungen

Um einen Produktkatalog oder Online-Store im Internet einzurichten, müssen Sie zunächst einen Customizing-Stammsatz im R/3-System für den Online-Store erstellen (*Werkzeuge* → *Business Engineer* → *Customizing* → *Unternehm.-IMG* → *Logistik allgemein* → *IACs Produktkatalog und Online-Store* → *Online-Stores*). Dieser Stammsatz enthält die folgenden Daten:

- den R/3-Produktkatalog, der die Artikel und das Layout für den Katalog festlegt
- eine Produktkatalogvariante, mit der die aktuelle Sprache und Währung festgelegt werden (für jede Kombination zwischen Sprache und Währung gibt es eine individuelle Variante)
- Profile für die Produktpräsentation, die Kundenverwaltung und die Angebots- und Auftragssteuerung

- ein spezielles Verkaufsbüro, mit dem Internet-Verkaufsvorgänge im Informationssystem unabhängig von den normalen POS-Transaktionen verfolgt werden können
- Wenn der Kunde sich das erste Mal anmeldet, d.h. seine Daten registriert werden, legt das System einen Kundenstammsatz an. Im wesentlichen liefert der Benutzer lediglich die Adreßdaten. Zusätzliche Informationen, wie buchungskreis- und vertriebsbereichsrelevante Daten, werden von dem Vorlagekunden übernommen, der im Stammsatz des Online-Store vermerkt ist. (Der Vorlagekunde **muß** zu einer Kontengruppe mit interner Numerierung gehören.)

Wenn z.B. sowohl ein Online-Store für den Einzelhandel als auch ein Online-Store für den Großhandel existieren, gibt es möglicherweise unterschiedliche Profile dafür. Das System liest die Profile beim erstmaligen Aufrufen des Online-Store und bezieht sie während der gesamten Sitzung mit ein.

Der R/3-Produktkatalog besteht aus:

- Grunddaten (wie etwa bestimmte Artikel)
- Layoutdaten, die eine Grobanordnung von Produktgruppen festlegen (an welcher Stelle und in welcher Form die Artikel im Online-Store erscheinen)

Der Produktkatalog der Internet-Anwendungskomponente verfügt über folgende Layoutstruktur:

- Layoutbereiche der ersten Stufe werden als Shops dargestellt.
- Layoutbereiche unterhalb eines Shop-Knotens stellen Produktgruppen innerhalb des Shops dar.

Folglich muß jeder R/3-Produktkatalog, der in der Internet-Anwendungskomponente eingesetzt werden soll, mindestens zwei Layoutbereichsstufen besitzen: eine obere Stufe für Shops und eine untere Stufe für Produktgruppen.

Die Internet-Anwendungskomponente zeigt Texte beliebiger Länge an sowie Bilder und Tondateien, die einzelnen Positionen und Layoutbereichen zugeordnet sind, die Shops repräsentieren. Sind derartige Multimedia-Objekte Nicht-Shop-Layoutbereichen oder Varianten eines Sammelartikels zugeordnet, erscheinen sie nicht in der Internet-Anwendungskomponente.

Weitere Informationen zur Nutzung der Komponente *Produktkatalog* im R/3-System finden Sie unter [Produktkatalog \[Extern\]](#) [\[Extern\]](#).

---

**Produktpräsentationsprofil**

## Produktpräsentationsprofil

### Struktur

Dem Customizing-Stammsatz für den Online-Store wird ein Produktpräsentationsprofil zugeordnet. Damit wird festgelegt, wie die Produktinformation angezeigt wird (nach Artikelnummer, Artikelkurztext, Überschrift aus Produktkatalog oder allen drei Kriterien); wie Varianten eines Sammelartikels (z.B. verschiedene Größen und Farben) ausgewählt werden; welcher Search Engine im Online-Store verwendet wird usw. Darüber hinaus können Sie einen Funktionsbaustein angeben, der die zur Filterung verwendeten kundenspezifischen Merkmale einliest.

Sie können bestimmen, wie die Hierarchie der Produktkategorien dargestellt wird. Hierzu sind drei Auswahlknöpfe vorgesehen:

- **Expandiert:** Alle Produktkategorien in einem Shop werden aufgeführt. Der Kunde kann die Darstellung nicht beeinflussen.
- **Komprimiert:** Nur die Produktkategorien der obersten Ebene werden angezeigt, der Kunde kann jedoch die ganze Hierarchie oder einen Teil davon aufreißen.
- **Stufenweises Expandieren:** Die Anzeige erfolgt zunächst in komprimierter Form; wenn der Benutzer jedoch auf eine Kategorie klickt, werden alle Produkte und Subkategorien der jeweils darunterliegenden Ebenen automatisch expandiert.

Anstatt des standardmäßigen Suchalgorithmus können Sie auch einen anderen Suchalgorithmus bestimmen. Sie könnten z.B. den Alta Vista® Search Engine mit einbeziehen, der neben seiner hohen Geschwindigkeit folgende Vorteile hat:

- Suche nach Produkt entweder in bestimmten Shops oder dem gesamten Online-Store
- Suche über Artikelnummer, Schlüsselwörter im Produktnamen, Preisintervall und/oder Volltextsuche der Produktbeschreibung
- Wildcard-Suche (\*) und boolesche Verknüpfungen (UND, ODER, NICHT)

## Kundenverwaltungsprofil

### Struktur

Dem Customizing-Stammsatz für den Online-Store wird ein Kundenverwaltungsprofil zugeordnet. Darin sind folgende Informationen enthalten:

- wie ein Kunde identifiziert wird (über die Kundennummer oder E-Mail-Adresse)
- ob die Identifizierung von Kunden auf der Homepage des Online-Store erfolgt oder erst bei Abschluß eines Kaufes
- die Länder, in denen Geschäfte abgewickelt werden; Sie können eigene Ländergruppen definieren, z.B. eine Gruppe MYCG mit den Ländern Kanada, USA, Frankreich, Indien, Japan und Venezuela. Wenn ein Kunde des Online-Store seine Adreßdaten eingibt, wird im Länderfeld eine Liste der betreffenden Länder aus der angegebenen Gruppe angezeigt.
- ob SSL (Secure Socket Layer) aktiv ist (d.h. personenbezogene Daten werden aus Gründen der Datensicherheit verschlüsselt)
- ein Frühregistrierungskennzeichen für kundenspezifische Preisangaben. Ist dieses Kennzeichen gesetzt, muß sich der Kunde zuerst anmelden, bevor er sich Ihre Produkte ansehen kann. Das System zeigt dann die speziell für den betreffenden Kunden geltenden Preise und Bonusse an. Dies ist insbesondere in Business-to-Business-Szenarien sehr nützlich, in denen Sie mit bestimmten Kunden besondere Absprachen über Preise und/oder Mengenrabatte treffen.

---

**Auftragsverwaltungsprofil**

## Auftragsverwaltungsprofil

### Struktur

Dem Customizing-Stammsatz für den Online-Store werden Profile für die Angebots- und Auftragssteuerung zugeordnet. Damit wird festgelegt, welche SD-Auftragsart für die Verkaufsvorgänge verwendet wird; welche Zahlungsarten akzeptiert werden (Kreditkarte, Rechnung oder Nachnahme); ob Angebote bereitgestellt werden sollen usw.

Bei Zahlung per Nachnahme muß außerdem die Nummer des Regulierers eingegeben werden, die den Spediteur bezeichnet, der die Lieferung erbringen und die Zahlung von dem Kunden entgegennehmen wird. Weiter Informationen zur Zahlung per Nachnahme finden Sie unter [Nachnahme \[Extern\]](#).

Falls Sie die Zahlung per Kreditkarte wählen, können Sie zur Verifizierung der Zahlung entweder das SSL- oder das SET-Protokoll verwenden. Weitere Informationen über SET finden Sie unter [Sicherheit/Berechtigungen \[Seite 12\]](#).

## Möglichkeiten zur Angabe der URL

### Verwendung

Der Aufruf der Internet-Anwendungskomponente *Produktkatalog* oder *Online-Store* muß über einen der folgenden Services erfolgen:

- WW10 (Produktkatalog)
- WW20 (Online-Store)
- WW30 (Online-Store für Business-to-Business Procurement)

Wird die Internet-Anwendungskomponente nur unter Angabe des Service (<http://...wgate.dll?~service=WW10> bzw. WW20 oder WW30) aufgerufen, erscheint zunächst ein Bildschirmbild mit einer Übersicht über alle Online-Stores im System. Durch Anklicken können Sie einen Online-Store auswählen.

Als bessere Alternative erweist es sich allerdings, in Ihrer Homepage die Anzeige auf einen bestimmten Produktkatalog einzuschränken. Hierzu ergänzen Sie die URL durch Angabe des Produktkatalogs bzw. des Online-Stores. Beispiel:

`http:// ... wgate.dll?~service=WW<xx>&~OkCode=START&OSTORE=<Online-Store>`

wobei <xx> entweder 10 oder 20 und <Online-Store> der Name eines bestimmten Online-Stores ist.

Wenn Sie den Namen des Online-Stores nicht in der URL angeben wollen, können Sie ihn als Parameter des R/3-Benutzers einstellen, mit dem die Anmeldung über den Internet Transaction Server (ITS) erfolgt. Der Name des Parameters ist "ONS". Verwenden Sie in diesem Fall anstatt der angegebenen die folgende URL auf Ihrer Homepage:

`http:// ... wgate.dll?~service=WW<xx>&~OkCode=START`

Die alte Methode (vor Release 4.5A), URLs mit Produktkatalogen anzugeben, wird weiter unterstützt.

In die URL können zusätzliche Parameter einbezogen werden, so daß ein spezifischer Layoutbereich oder sogar ein spezifischer Artikel innerhalb eines Layoutbereichs erscheint:

- Zur Anzeige eines Layoutbereichs:

`http://... wgate.dll?~service=WW<xx>&~OkCode=STARTITEM&OSTORE=<Online-Store>&SELECTED_AREA=<Layoutbereichsnummer>`

- Zur Anzeige eines spezifischen Artikels:

`http://... wgate.dll?~service=WW<xx>&~OkCode=STARTITEM&OSTORE=<Online-Store>&SELECTED_AREA=<Layoutbereichsnummer>&SELECTED_ITEM=<Positionsnummer im Layoutbereich>`

- Zur Angabe der Layoutbereiche, die für einen bestimmten Kunden angezeigt werden sollen (d.h., um bestimmte Layouts entsprechend dem jeweiligen Kundenprofil und den zugehörigen Festlegungen im Klassensystem ein- oder auszublenden), ist die URL wie folgt zu ergänzen (mit vorangestelltem '&', falls noch weitere Parameter angegeben werden):

`CUSTOMER_NO=<Kundennummer>`

Wenn Sie den Online-Store zusammen mit Business-to-Business Procurement verwenden, geben Sie die URL wie folgt an:

**Möglichkeiten zur Angabe der URL**

http://... wgate.dll?~service=WW30&~OkCode=STARTFMM&OSTORE=<Online-Store>&MM\_HOOK\_URL=<URL zurück>

<URL zurück> ist hierbei die URL, die verwendet wird, um zur Anwendung Business-to-Business Procurement zurückzugehen.

## User-Exits und BAPIs

### Verwendung

#### User-Exits

Die folgenden User-Exits stehen zur Verfügung:

- **EXIT\_SAPMWWMJ\_001**

Über diesen Exit können Sie zusätzliche Angaben in die Produktinformationen mit aufnehmen. Mit dem System wird ein Beispielcode ausgeliefert. Dieser Code liest Daten aus dem Klassensystem und übergibt sie an den Internet Transaction Server (ITS). Um festzulegen, wie die zusätzlichen Daten in HTML angezeigt werden, müssen Sie den HTML<sup>Business</sup>-Code entsprechend ändern.
- **EXIT\_SAPMWWMJ\_002**

Über diesen Exit können Sie zusätzliche Daten in die Produktliste aufnehmen. Um festzulegen, wie diese zusätzlichen Daten in HTML angezeigt werden, müssen Sie den Code entsprechend ändern.
- **EXIT\_SAPLWWCC1\_001**

Mit diesem Exit können Sie festlegen, daß dem Kunden beim Anlegen oder Ändern der Kundendaten automatisch eines oder mehrere der folgenden Felder zugeordnet werden:

  - Transportzone, von der aus die Lieferungen erfolgen
  - Abstimmkonto in der Hauptbuchhaltung
  - Zahlungsbedingungsschlüssel
  - Lieferbetrieb
  - Teillieferung auf Positionsebene zugelassen
  - Kreditkontrollbereich
  - Steuerstandortcode

#### BAPIs

Folgende BAPIs werden *sowohl* für den Produktkatalog *als auch* für den Online-Store verwendet:

- ProductCatalog.GetList
- ProductCatalog.GetVariants
- ProductCatalog.GetLayout
- ProductCatalog.GetItems
- ProductCatalog.GetItem
- ProductCatalog.GetPrices
- ProductCatalog.GetLayoutDescription
- ProductCatalog.GetLayoutDocuments

**User-Exits und BAPIs**

- Material.GetCharacteristicsClassType26
- Material.GetComponents

Neben den oben aufgeführten BAPIs nutzt der *Online-Store* noch die folgenden BAPIs:

- ProductCatalog.GetDetail
- Customer.CheckPassword
- Customer.ChangePassword
- Customer.InitPassword
- Customer.CreatePassword
- Customer.CreateFromData1
- Customer.Search1
- Customer.GetDetail1
- Customer.ChangeFromData1
- SalesOrder.Simulate
- SalesOrder.CreateFromDat1
- SalesOrder.CreateFromDat2
- PaymentCardServices.Check
- PaymentCardServices.Checknumber
- SalesOrder.Simulate

## Praktischer Einsatz (LO-MD-AM Produktkatalog)

### Einsatzmöglichkeiten

Dieser Prozeß soll veranschaulichen, wie Internet-Produktkataloge und Online-Stores angelegt und genutzt werden.

### Ablauf

1. Mit Hilfe der R/3-Komponente *Produktkatalog* bestimmen Sie, welche Ware Sie in den Katalog aufnehmen und mit welchen Multimedia-Objekten (Bild- oder Tonmaterial) verknüpfen möchten.
2. Sie bieten Ihren Kunden den Produktkatalog im Internet an. Ihre Kunden können sich nun Informationen zu Produkten anzeigen lassen.  
  
Der Prozeß für einen Online-Store ist derselbe wie für einen Produktkatalog, mit Ausnahme folgender Punkte:
3. Kunden können den gewünschten Artikel in einen Einkaufskorb übernehmen.
4. Wenn Kunden den Online-Store erstmalig aufsuchen, sind sie dem System noch nicht bekannt. Kunden können dann in einem Registrierungsverfahren ihre Daten aufnehmen lassen, so daß das System den Kundenstammsatz anlegen und ein Initialkennwort vergeben kann. (Weitere Informationen finden Sie im folgenden unter "Anlegen von Kundendaten".)
5. Kunden können sich gemäß ihren individuellen Konditionen ein Angebot erstellen lassen, das den Gesamtpreis der Ware, die sie kaufen möchten, aufzeigt.
6. Akzeptiert der Kunde das Angebot, wird daraufhin im R/3-System ein Kundenauftrag angelegt, der dort sofort weiterbearbeitet werden kann.
7. Der Kunde hat die Wahl zwischen den folgenden Zahlungsweisen: per Rechnung, per Kreditkarte oder per Nachnahme. Rechnungen werden im R/3-System als normale Fakturabelege geführt. Entscheidet sich der Kunde für die Zahlung per Kreditkarte, werden die Kreditkartendaten geprüft. Bei Bestätigung der Gültigkeit der Daten kann die Bearbeitung fortgesetzt werden.

### Anlegen von Kundendaten

Neue Kunden müssen ein Online-Formular ausfüllen. Unmittelbar danach erfolgt die Vergabe einer Kundennummer und eines Initialkennworts. Buchungskreis, Verkaufsorganisation, Sparte und sonstige Daten werden aus einem Vorlage-Kundenstammsatz übernommen, der im R/3-System enthalten ist, so daß bei Erstanmeldung eines Kunden der Kundenstammsatz größtenteils automatisch gefüllt wird. Im wesentlichen geben die Kunden ihre Adresse und Zahlungsdaten ein. Kennwort und Anschriftsdaten können sie jederzeit ändern.

Das Anlegen der Kundenstammsätze erfolgt im Echtzeitmodus, so daß die Kunden sofort bestellen können.

---

**Fehlerbehandlung im Workflow**

## Fehlerbehandlung im Workflow

### Verwendung

Wenn ein Verkaufsvorgang im Online-Store nicht vollständig ausgeführt werden kann, gibt das System eine Fehlermeldung im Web-Browser aus. Über den Workflow wird dann automatisch ein Workitem erstellt und dieses zur Bearbeitung an den für die Datenpflege des Online-Store zuständigen Sachbearbeiter weitergeleitet.

Weitere Informationen zur Fehlerbehandlung im Workflow des Online-Store finden Sie unter [Workflow-Muster Fehler in Kundenauftrag Internet beheben \(SD-SLS\) \[Extern\]](#).

### Integration

Mit der Standard-Nachrichtenabwicklung im Customizing des R/3-Systems (*Werkzeuge Unternehm.-IMG → Anwendungsübergreifende Komponenten → Allgemeine Anwendungsfunktionen → Nachrichtensteuerung*) und der speziellen Nachrichtenart 5 für das externe Senden von Nachrichten (*Vertrieb → Grundfunktionen → Nachrichtensteuerung → Nachrichtenfindung → Nachrichtenfindung über Konditionstechnik → Nachrichtenfindung für Kontakte pflegen → Nachrichten den Partnerrollen zuordnen*) können Sie festlegen, ob Kunden automatisch eine Bestellbestätigung des Internet-Kundenauftrags per E-Mail erhalten sollen. In diesem Fall können Sie bereits vorliegende Druckprogramme für die Bestellbestätigung des Kundenauftrags verwenden.