

CRM-Einführung - Von der Strategie zur Umsetzung

VDMA

Frankfurt

15. Mai 2008



Prof. Dr. Herrad Schmidt

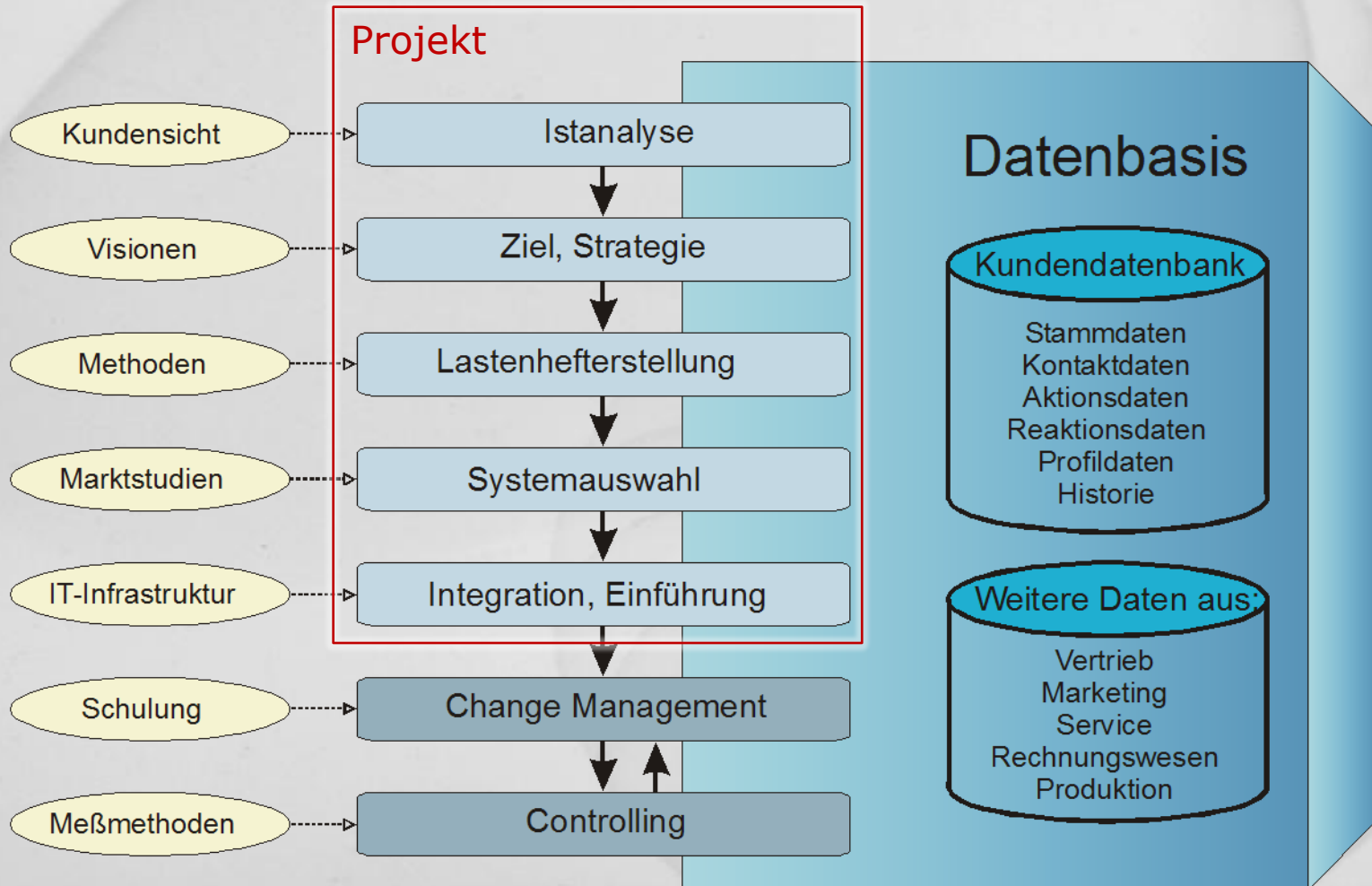
Universität Siegen

Institut für Wirtschaftsinformatik

Schmidt@fb5.uni-siegen.de

www.uni-siegen.de/fb5/wirtschafts_informatik

CRM-Einführung und Implementierung



Praxisbezug



EJOT Gruppe, Bad Berleburg-Berghausen

Verbindungstechnik, Kunststofftechnik, Baubefestigungen

CRM-System: Selligent X@



AUBEMA Crushing Technology GmbH, Bergneustadt

Zerkleinerungstechnik: Konstruktion und Bau von Hammermühlen, Walzenbrechern, etc.

CRM-System: VIS von proALPHA



Steuber Elektrotechnik GmbH, Siegen

Dienstleistungen: Elektro-Installation, Alarmsysteme, Pumpen und Motoren

CRM-System: Sage ACT!



Isabellenhütte Heusler GmbH & Co. KG, Dillenburg

Legierungen, Präzisions- und Leistungswiderstände, ISA-ASIC für Batteriemangement

CRM-System: CAS genesisWorld

Vortrag von Patrick **Hofmann**, Key Account Manager



Auswertung der gemeinsam mit dem VDI durchgeführten Umfrage zum Angebotsmanagement

Ziele und Strategie (1)

- Einheitliches CRM-System für alle nationalen und internationalen Unternehmen der EJOT-Gruppe
- Abbildung der weltweiten Verflechtungen der Key Customer
- Zusammenfassung von Informationen über Projekte der OEM
- Umfassende Informationen über den Kunden durch die Kundenakte und Integration der E-Mails und Dokumente
- Aufgabendelegation und -verfolgung
- Aufbau einer Wissensbasis mittels Kundeninfos und Besuchsberichten
- Integration des Außendienstes

EJOT Qualität
verbindet®

Zielsetzung abgeleitet aus den Risiken der Arbeitsweise ohne CRM:

- keine effiziente Terminplanung
- zeitaufwendige Besprechungsorganisation
- Aufgaben geraten in Vergessenheit, Deadlines verstreichen
- mangelnde Transparenz über Aufgabenvolumen
- Dokumentenempfänger archiviert in persönlicher Ablage
- Ablage an verschiedenen Orten und nicht für alle im Zugriff
- schwache Motivation wegen umständlicher Arbeitsweise



Ziele und Strategie (2)

- Bündelung der Kontaktdaten
- Management von Vertriebsprojekten
- Kundenbewertung
- Verringerung der Suchzeiten nach Informationen über den Kunden
- Transparenz



Aus Sicht des Vertriebsingenieurs (beim Angebotsmanagement):

- Schnellere Reaktionszeiten auf Anfragen
- Steigende Auftragswahrscheinlichkeit, mehr gute Anfragen, höherer Angebotserfolg
- Zeitvorteile
- Möglichkeiten des Cross-Selling
- Kundenüberblick, -bewertung und -analyse
- verbessertes Beziehungsmanagement
- Höhere Informationsqualität, lückenlose Dokumentation, lost-Order-Analyse, mehr Transparenz, verbesserte Hintergrundinformationen
- one-face-to-the-customer



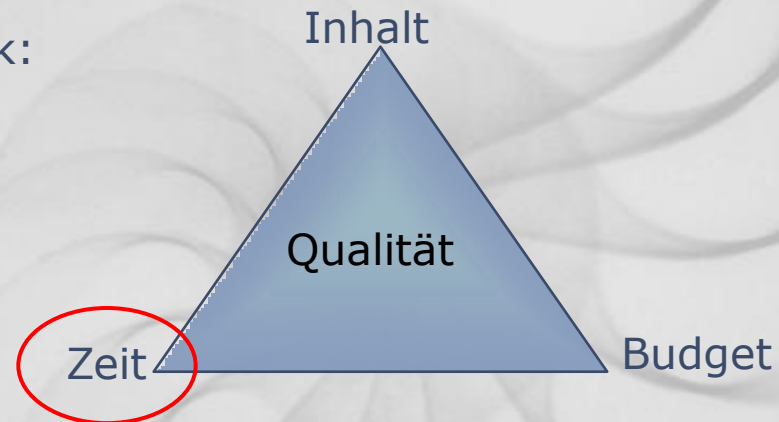
Das Projekt

Vier Grundsätze guten Projektmanagements:

- *Wählen Sie die richtigen Leute aus!*
- *Betruen Sie die richtigen Mitarbeiter mit den richtigen Aufgaben!*
- *Motivieren Sie die Mitarbeiter!*
- *Helfen Sie den Teams durchzustarten und abzuheben!*
(„Der Termin“, Tom DeMarco)

- Professionelles Projektmanagement

- Magisches Dreieck:



- Koordination mit anderen Projekten

Erwartung und Wirklichkeit

- Anforderungen: Die Büchse der Pandora
„aber ganz einfach zu bedienen und flexibel muß es sein ...“
- Vorstellungen, z.B.: Was ist für Sie ein „Vertriebsprojekt“?



The screenshot shows a CRM software window titled "Vertriebsprojekt". It has several tabs: *Allgemein, *Kontakte, *Dokumente, *Berichte, *Angebote, *Qualifizierung, and *Notizen. The main area contains the following fields:

- Projekt-Nr.: EW04148001
- Projekt Bezeichnung: Grossauftrag Neukunde
- Vorgänger: EW04130001 (Tshibo Neukundengewinnung)
- Projekt bei Firma: Tschibo GmbH
- Kundenbetreuer: Workshop, Eddy
- Angebot vom: 09.05.2004
- Projekt-Volumen: 8.000
- Projektstatus: Closed
- Gesamtaufwand: 1.500
- Vertriebskanal: Direktvertrieb
- Wahrscheinlichkeit: 90 %

At the bottom, there is a table with the following data:

Projekt-Nr.	Bezeichnung	Angebot vom	
EW04148001	Grossauftrag Neukunde	09.05.2004	
EW04130001	Tshibo Neukundengewinnung	09.05.2004	

Dieses?

Quelle:

http://www.solution-research.com/Produkte/CRM_Software/CRM_Software_Kundenagent_Geschaeftsmodule.html

Projektordner

Stichwort **Projekt Schmieranlagen für Maier**

Kunde... Becker, Günther (Maier Schmiertechnik GmbH)

Kfm. Bearb... Bormann, Rainer

Nummer P-06.002494

Vertriebspartner... Construct-Consult (München)

Status... Stadium Auftrag

Techn. Bearb... Friese, Peter

Vertrieb Verträge Kontakte Aktivitäten Dokumente

Phasen auswählen...

Ansicht Alle Eigentümer Alle

Phase	Stichwort	Version	Kunde	Status	Angebotsde
Angebot	Angebot KF-01 sowie Sonderzubehör für Maier	0	Maier Schmiertechnik Vertriebsabteilung (München)	Angebot vom Kunden zurückgestellt	12.08.2007
Angebot	Angebot Schmieranlage Metallbau MAX/40	0	Maier Schmiertechnik GmbH	Angebot gewonnen und zum Auftrag qualifiziert	13.06.2007
Angebot	Angebot über 4 Zentral-Schmieranlagen MAX/20	0	Maier Schmiertechnik GmbH	Abgelegt; auf neue Version kopiert	12.08.2007
Angebot	Angebot über 4 Zentral-Schmieranlagen MAX/20	1	Maier Schmiertechnik GmbH	Angebot verloren	12.08.2007
Auftrag	Auftrag Schmieranlagen Typ MED/10, MAX/40	0	Maier Schmiertechnik GmbH	Auftrag in Bearbeitung	13.03.2007
Geschäftschance	Anfrage KF-01 sowie Sonderzubehör für Maier	0	Maier Schmiertechnik Vertriebsabteilung (München)	zum Angebot qualifiziert	12.08.2007

... oder dieses?

Quelle: PiSA sales GmbH

Allgemein Zusatzdaten Übersicht

Vom Wunsch zur Funktionalität

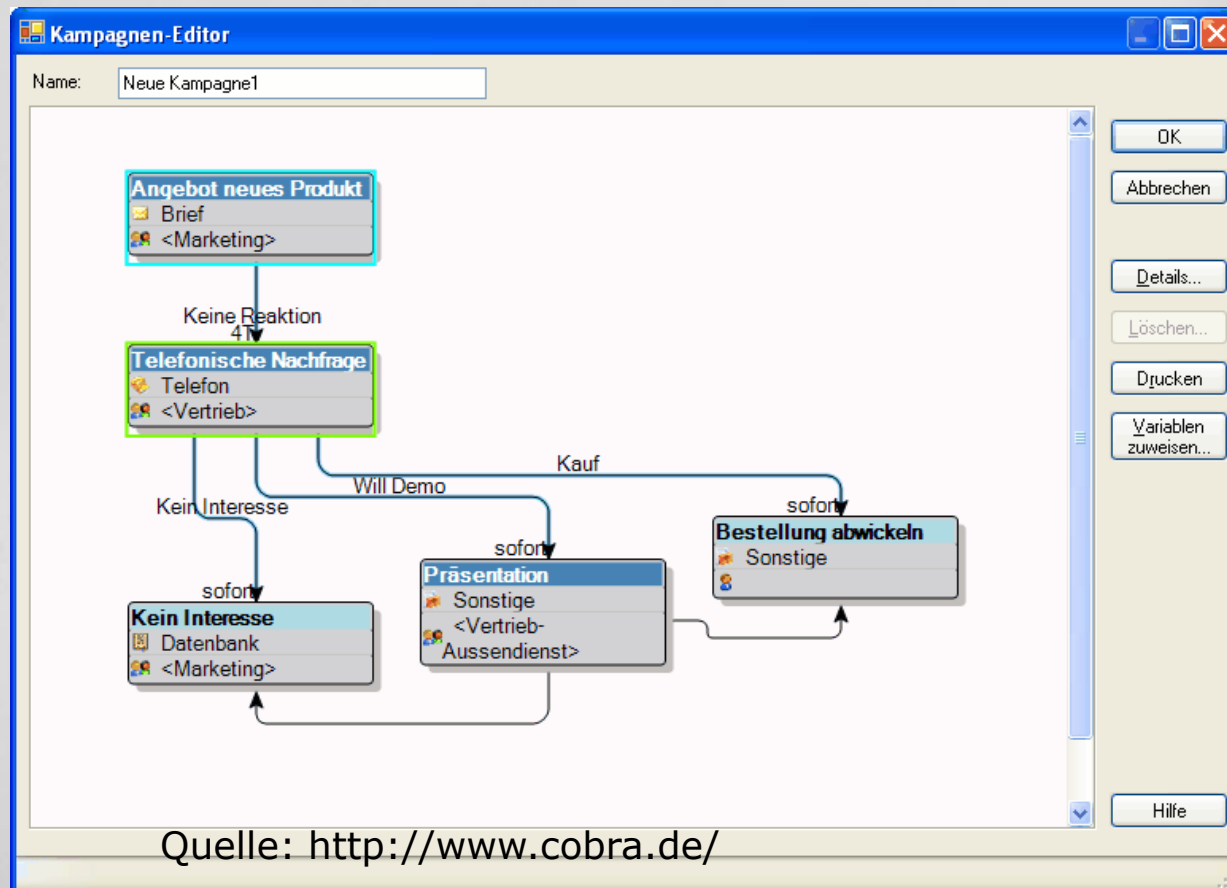
Ein Beispiel (vereinfacht):



<i>Wunsch des Außendienstmitarbeiters:</i>	<i>Geforderte Funktionalität:</i>
<p>Unterstützung beim Besuchsbericht: Nach einem Kundenbesuch wird ein Besuchsbericht geschrieben. Er wird Teil der Wissensbasis des Unternehmens. Durch den Besuch entstehen Aufgaben für den Innendienst. Diese müssen nachgehalten werden.</p>	<p>Der Besuchsbericht ist in strukturierter Form beim Kunden anzulegen und mit Ansprechpartnern zu verknüpfen. Mit der Erstellung des Besuchsberichts müssen eine Reihe von Attributwerten eingegeben werden, die aus Drop-Down-Listen ausgewählt werden können. Durch diese Attributierungen werden Auswertungen ermöglicht. Aus dem Wert der Attribute werden Workflows generiert: Es werden automatisch Aufgaben erzeugt und an Mitarbeiter des Innendienstes weitergeleitet. Der Zustand der Aufgaben ist zu überwachen (Ampelsystem).</p>

Kundenprozesse – welche Unterstützung?

- Ein CRM-System ist ein Tool und keine Prozessabwicklungsmaschine!
- Welches System (CRM, ERP, DMS, ECM, ...) macht was?
- Prozesse müssen mit Hilfe des Tools im Team definiert werden!
- Sind Workflow-Tools sinnvoll?



Die Integrationspolitik

- Paketlösung oder „best of bread“?

CRM-Modul des ERP-Systems



A·U·B·E·M·A
CRACKING THE HARDEST NUTS

STEUBER
ELEKTRO-TECHNIK

„Best-of-Bread“-Lösung



EJOT Qualität
verbindet®

- Schnittstellen:
ERP, DMS, Kalkulationsprogramm, Angebotskonfigurator,
E-Mail-System, E-Commerce, Data Warehouse, ...
- Integration der Abteilungen Marketing, Vertrieb, Service, ...
- Integration von Innen- und Außendienst

Drum prüfe, wer sich ewig bindet ...

- ob sich der Kunde zum Systemhaus findet!
- Die Präsentation: Komödie oder Trauerspiel?
- Hinter den Kulissen: Besuch beim Referenzkunden
- on-demand versus on-premise
- Wirtschaftlichkeitsberechnungen: Kosten und Nutzen



Beispiel Isabellenhütte:

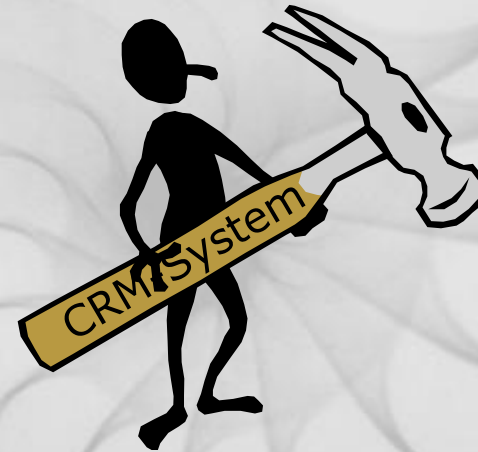
Bei 50 Anwendern wird eine Zeitersparnis von 15 Stunden pro Tag erreicht

ROI innerhalb eines Jahres

- Vertragsverhandlungen

Die Einschwörung

- Customizing und Schulung
- Datenmigration, -pflege und -verwendung
- Umsetzung neuer Prozesse
- Das Ende der Geheimhaltung
- Was merkt der Kunde?
- Der Erfolg hat viele Väter!
- Controlling



**Der Nutzen eines CRM-Systems
wird durch den Menschen
generiert, nicht durch die Technik!**

"Wenn Du ein Schiff bauen willst, dann trommle nicht Männer zusammen, um Holz zu beschaffen, Aufgaben zu vergeben und die Arbeit einzuteilen, sondern lehre die Männer die Sehnsucht nach dem weiten endlosen Meer."

Antoine de Saint-Exupéry

"Wenn Du Kundenloyalität erreichen willst, dann installiere nicht eine Software, um Mitarbeiter mit zahlreichen Dateneingaben zu plagen, sondern lehre die Männer und Frauen die Sehnsucht nach dem glücklichen Kunden."

HS in Anlehnung an Saint-Exupéry

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

