

Beziehungsoptimierung zwischen Vertrieb und Service

ein Projektbericht

VDMA-Ausschuss Marketing
23. November 2005

Prof. Dr. Herrad Schmidt

Universität Siegen

Institut für Wirtschaftsinformatik

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Schmidt@fb5.uni-siegen.de

<http://www-wirtschaftsinformatik.fb5.uni-siegen.de/winfo/>

Das Projekt bei der







GRÄBENER Pressensysteme GmbH & Co. KG



Unternehmensprofil

- GRÄBENER Pressensysteme GmbH & Co. KG
- Firmensitz ca. 80 km nördlich von Frankfurt
- gegründet im Jahre 1922
- seit 1989 Tochtergesellschaft der Schuler AG/Göppingen
- spezialisiert auf die Herstellung von Pressensystemen für die Metallumformung

GRÄBENER Unternehmensdaten

	Mitarbeiter:	145
	Umsatz:	30,0 Mio. €
	pro Mitarbeiter(in):	207 T€
	Gesamtfläche Standort:	48.665 m ²
	Fläche Produktion:	5.700 m ²
	Fläche Verwaltung:	2.100 m ²

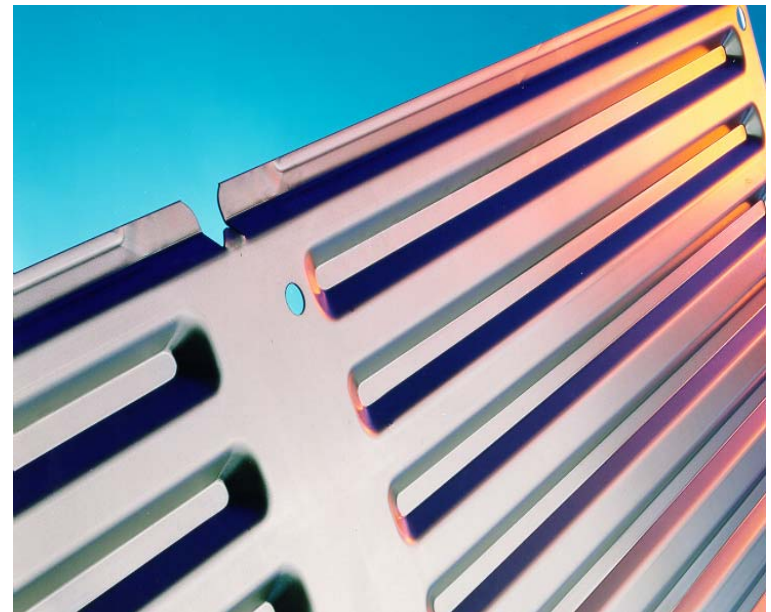
Schuler ProfiLine Pressensystem TMK mit modifiziertem Kniehebelantrieb



Heizkörperprägepresse PMK 1500



Heizkörperplatte



Fließpresse MMK 1000



diverse Fließpressteile



Sintermetall-Kalibrierpresse FMK 250



kalibrierte Sinterteile



Ziele des Projekts

- Geschäftserweiterung und Ertragserhöhung im und durch den Service
- Verbesserung der Kommunikation, Abstimmung und Zusammenarbeit zwischen Service und Vertrieb
- Optimierung innerbetrieblicher Geschäftsprozesse
- Verbesserung der Kostenkontrolle
- Steuerung durch Kennzahlen

Ausgangssituation

- Kommunikation und Abstimmung: geprägt durch Gruppenarbeit ohne Regelung der Kommunikation eher zufälliger Informationsaustausch
- Im Vertrieb: halbherzige Nutzung des CRM-Systems WinCard vorwiegend zur Angebotserstellung mit eigenem Kundenstamm
- Im Service: Excel-Word-Lösung
Großteil der Daten über alte Maschinen nicht maschinell erfaßt
keine zentrale Datenhaltung des Maschinenbestands
keine Maschinen- und Servicehistorie



Anforderungen an die Lösung

- Einführung von WinCard im Service
- Aufbau definierter Informationsflüsse zwischen Service und Vertrieb
- Erstellung einer Maschinen- und Servicehistorie
- Lösungsentwicklung mit Akzeptanz
- Aufwandsminimierung und kurze Umsetzungszeit
- Kennzahlenerstellung

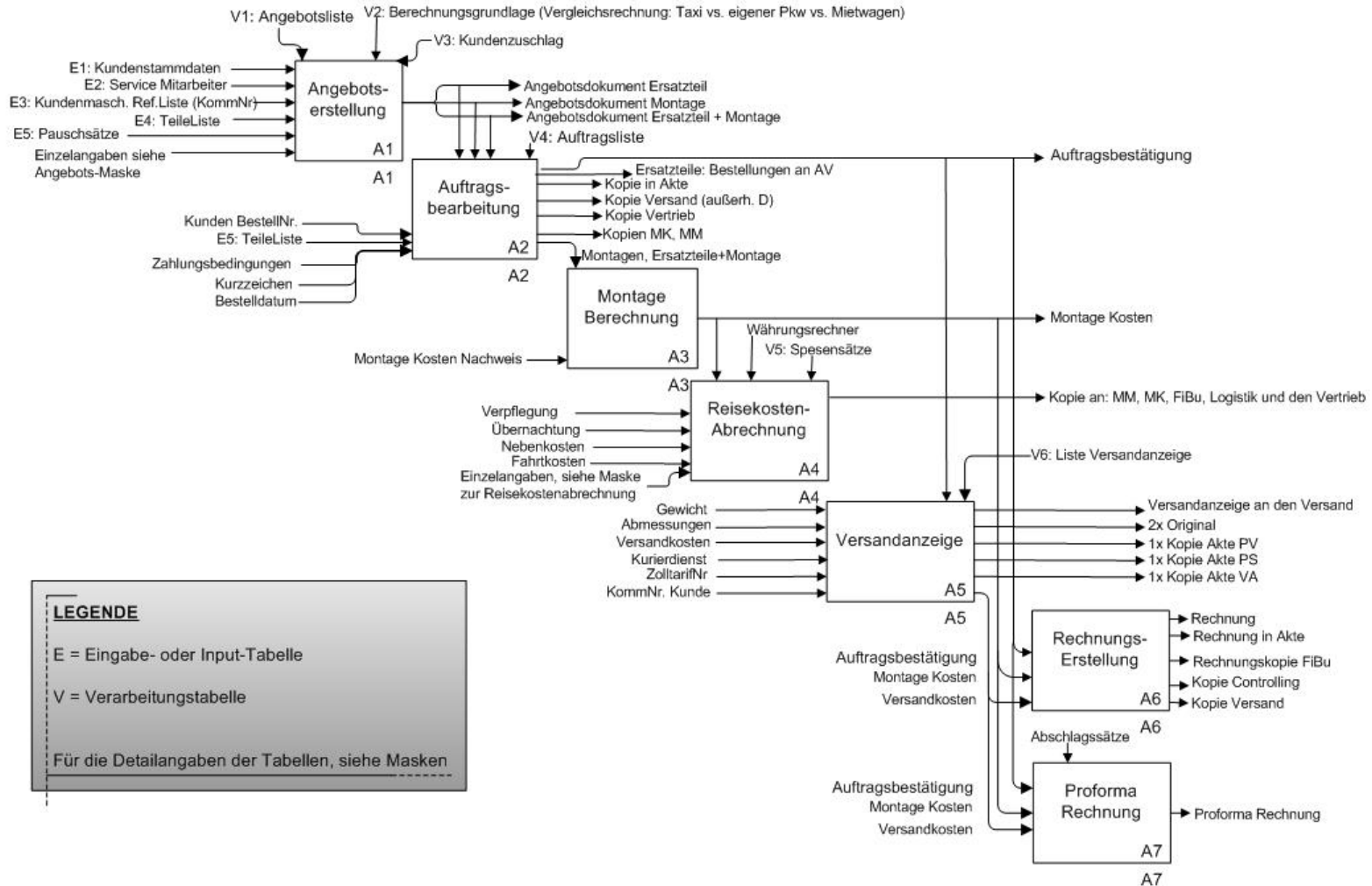
Erste Maßnahmen

- Vorgespräche der GL mit Mitarbeitern aus dem Service
- Entwicklung von Masken für den Service aufgesetzt auf WinCard
- Einbeziehung der Universität Siegen
- Gemeinsamer Workshop
- Analyse der Geschäftsprozesse im Service

Analyse

IDEF0: A0-Serviceabteilung bei Gräbener Pressensysteme

Dienstag, 19. Juli 2005



LEGENDE

E = Eingabe- oder Input-Tabelle

V = Verarbeitungstabelle

Für die Detailangaben der Tabellen, siehe Masken

Erste Erkenntnisse

- Akzeptanzprobleme
- Hoher Programmieraufwand
- Gute Abdeckung durch die Excel-Insellösung aber mit eigener Datenhaltung und als Einzelplatzlösung
- Terminschwierigkeiten
- Offenheit für alternative Lösungsvorschläge

Software-Lösung

Stammdatenverwaltung

Nummernverwaltung

Erfassung der Angebote und
Aufträge

Auswertungen

Weiterverarbeitung der
Eingaben

Gestaltung und Ausgabe der
Dokumente

Erfassung der Daten für
Montage- und Reisekosten

Abrechnungen



Datenaustausch



Aufgaben

- Programmierung der Erfassungsmasken und der Datenübergabe

Angebot

Beschreibung	Testangebot Doctopus	Maschinentyp	Testpresse	Bemerkung			
Unternehmen	TB Wettenberg	SerienNr	12345				
Ansprechpartner	Giß Michael	KommNr	67890				
Angebots-Nr	1	Status	00	Lieferzeit (KW)	38	Mont.-Beginn (KW)	39
Angeb.-Datum	23.09.2005	Anfr.-Datum	22.09.2005	Ku.-Zuschl. %	50,00	einm. Ab/Zuschl. %	10,00
Bearbeiter	Mustermann	Flugkosten €	100,00	Vers.-Kosten €	20,00		
Sprache	Deutsch	Berech. USt	Deutschland	Vertr.-Prov. %	5,00	Angebotswert	

Angebot Teile

Menge	Einheit	Bezeichnung	IdentNr	ZeichnungsNr	Listenpreis	Rabatt %	Gesamtpreis	Lieferzeit	Gewicht
5	Stck	Testteil 01	123	456	5,00	10,00	22,50	2	2

Bemerkung
Bemerkung 1

Position	Menge	Men	Bezeichnung	IdentNr	ZeichnungsNr	Listenpreis	Rabatt	Gesamtpreis	Lieferzeit	Gewicht
1	5	Stck	Testteil 01	123	456	5,00	10,00	22,50	2	2
2	10	Stck	Testteil 02	147	258	15,00	5,00	142,50	2	10

Angebot Montage

Qualifikation

Monteur

Anzahl

3

	beim Kunde	bei GPS
Std/Tag	8,00	8,00
Tage	2,00	3,00
Std Samstag	5,00	4,00
Std Sonntag	5,00	4,00

Zusatzperson:

Qualifikation

Techniker

Anzahl

1

	beim Kunde	bei GPS
Std/Tag		8,00
Tage		1,00
Std Samstag		4,00
Std Sonntag		4,00

Aufgaben

- Exakte Schnittstellenbeschreibung
Ausschnitt:

Tabellenspalte	Quelle	Feldeigenschaft	Feldtyp	Export in Excel
PositionsNr	vom System	kann	numerischer Wert	Bereich ab A1041 abwärts
Menge	manuelle Eingabe	muss	numerischer Wert	Bereich ab B1041 abwärts
Mengeneinheit	manuelle Eingabe	kann	Text/String	Bereich ab C1041 abwärts
Bezeichnung	Teilleiste	muss	Text/String	Bereich ab D1041 abwärts

- Anpassung der Excel-Lösung
- Tests
- Nacherfassung der Altdaten

Vor- und Nachteile der Software-Lösung

- + Hohe Akzeptanz
- + Beziehungsoptimierung durch WinCard-Teil
- + Integration der Daten und Prozesse
- + Rasche Umsetzung
- + Hohe Flexibilität im Excel-Teil
- + Geringer Programmieraufwand
- + Verantwortlicher im Hause
- + Geringes Risiko

- Keine System- sondern Datenintegration
- Keine „Ideallösung“
- Relativ hoher Abstimmungsbedarf an der Schnittstelle

Vertrieb und Service Hand in Hand



- Nutzung einheitlicher Daten
- Regelungen zur Kommunikation zwischen Service und Vertrieb
- Rückmeldungen über Kundeninformationen
- Beziehungsoptimierung durch Integration der Kundenaktivitäten und Abstimmung
- Konzeptionelles Verkaufen durch Zusammenarbeit in der Verkaufsphase
- Entwicklung von „Rundum-Sorglos-Paketen“
- Gemeinsame Erarbeitung von Servicestandards

Serviceorientierung des Vertriebs



- After Sales Service ist Teil des Produkts
- Lösungsangebot für die Nutzungsdauer der Maschine
- Aufbau von Kundenloyalität durch Nachbetreuung
- Durchsicht der Servicehistorie vor Neuverhandlung
- Meldung der Abschlüsse an den Service
- Maßnahmen zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit
- Berücksichtigung der persönlichen Bedürfnisse des Ansprechpartners

Vertriebsorientierung des Service



- Mentaler Wandel vom reinen Techniker zum Verkäufer der Serviceleistung
- Prüfung der Angebote aus der Sicht des Service
- Betreuung im Rahmen des After Sales Service
- Rückmeldung der Erkenntnisse des Service an den Vertrieb
- Dokumentation der Serviceleistungen
- Verbesserung des aktiven Inspektions- und Wartungsverkaufs
- Beschleunigung des reaktiven Service
- Verwertung des Wissens um die Kundenbedürfnisse
- Eigeninitiative zur Verbesserung der Dienstleistung für den Kunden

Schlußfolgerungen

- Der Service ist bei den CRM-Aktivitäten frühzeitig einzubeziehen!
- keep it simple!
- Integration muß sein, aber nicht zwingend in einem System!
- Die Einführung des neuen IT-Systems muß durch neue Strategien im Vertrieb und Service begleitet werden!
- Organisatorische Regelungen sind einzuführen!
- Die Erfolgsmessung sichert den langfristigen Erfolg!
- Die Mitarbeiter sind auf das gemeinsame Ziel einzuschwören!



"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 Exupéry

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!