



Erfahrungsbericht ITML > CRM

melvo pflegt Kundenbeziehungen mit ITML > CRM: Die Vertriebsprozesse frisch aufpoliert

Schuhfachhändler in Deutschland wie auch im europäischen Ausland schätzen die hochwertigen Schuh- und Lederpflegeprodukte der melvo GmbH. Im Inland vertreibt der Mittelständler seine Produkte über ein Netz von Außendienstmitarbeitern, im Auslandsgeschäft über Großhändler. Für durchgängige, transparente sowie effiziente Vertriebsprozesse sorgt seit kurzem die in SAP R/3 integrierte Add-On-Lösung ITML > CRM. Insbesondere der Außendienst kann Kundenbesuche nun weitgehend IT-gestützt sowie standardisiert planen - und ist so den entscheidenden Schritt voraus.

Die neuen und sündhaft teuren Lederschuhe haben vom Regen hässliche Wasserränder? Die Winterstiefel werden schon nach dem ersten Schneefall innen nass? Dann fehlt es meist an der richtigen Schuhpflege und den richtigen Schuhpflegemitteln. Viele Schuhfachhändler bieten ihren Kunden deshalb Produkte der melvo GmbH an. Das Unternehmen produziert ein breites Spektrum an erstklassigen Pflegemitteln, von hochwertigen Imprägniersprays mit Pumpmechanismus bis hin zu Spezialmitteln für die Beseitigung von Schnee- und Salzrändern, und vertreibt diese unter den Marken Salamander, WOLY und Coxy. Nach dem Motto „Alles rund um den Schuh“ bietet der Mittelständler darüber hinaus ein umfangreiches Sortiment an Einlegesohlen, Schuhspannern und Schnürsenkeln an.

Bis zu 40 Kundenbesuche pro Woche

Seine Produkte vertreibt melvo in Deutschland fast ausschließlich direkt an den Schuhfachhandel, im Ausland über Großhändler. Beim Vertrieb an die Schuhfachgeschäfte in Deutschland spielt der Vertriebsaußendienst eine wichtige Rolle. Insgesamt 13 Außendienstmitarbeiter betreuen Kunden sowie Interessenten, wobei jedem Außendienstmitarbeiter eine bestimmte Anzahl an Schuhfachgeschäften zugeordnet ist, die er regelmäßig aufsucht. Die Planung der Kundenbesuche sowie der dazugehörigen Touren erfolgt auf Wochenbasis, dabei werden die Besuche den Kunden vorab angekündigt. Auf diese Weise absolviert jeder Verkaufsmitarbeiter bis zu 40 Kundenbesuche pro Woche.

Bis vor kurzem planten Vertriebsmitarbeiter die Besuche manuell und zeitaufwändig mit Lotus Notes und Excel-Tabellen sowie teilweise papierbasiert mit Karteikarten. Ebenso wurden die Besuchsberichte nach einem Kundenbesuch individuell angefertigt und in unterschiedlichen Ablagesystemen gespeichert. Dadurch war der Abstimmungsaufwand mit dem Vertriebsinnendienst sehr hoch, denn es fehlte ein zentraler und einheitlicher Blick auf die Kundenaktivitäten. Auch im Exportgeschäft waren Pflege und Ausbau von Kundenbeziehungen mit einem hohen Aufwand verbunden.

Vertriebsprozesse optimieren

Aufgrund dieser Situation bestand Handlungsbedarf. Es fehlte eine CRM-Software, um Vertriebsprozesse, insbesondere im Außendienst, IT-gestützt und damit optimiert abzuwickeln. In dieser Lage beschloss die Geschäftsleitung von melvo, ITML > CRM einzuführen.

TOP-FACTs ITML > CRM

SOA-basierte CRM-Lösung für Marketing, Vertrieb & Service:

- > 100% basierend auf SAP R/3 und SAP ERP
- > Keine Middleware und Schnittstellen notwendig
- > Schnelle Einführung (auch für den Mittelstand geeignet)
- > Einfach bedienbare Benutzeroberfläche

Referenzen ITML > CRM

- > Wetzel GmbH (Druckwalzen)
- > Baier & Schneider/BRUNNEN (Papier, Büro, Schreibwaren)
- > Bruker AXS GmbH (Hightech, Maschinenbau)
- > Günther+Schramm GmbH (Metallhandel)
- > Jauch Quartz GmbH (technischer Handel)
- > Amsonic AG (Maschinen- & Anlagenbau)
- > AL-KO Kober AG (Anlagenbau, Handel)
- > MSC Vertriebs GmbH (Hightech, Handel)
- > CTDI Nethouse Services GmbH (Telekommunikation)
- > melvo GmbH (Konsumgüter)
- > J. Eberspächer GmbH & Co. KG (Automotive)

„Die CRM-Software der ITML GmbH passte einfach am besten zu unseren Anforderungen“, begründet Jürgen Messmer, IT-Leiter bei der melvo GmbH, die Wahl. „Überzeugt haben uns zudem die nachgewiesene Branchen- und Prozesskompetenz der ITML-Berater.“

Ein weiterer Vorzug der Add-On-Lösung liegt darin, dass sie vollständig in die zentrale SAP-R/3-Software von melvo, derzeit SAP R/3 Enterprise, integrierbar ist und mit den dort hinterlegten Kundenstammdaten arbeiten kann. Das spart Zeit und Kosten, denn der Aufbau einer separaten Kundendatenbank sowie die Anschaffung zusätzlicher Hardware entfallen damit.

Einheitliche Sicht auf alle Kunden

In partnerschaftlicher Zusammenarbeit und unter Einsatz bewährter Methoden gelang es den Projektpartnern, **ITML > CRM** innerhalb von weniger als sechs Monaten zu implementieren. Die CRM-Software ging Anfang März 2007 in den Echtbetrieb. Seitdem hat sich für Vertriebsmitarbeiter sowie Vertriebsleitung vieles verbessert, denn bislang manuelle und papiergebundene Prozesse wurden abgelöst.

Alle kundenbezogenen Aktivitäten wie Anrufe, Termine, Aufgaben und Besuchsberichte - pro Monat sind das zwischen 1.700 und 2.000 - werden jetzt auf Basis konsolidierter Kundenstammdaten und auf einer einheitlichen Benutzeroberfläche zentral erfasst, verwaltet sowie verteilt. „Das sorgt für standardisierte und transparente Informationsflüsse sowie Arbeitsprozesse im Vertrieb und schafft eine einheitliche Sicht auf unsere Aktivitäten zu Interessenten und Kunden“, hebt IT-Leiter Jürgen Messmer hervor.

Besuchstouren automatisiert planen

Insbesondere für die Außendienstmitarbeiter hat sich vieles verbessert und vereinfacht, denn diese planen ihre Touren zu Kunden heute schneller und effizienter. Die CRM-Software errechnet aufgrund des letzten Kundenbesuchs sowie auf Basis der bisherigen Besuchsrhythmen automatisch, welche Kunden beziehungsweise Interessenten ein Außendienstmitarbeiter bei der nächsten Tour anfahren soll. Die Besuche kann er per Fax oder in Form einer Postkarte direkt aus **ITML > CRM** heraus ankündigen, denn die Lösung unterstützt auch den Druck von Avis-Schreiben. Anschließend druckt der Außendienstmitarbeiter den Tourenplan aus und lädt die in der CRM-Anwendung geplanten Besuche in ein eigens von ITML entwickeltes Offline-Tool auf Basis von Microsoft-Excel auf seinen Laptop. Dessen einfache und komfortable Bedienung unterstützt den Außendienstmitarbeiter ideal, um nach einem Termin beim Kunden seine Besuchsberichte schnell und strukturiert zu erfassen sowie nachzubereiten. In die Excel-Liste trägt er beispielsweise Bestellinformationen, besuchsindividuelle Texte und den Umsatzerfolg ein. Sobald die Wochentour abgeschlossen und der Außendienstmitarbeiter zurückgekehrt ist, überspielt er die Daten aus der Excel-Datei in die CRM-Lösung, wo diese weiterverarbeitet werden.

Klare Sicht auf CRM-Aktivitäten

Dadurch haben auch die Verkaufsmitarbeiter im Innendienst sowie die Vertriebsleitung jederzeit eine klare Sicht auf alle CRM-Aktivitäten. Dabei zeigt die Software an, um welche Art von Aktivität es sich handelt, also zum Beispiel Telefonat oder Besuch. Mit wenigen Mausclicks erhält der Vertrieb zudem weitere wichtige Informationen, etwa ob ein Kunde abgewandert ist - und wenn ja, zu welchem Wettbewerber -, ob ein Kunde sein Geschäft aufgegeben hat oder ein Liefervertrag ausläuft und neu verhandelt werden muss. „Auf diese Weise bleibt dem Vertrieb mehr Zeit, sich um seine Kernaufgaben zu kümmern - und das ist der Verkauf hochwertiger Schuhpflegeprodukte“, stellt Andreas Kolleck, Verkaufsleiter bei der melvo GmbH, den Nutzen heraus.

Kontakthistorie per Knopfdruck überblicken

Darüber hinaus werden nun Anfragen von Interessenten oder Kunden sofort als Verkaufschancen angelegt und sämtliche Kundenkontakte - im Idealfall bis zur Auftragsvergabe - lückenlos dokumentiert. Stellt beispielsweise ein Kunde per E-Mail eine Bestellanfrage über 100 Imprägniersprays vom Typ „WOLY Protector 3x3“, lädt der zuständige Vertriebsmitarbeiter diese nun einfach per Knopfdruck aus seinem Lotus-Notes-Programm in **ITML > CRM**. Möglich ist dies, weil das E-Mail-Programm über eine Schnittstelle direkt mit der CRM-Lösung verbunden ist. Die CRM-Anwendung gleicht die E-Mail-Adresse der Kundenanfrage direkt mit den in der Adressdatenbank hinterlegten E-Mail-Daten ab, identifiziert so den Kunden und legt für die Anfrage automatisch eine Aktivität an. Auf diese Weise wird jede E-Mail-Anfrage zentral als Aktivität abgelegt und Vertriebsmitarbeiter haben einen vollständigen Überblick über die komplette Kontakthistorie mit jedem Kunden und Interessenten.

Nach einer Auftragsvergabe erfolgt die weitere Auftragsabwicklung wie bisher in der zentralen ERP-Software. Zur Verwaltung aller auftragsrelevanten Dokumente nutzt melvo den SAP Knowledge Provider (KPro) als integrierte Infrastrukturlösung.

Weitere Informationen zur SOA-basierten Lösung
ITML > CRM finden Sie unter www.itml.crm.de

Einführung in drei Schritten

melvo führt **ITML > CRM** in insgesamt drei Schritten ein. Die ersten beiden Schritte sind nahezu abgeschlossen. In Vorbereitung ist derzeit der Einsatz der Lösung für die Vertriebsmitarbeiter im Export. Durch die systematische Planung und Steuerung von Marketing-Kampagnen in **ITML > CRM** will der Hersteller von Schuhpflegeprodukten auch seine Beziehungen zu Kunden gezielt intensivieren und ausbauen. Außerdem soll eine exakte Auswertung aller vertriebsrelevanten Informationen aussagekräftige Kennzahlen liefern, etwa welche Kunden besonders aktiv sind oder welche Produktlinien sich hervorragend verkaufen. „So gestalten wir künftig Vertriebsprozesse noch effizienter“, ist IT-Leiter Jürgen Messmer überzeugt.

