

## **Jauch Quartz GmbH führt ITML > CRM ein: Vertriebsabläufe automatisiert und neu getaktet**

Die Jauch Quartz GmbH, ein Hersteller und Händler von elektronischen Bauteilen wie Quarzen und Oszillatoren, hat mit ITML > CRM ihr Angebotswesen automatisiert sowie vereinheitlicht und frischen Wind in die Vertriebsabläufe gebracht. Zudem nutzt der Mittelständler die vollständig in die ERP-Software von SAP integrierte CRM-Anwendung künftig als zentrale Plattform für ein länderübergreifendes Kontakt- und Aktivitätenmanagement. Das bringt deutlich mehr Transparenz in die Prozesse zu Kunden.

Was die Herstellung und den Handel mit Quarzen, Oszillatoren, Filtern und Resonatoren angeht, gibt die Jauch Quartz GmbH seit Jahren den Takt vor. Die Produktpalette des in Villingen-Schwenningen ansässigen Mittelständlers reicht vom einfachen Taktgeber bis zu hochstabilen, hochfrequenten, schockfesten sowie hitze- und kälteverträglichen Bauteilen. Das Unternehmen vertreibt seine Produkte weltweit sowohl von Deutschland aus und über Niederlassungen in den USA, Frankreich, Großbritannien und Taiwan als auch über Distributoren.

### **Es muss schnell gehen**

Beliefert werden Endkunden aus der Elektronikindustrie und Hersteller elektronischer Baugruppen – sowohl mit maßgeschneiderten Klein- oder Mittelserien als auch mit Millionenaufgaben. Ein weiterer Geschäftsbereich des Mittelständlers ist der Handel mit Batterien. Derzeit hat die Jauch Quartz GmbH mehr als 3.800 aktive Kunden, erzeugt pro Jahr rund 75.000 Lieferpositionen und fakturiert knapp 40.000 Rechnungen.

Der Großteil des Geschäfts wird tagesaktuell abgewickelt. Fragen Kunden im Vertrieb per E-Mail an, zu welchem Preis ein Bauteil in einer bestimmten Menge wann lieferbar ist, muss es schnell gehen. Der Vertrieb prüft die Verfügbarkeit des Bauteils am Lager, erstellt umgehend ein Angebot und schickt es – wiederum per E-Mail – zurück zum Kunden. Die Bestellung geht oft noch am selben Tag ein.

### **Dezentrale Abläufe und Informationen**

„Wir haben Anfragen zwar schnell bearbeitet, doch basierte das Angebotswesen auf dezentralen sowie nicht integrierten Abläufen“, erklärt Alfred Oschwald, IT-Leiter bei der Jauch Quartz GmbH. Da neue Angebote für einen Bestandskunden unter anderem auf Grundlage der bisherigen Preisentwicklung erstellt werden, speicherten Vertriebsmitarbeiter die E-Mails mit den Angeboten in ihrem Outlook-Client. Fiel ein Mitarbeiter, etwa wegen Urlaub oder Krankheit aus, musste die Kundenhistorie erst mühevoll nachrecherchiert werden.

Auch wurden Angebote zum Teil mehrfach ausgeschrieben. Der Grund: Die Kunden von Jauch Quartz sind meist international agierende Konzerne mit Niederlassungen in vielen Ländern. Bei der Ausschreibung von Massenproduktionen kommt es vor, dass die verschiedenen Ländergesellschaften eines Elektronikherstellers Anfragen zum selben Projekt gleichzeitig an die Zentrale von Jauch in Deutschland und an die Niederlassungen in den USA sowie Frankreich schicken. Diese Anfragen konnte das Handelsunternehmen bislang nicht zentral erfassen und verwalten. So machten die einzelnen Niederlassungen von Jauch jeweils eigene Angebote.

### **Auf einer CRM-Plattform zusammenführen**

Darüber hinaus verwaltete der Mittelständler Angebotsdaten wie etwa Staffelpreise oder Preise pro Produkt noch mithilfe von Excel-Listen. „Das war nicht nur fehleranfällig, sondern auch wenig transparent. Wir konnten nicht auswerten, wie viele Angebote geschrieben wurden und welche Angebote in welchem Produktbereich zu einem Auftrag führten“, so Alfred Oschwald.

Jauch Quartz beschloss deshalb, mehr Licht in seine Vertriebsprozesse zu bringen. Das wichtigste Ziel war, im Vertrieb ein zentrales und automatisiertes Angebotswesen einzuführen. Zudem wollte das Unternehmen seine Kundenbeziehungen künftig strukturiert über Aktivitäten und Opportunities verwalten und steuern.

In den Bereichen Finanzbuchhaltung und Controlling, Auftragsverwaltung, Materialwirtschaft und Lagerhaltung setzt der Mittelständler mit SAP R/3 Enterprise bereits seit Jahren auf die Vorteile einer integrierten ERP-Software. Auf dem gleichen System, doch in einem eigenen Mandanten, arbeitet außerdem die auf den Handel mit Steckverbindern spezialisierte MES GmbH. Betreut werden beide Betriebe von einer firmenübergreifenden IT-Abteilung.

„Diese Prozesse konnten wir mit dem SAP-R/3-System nicht abbilden“, erklärt Alfred Oswald. „Das geht nur mit einer integrierten CRM-Software, auf der sich alle Informationen zu Kunden – von den Stammdaten über die Bestellhistorie, bis zu Preisentwicklung und Angebotspositionen – standortübergreifend zusammenführen und einheitlich darstellen lassen.“ Eine Kernanforderung an das künftige CRM-System war die nahtlose Integration mit den Outlook-Clients der Vertriebsmitarbeiter.

## Schlüssiges Konzept überzeugt

Hier kam – über die MES GmbH – die SAP-Add-on-Lösung **ITML > CRM** der ITML GmbH ins Spiel. Der Händler hatte die CRM-Anwendung im Jahr 2006 eingeführt und damit bereits hervorragende Erfahrungen gemacht. Ein wesentlicher Vorzug: **ITML > CRM** kann die Kundenstammdaten aus dem SAP-R/3-System nutzen, da die Anwendung auf dem SAP NetWeaver Application Server basiert und vollständig in die ERP-Software integriert ist. Damit entfällt die sonst übliche getrennte Datenhaltung ebenso wie die Anschaffung zusätzlicher Hardware.

Jauch Quartz entschied sich zugunsten der CRM-Anwendung von ITML. Überzeugt hat die Verantwortlichen bei Jauch unter anderem das schlüssige Konzept, welches die ITML präsentierte. „Wir konnten mit unserer Lösung einen speziell an die Bedürfnisse der Firma angepassten automatisierten Angebotsprozess inklusive Outlook-Integration und Dokumentenverwaltung abbilden“, erklärt Michael Stump, Solution Manager CRM bei ITML GmbH. Hinzu kam, dass die CRM-Anwendung auch in einer englischen und französischen Sprachversion verfügbar und damit länderübergreifend einsetzbar ist.

Insgesamt dauerte die Einführung – Anpassungen und Anwenderschulungen inbegriffen – rund fünf Monate. Seit Ende Juni 2007 arbeiten die Vertriebsmitarbeiter bei Jauch Quartz produktiv mit der neuen CRM-Lösung.

## Per Mausclick den Kunden erkennen

Schon kurz nach dem Echtstart machten sich die Vorzüge der integrierten CRM-Lösung positiv bemerkbar. „Bereits in den ersten vier Wochen haben wir mehr als 1.000 Angebotspositionen erfasst“, so Alfred Oswald. Prozesse von der Anfrage bis zur Auftragsabwicklung laufen nun weitgehend automatisiert sowie standardisiert und damit effizienter, schneller und transparenter.

Fragt heute ein Kunde im Vertrieb von Jauch Quartz per E-Mail an, zu welchem Preis und Zeitpunkt 1.000 Stück SMD-Quarze vom Typ JXG32P4 lieferbar sind, geht die Nachricht – wie bisher – zunächst im E-Mail-Postfach eines Vertriebsmitarbeiters ein. Nun aber ist der Outlook-Client direkt mit **ITML > CRM** verbunden. Sobald der Vertriebsmitarbeiter diese Schaltfläche „CRM-Angebot anlegen“ anklickt, aktiviert er die CRM-Lösung, die „den Kunden anhand seiner E-Mail-Adresse erkennt“ und automatisch eine mit den Kontaktdaten des Kunden vorausgefüllte Angebotsmaske öffnet. In diese müssen nur noch Bestellmenge und Preis sowie – nach Bedarf – weitere Angebotspositionen wie Rabattstaffeln oder verschiedene Produkte eingegeben werden. Durch zusätzliche Funktionen lassen sich auch ganze Positionen schnell kopieren.

## Alle Aktivitäten auf einen Blick

Schließt der Mitarbeiter den Vorgang ab, wandelt die CRM-Lösung das Angebot im Hintergrund automatisch in eine PDF-Datei um. Diese wird aus der Angebotsmaske heraus als E-Mail-Anhang an den Kunden zurückgeschickt und am Ende der Antwort-Mail auch die ursprüngliche Anfrage des Kunden zitiert. Zugleich reicht **ITML > CRM** die PDF-Datei mit dem Angebot an die Dokumenten-Management-Lösung von SAP (SAP DMS) weiter, wo sie abgelegt und gespeichert wird. Auf diese Weise ist jede Anfrage und jedes Angebot lückenlos dokumentiert und jederzeit nachvollziehbar. „Wir erstellen und verschicken Angebote nicht nur deutlich schneller, sondern kalkulieren auch verlässlicher“, verdeutlicht Oswald.

So haben Vertriebsmitarbeiter jederzeit mit wenigen Mausclicks Zugriff auf die komplette Historie eines Kunden sowie die Preisentwicklung für Produkte, die ein Kunde innerhalb eines bestimmten Zeitraums bestellt hat. Diese Informationen lassen mithilfe des Aktivitäten-Managements der Add-on-Lösung von ITML einfach und effizient recherchieren. Zusätzliche Funktionen für das Opportunity-Management helfen, Verkaufschancen besser zu erkennen und potenzielle Kunden zu einem Vertragsabschluss zu führen.

## Noch engere Beziehungen knüpfen

Darüber hinaus können heute bei Kundenbestellungen Aufträge automatisch und sicher aus der SAP-Software heraus generiert werden, da sämtliche Angebotsdaten aus der CRM-Software auch sofort im SAP-System verfügbar sind. Dadurch werden bislang zeitaufwändige und fehlerbehaftete manuelle Eingaben auf ein Minimum reduziert.

Weitere Informationen zum Thema **ITML > CRM**  
finden Sie unter [www.itml.crm.de](http://www.itml.crm.de)

