

GRUNDSTEIN FÜR DEN CRM-PROZESS



Keine Rückläufer, aktuelle Kundendaten und Ansprechpartner, gezielte Mailings: Zusammen mit dem Frankfurter CRM-Spezialisten Computerline hat die Siemens Building Technologies (SBT) den Grundstein für künftige CRM-Prozesse gelegt. Seit die Kundendaten in einem zentralen Adresspool konsolidiert sind, liegen Listen für Messeeinladungen praktisch auf Knopfdruck vor.

NUTZEN

- Ein zentraler Datenbestand, statt vordem eine Vielzahl dezentraler Adressenbestände.
- Solider Grundstein für künftige CRM-Prozesse.
- Konsolidierte, aktuelle Adressen unterstützen alle relevanten Marketingprozesse wie Messeeinladungen oder den Versand von Kundenzeitschriften.
- Standardisiertes Vorgehen und Regelwerk für die Adressdatenpflege in den neun Regionen der SBT.

„Die Experten von Computerline sind sehr zielgerichtet und lösungsorientiert. Sie haben uns mit ihrer Expertise auch in heiklen Situationen sehr weitergeholfen“.

Thomas Brehm,
Projektleiter SBT

Wenn der Herbst und mit ihm die „Security“ nahte, die Weltmesse für Sicherheit und Brandschutz in Essen, machte sich bei der SBT eine gewisse Unruhe breit. Welche Unternehmen sollen eingeladen werden? Wie heißen die Ansprechpartner? Und wo waren die Adressen? Die Antwort ließ auf sich warten. Denn die neun Regionen der SBT in Deutschland durchforsteten ihre Adressenbestände, listeten die fraglichen Kandidaten jeweils in einem Excel-Dokument auf und sendeten es an die Zentrale. Die wiederum fasste sie in einer großen Excel-Liste zusammen. „Der ganze Prozess war für alle Beteiligten sehr zeitraubend“, erinnert sich Thomas Brehm, Projektleiter bei der SBT. Der Hauptgrund: SBT hatte keinen zentralen Datenpool. Stattdessen verteilten sich die Kundenadressen über alle Nieder-

lassungen auf das, was Projektleiter Thomas Brehm „dezentrale Adressenbestände“ nennt: Individuell in Outlook gepflegte Kontakte, Access-Datenbanken, Excel-Listen und Stapel noch nicht erfasster Visitenkarten.

Zentraler Datenpool fürs Marketing

Auf diese Weise kamen laut Thomas Brehm „mehr als 70 verschiedene Quellen zusammen“. Auch die 150.000 Firmenadressen im zentralen ERP-System eigneten sich nicht für die Bedürfnisse des Marketings und Vertriebs: Sie dienten vor allem dem Rechnungswesen. Bei zwei Dritteln fehlten daher aktuelle Ansprechpartner. „Und anders als bei Rechnungen, braucht man für den Versand von Zeitschriften, Katalogen und Einladungen einen persönlichen Adressaten.“ Zusammen mit dem Frankfurter

UNTERNEHMEN

Siemens Building Technologies stellt Produkte, Systeme und Dienstleistungen bereit für die Sicherheits- und Brand-schutztechnik sowie für Heizung, Lüftung und Klima. Zum Portfolio gehört auch die Energieeffizienz in Geschäfts- und Industriebauwerken sowie Spezial-lösungen für Flughäfen, Tunnel, Häfen und Stadien. SBT erwirtschaftete zuletzt einen weltweiten Umsatz von rund 5 Mrd. Euro.

AUFGABE

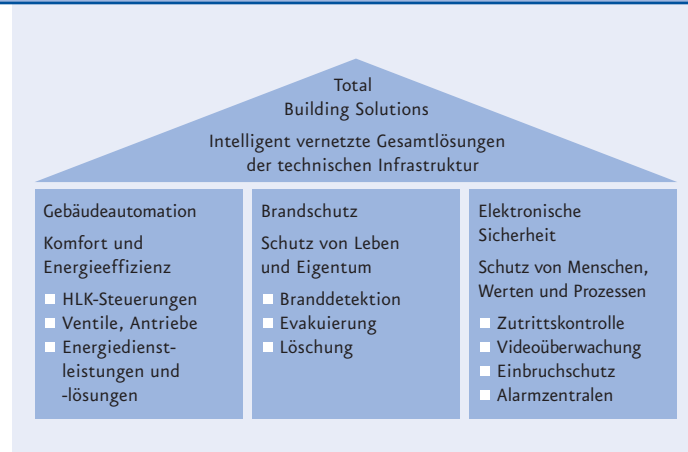
Die Kundendaten aus dem ERP-System eigneten sich zwar für das Rechnungswesen, aber nicht fürs Marketing. Häufig fehlten Ansprechpartner und Attribute als Filter für verschiedene Aktionen und Zielgruppen. Die Folge: Mit zeitraubenden Excel-Listen wurden Adressen und Ansprechpartner, etwa für Messeeinladungen, zusammengetragen.

LÖSUNG

Ein zentraler und einheitlicher Pool für alle Kundenstammdaten und alle Regionen. Auf die im SAP-System nach bestimmten Regeln erfassten Adressen kann der Außendienst über das CRM-System cobra zugreifen. Jede Nacht gibt es einen Abgleichprozess zwischen SAP und cobra.

DIENSTLEISTER

Die CRM-Spezialisten der Computerline e.K. in Frankfurt am Main unterstützen Banken, Verbände, Organisationen, Klein- und Mittelbetriebe bei der Einführung des cobra-CRM-Systems sowie der dauerhaften Konsolidierung und Pflege ihrer Kundenstammdaten. Das Team von Computerline besteht aus zehn Mitarbeitern.



Die drei Säulen der Siemens Building Technologies

CRM-Spezialisten Computerline machte sich SBT im April 2006 an die Einrichtung „eines zentralen Kundendatenpools“. Computerline genoss bei SBT bereits einen „ausgezeichneten Ruf als Experte für Customer Relationship Management und die Bereinigung von Kundenstammdaten“, sagt Thomas Brehm. Zugleich schufen die Spezialisten aus Frankfurt „damit die Basis für unsere künftigen CRM-Prozesse“. Die wichtigsten Stationen ihrer Arbeit: Daten aus den verstreuten Quellen einsammeln und mit den Adressen im ERP-System abgleichen, Erweiterung des SAP-Systems um neue, marketingrelevante Felder (wie Ansprechpartner, Attribute wie Messe und/oder Kundenzeit-schrift), Entwicklung eines Werkzeugs für die tabellarische Pflege der SAP-Daten einschließlich der Vergabe von Marketingattributen, Dublettenkonsolidierung, gleichzeitiges Ausbilden und Schulen von 30 SBT-Mitarbeitern zu Verantwortlichen für Kundenstammdaten.

Ein großes Ziel setzen

Doch ebenso wichtig wie der technische Prozess der Datenkonsolidierung war das Thema Motivation. Die Frankfurter Spezialisten und SBT setzten sich ein ehrgeiziges Ziel: „Wir wollten zur nächsten großen Messe mit einheitlichen Daten einladen“, sagt Thomas Brehm. Dafür offerierten SBT und Computerline den Außendienstmitarbeitern ein „Lockmittel“, wie es Projektleiter Brehm ausdrückt. Waren sie ein-

mal im zentralen SAP-System erfasst, bekam er sie nun „gepflegt“ zurück – für das Überspielen in Outlook, auf Smartphones oder PDA. Die Brücke zwischen SAP und Outlook heißt cobra. Das CRM- und Adressendaten-system wird jede Nacht via Batch-Job aus dem SAP-System mit den Adressen aktualisiert, die die Datenverant-

wortlichen in den Niederlassungen im zentralen ERP-System erfassen. Der Außendienst in allen Regionen nutzt wiederum cobra als einheitliche und zentrale Grundlage für das Kontaktmanagement und die heute in modernen Unternehmen unabdingbaren CRM-Aktivitäten. Und zur Synchronisierung in Outlook. „Seine“ Adressen kann der jeweilige Mitarbeiter im cobra-System nach bestimmten Suchkriterien und für seine Zwecke filtern. Er kann also genau festlegen, welche Adressen er haben möchte und welche nicht.

Geglückte Generalprobe

Sechs Monate nach dem Projektstart konnte Thomas Brehm aufatmen. Die Generalprobe klappte tadellos: Zur „Security“ 2006 in Essen gingen die Messeeinladungen erstmals auf der Basis des zentralen Datenpools an die Kunden heraus. Erfolg: „Wir hatten kaum Rückläufer und eine erheblich geringere Fehlerquote“, sagt Thomas Brehm. Das hat den Vertrieb laut dem Projektleiter restlos überzeugt und die Akzeptanz des neuen Systems gesteigert. Mit der erreichten Qualität der Kundendaten für die Unterstützung wichtiger Vertriebs- und Marketingprozesse ist er sehr zufrieden. Gleichwohl weiß er, dass die Pflege von Kundendaten eine Daueraufgabe bleibt. „Das Projekt ist abgeschlossen“, meint der Projektleiter, „doch die Arbeit an der Datenqualität und Optimierung hört nicht auf.“



Computerline e.K.
Feuerbachstr. 31
60325 Frankfurt am Main
Telefon +49 69 77 06 21 -0
Telefax +49 69 77 06 21 -21
E-Mail info@computerline-frankfurt.de
www.computerline-frankfurt.de



Siemens Building Technologies GmbH & Co. oHG
Friesstraße 20
60388 Frankfurt am Main
Telefon +49 69 797-81000
Telefax +49 69 797-81590
Kontakt www.siemens.de/buildingtechnologies-kontakt
www.siemens.de/buildingtechnologies