

SAP Sales Cloud bei der Kässbohrer Geländefahrzeug AG

Power für den Vertrieb

PistenBully der Kässbohrer Geländefahrzeug AG versprechen die perfekte Kombination aus Kraft, Gewicht und Abmessungen. Doch auch abseits der Piste sind Pferdestärken gefragt – z. B. im Außendienst. Deshalb hat das Unternehmen die SAP Sales Cloud eingeführt. Doch bis die Cloud-Lösung aus dem C/4HANA-Portfolio die Anforderungen des Weltmarktführers tatsächlich erfüllte, musste erst die eine oder andere Herausforderung gemeistert werden.

Julia Theis, blaupause-Redaktion

Wer sich im Winter auf Skipisten oder Loipen bewegt, ist den großen roten Pistenraupen der Firma Kässbohrer Geländefahrzeug AG sicher schon begegnet. Sie sorgen dafür, dass Skihänge und Langlaufloipen bei jedem Schnee perfekt präpariert sind. Die großen Maschinen stecken voller neuer Technik und haben oft mehrere hundert Pferdestärken unter der Haube. Mit ihnen ist das Unternehmen Weltmarktführer. „In Zukunft möchten wir jedoch unsere hohe Abhängigkeit von Schnee reduzieren und deshalb unsere wetterunab-

hängigen Produkte am Markt stärker forcieren. Hier spielt der Vertrieb eine entscheidende Rolle“, so Karl Dieing, Leiter Informationstechnologie der Kässbohrer Geländefahrzeug AG. Um den Vertrieb bestmöglich zu unterstützen, wurde die Sales Cloud eingeführt.

Nahtlose Verbindung

Sie war auch ein Schritt in Richtung Digitalisierung. Denn: Seit der Einführung sind das Customer-Relationship-Management (CRM) und ERP nahtlos miteinander verbunden. „Kunden, Materialien und Geräte werden vom SAP-System in die Sales Cloud repliziert. Und SAP-Auftragsbelege können auch im CRM-System angezeigt werden“, erläutert Karl Dieing. Doch damit das Gelingen konnte, mussten vorab

einige Prozesse überdacht werden. Viele davon betrafen die ca. 30 Vertriebsmitarbeitenden.

Bis zur Einführung der Sales Cloud mussten diese immer wieder viele Stellen anlaufen, um an die aktuellsten Informationen zu einem Kunden zu gelangen. „Teilweise mussten Papierakten rausgesucht, der Vertriebsinnendienst und die Buchhaltung gefragt werden. Ein direkter Zugriff auf alle aktuellen Daten zu einem Kunden gab es nicht“, beschreibt der Leiter Informationstechnologie die Ausgangssituation.

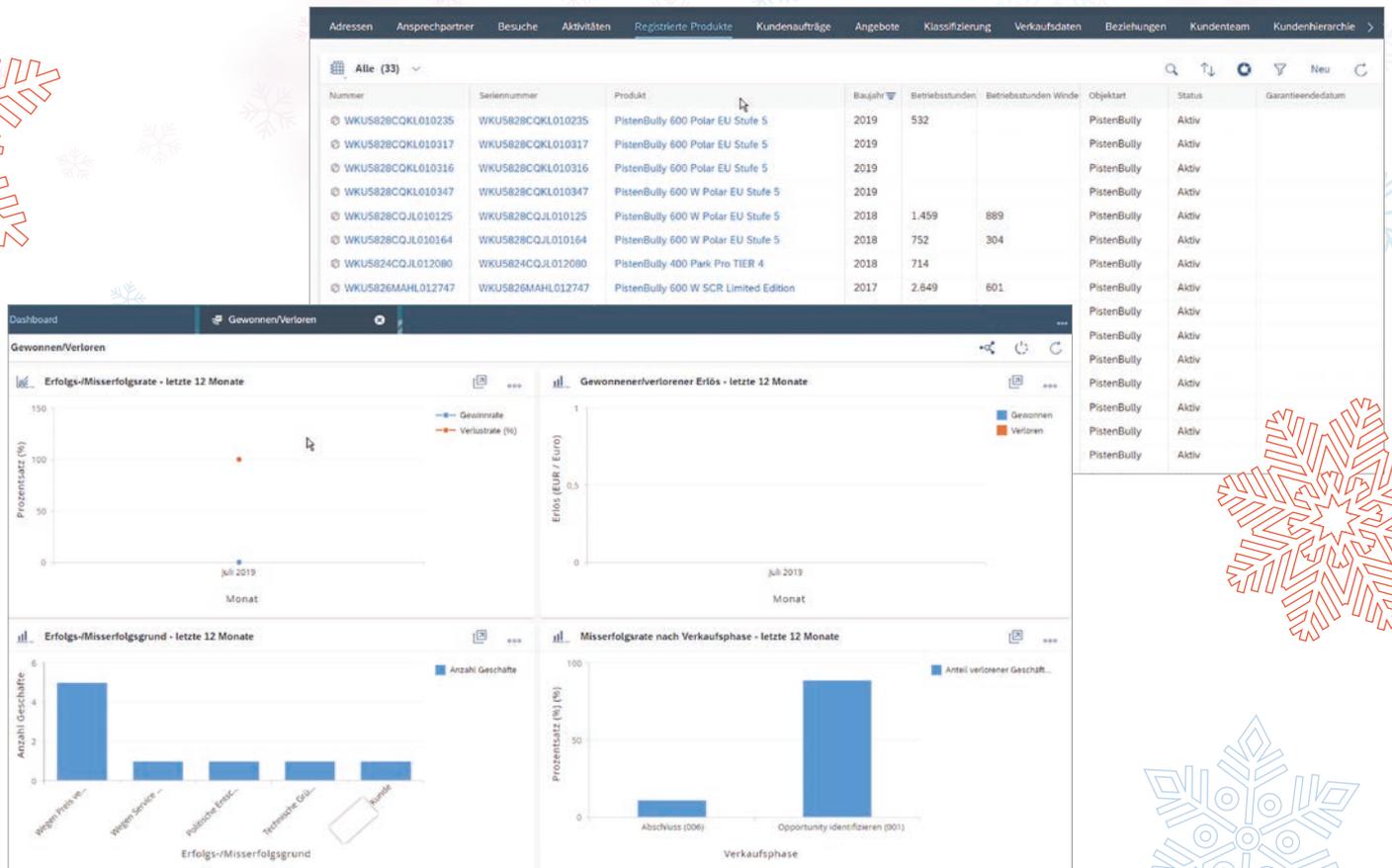
Mit der Sales Cloud verfolgte Kässbohrer daher einerseits das Ziel, künftig alle Informationen zu Kontakten, Verkaufschancen, Aktivitäten und Terminen sicher und zentral an einem Ort abzulegen. Mit der Sales Cloud wer-

Kässbohrer Geländefahrzeug AG

Das **Familienunternehmen** meistert mit innovativer Technik, Leidenschaft und Kreativität extreme Einsätze am Berg und im Tal, am Strand sowie im Gelände. Die Kässbohrer Geländefahrzeug AG ist mit **über 550 Mitarbeitenden** in **mehr als 110 Nationen** vertreten und betreibt Handelsvertretungen in **mehr als 60 Ländern**. Weltweit liegt der **Marktanteil** des Unternehmens bei **68 Prozent** und die **Exportquote** beträgt **98 Prozent**.

 [pistenbully.com](https://www.pistenbully.com)





Kunden, Materialien und Geräte werden vom SAP-System in die Sales Cloud repliziert.
Und SAP-Auftragsbelege können auch im Customer-Relationship-Management-System angezeigt werden.

den verschiedene Datenquellen zusammengeführt und anschließend dort angezeigt. „Jeder Vertriebsmitarbeitende sollte von überall uneingeschränkter Zugriff auf die notwendigen Daten haben“, so Karl Dieing. Andererseits war eine einfache und strukturierte Besuchsverwaltung mit automatisierter Berichterstellung das Ziel. Die dezentralen Adressdatenbanken und Customer-Relationship-Management-Anwendungen sollten abgelöst werden und Auswertungen künftig auch über das Sys-

tem möglich sein. Darüber hinaus gab es einige Integrationsthemen, die mit der neuen Lösung angegangen wurden. So war vorgesehen, dass das vorhandene Berichts-Tool in das CRM sowie die vorhandenen Office-Anwendungen wie Outlook integriert werden. „Gleichzeitig war es uns wichtig, unser SAP ERP ECC 6.0 via Standard-Interfaces mit dem CRM zu integrieren. Wir wollten einfach auf alle Daten mit nur einem Klick zugreifen können“, erläutert Karl Dieing die Hintergründe.

„Versuche immer mehrere Schokoladen“ war es mir wichtig, verschiedene Lösungen anzuschauen“, so Karl Dieing. Betrachtet wurden schließlich drei Lösungen mit vier Anbietern: Salesforce, SAP und das CRM eines lokalen Software-Hauses. „Vor der letzten Präsentation lag Salesforce klar vorne“, sagt Karl Dieing und fügt hinzu: „Die Vorstellung des Produkts war hervorragend und die Bedürfnisse unserer Anwender wurden erfüllt. Dass wir →

Das Projektvorgehen von Mai 2017 bis April 2018

- Anforderungs-Workshop
- Festlegung des Funktionsumfangs
- Customizing der Funktionen
- Datenimport aus SAP ERP ECC 6.0 (Replikation)
- Umsetzung und Testing
- Go-live

Zudem erhofften sich die Experten, mit der Einführung die Stammdatenqualität zu verbessern, da die Verkaufsmitarbeitenden die Daten in der Sales Cloud direkt pflegen können. Gleichzeitig sollten mehrere inkonsistente Datenquellen wie Outlook, Excel oder Access entfallen sowie die Backoffices im Verkauf und in der Finanzbuchhaltung entlastet werden.

Drei Lösungen, vier Anbieter

Wengleich das Unternehmen bereits seit vielen Jahren SAP einsetzt, so war dennoch nicht im Vorhinein klar, dass die Wahl auch auf die SAP-Lösung fallen würde. „Getreu dem Spruch



Karl Dieing, Leiter Informationstechnologie der Kässbohrer Geländefahrzeug AG



Glossar

SAP C/4HANA

Das SAP C/4HANA-Portfolio von SAP umfasst die fünf Lösungen SAP Marketing Cloud, SAP Commerce Cloud, SAP Sales Cloud, SAP Service Cloud und SAP Customer Data Cloud.

SAP Sales Cloud

SAP Sales Cloud war als SAP Hybris Sales Cloud bekannt. Die Lösung setzt sich aus C4C Sales für Sales Force Automation, Revenue Cloud für Subscriptions und Callidus Cloud für Provisionsabrechnung sowie Configure, Price and Quote (CPQ) zusammen. Sie vereint klassische und moderne Customer-Relationship-Management-Funktionalitäten, wie Lead-Erfassung, Kontaktpflege, Erkennen von Cross- und Up-Selling-Potenzialen sowie Akquise.

dann doch die SAP-Lösung gewählt haben, lag vor allem an der Präsentation des beratenden Partners.“ Diesem war es gelungen, die Sales Cloud bedarfsorientiert darzustellen und zu zeigen, dass sie funktional tatsächlich alle Anforderungen erfüllen kann. „Auf der einen Seite

waren die Erläuterungen nicht zu technisch, und der Fachbereich wurde gut abgeholt. Auf der anderen Seite wurde die IT von dem Weiterentwicklungspotenzial überzeugt und davon, dass sich das vorhandene ERP-System und weitere Systeme flexibel in die Lösung einbinden lassen“, erläutert Karl Dieing die Beweggründe hinter der Entscheidung für SAP.

Herausforderung: Synchronisation

Demnach hatten auch die allgemeinen Diskussionen rund um die Zukaufspolitik von SAP keinen Einfluss auf die Entscheidung. Zu spüren war diese dennoch. „Die Datenstrukturen unterschieden sich teils zum ERP ECC 6.0. Das hat es erschwert zu synchronisieren“, so Karl Dieing. Als Beispiel führt er das Thema Equipment-Stamm an. Hier gestaltete sich das Mapping aufgrund verschiedener fehlender Felder aus dem ERP-Umfeld schwierig. „Wir mussten das Mapping so anpassen, dass wir die Equipment-Nummer aus dem ERP ECC 6.0 als weiterhin führende Nummer in der Sales Cloud darstellen konnten“, erläutert Karl Dieing. Zudem mussten bei der Abbildung der Business Partner Anpassungen vorgenommen werden – die Rollenkonzepte in ERP und der Sales Cloud unterschieden sich.

Weitere Herausforderungen musste die Kässbohrer Geländefahrzeug AG bei der Integration des Berichts-Tools sowie bei Outlook und dem

Elektronischen Leitz Ordner (ELO) meistern. „Das Synchronisieren und die Integration waren zeitweise frustrierend. Doch das Ergebnis ist wirklich toll. Wir bewegen uns nur noch in der Sales Cloud und haben von dort Zugriff auf alle anderen Anwendungen und unser Domain-Name-System“, so Karl Dieing. Damit habe das Unternehmen, so der Experte, die nötigen Pferdestärken für die Zukunft des Verkaufs auf die Straße gebracht. „Jetzt gilt es, die Sales Cloud weiterzuentwickeln und für die Generierung von Leads und der Analyse von Opportunities einzusetzen“, beschreibt der IT-Experte das weitere Vorgehen. Im Klartext: Noch mehr Power für den Vertrieb. ■

i

Mehr zu C/4HANA im DSAGNet

- **Themenseite**
dsag.de/c4hana
- **Arbeitsgruppe C/4HANA**
dsag.de/ag-c4hana
- **Arbeitskreis Instandhaltung & Servicemanagement**
dsag.de/ak-instandhaltung
- **Arbeitsgruppe Serviceprozesse**
dsag.de/ag-serviceprozesse
- **Arbeitskreis Dokumentenbasierte Prozesse**
dsag.de/ak-dokumentenbasierte-prozesse

Die Kässbohrer Geländefahrzeug AG ist mit über 550 Mitarbeitenden in mehr als 110 Nationen vertreten und betreibt Handelsvertretungen in mehr als 60 Ländern. Hauptsitz des Unternehmens ist das baden-württembergische Laupheim.

