LÜCKE ZWISCHEN MARKETING UND VERTRIEB SCHLIESSEN

SAP Marketing Cloud bei PILLER

medienwerft

FIS

PILLER
Blowers & Compressors

Kunde

- Piller Blowers & Compressors GmbH
- Gründungsjahr: 1909
- Firmensitz: Moringen
- 380 Beschäftige weltweit

Branche

- Maschinenbau

Herausforderung

Um auch die digitale Customer Journey durchgängig zu gestalten, suchte PILLER nach einer passenden Marketing Automation Software. Die Lösung sollte optimal in die bestehende SAP-Landschaft integriert werden und die Lücke zwischen Marketing und Vertrieb geschlossen werden.

Lösung

- SAP Marketing Cloud
- Integration in die SAP-Landschaft (SAP S/4HANA, SAP Service Cloud, SAP Sales Cloud)

Nutzen

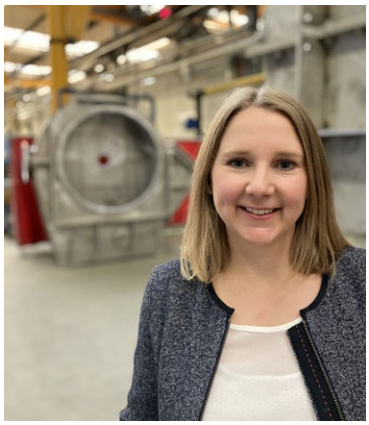
Das Marketing-Team von PILLER nutzt nun das Kampagnenmanagement auf Basis von Echtzeitdaten sowie die personalisierte Ansprache mit dynamischen Kundenprofilen über alle Kanäle. Leadmanagement-Funktionen schaffen eine transparente Verbindung zwischen Marketing und Vertrieb. Die digitale Customer Journey wird so durchgängig und transparent gestaltet.

Kunden informieren sich heute über viele verschiedene Kanäle, bevor sie Entscheidungen treffen. Die größte Herausforderung im digitalen Zeitalter ist es deswegen, jeden Kunden im passenden Moment der Customer Journey mit den richtigen Inhalten anzusprechen. Marketing-Kampagnen mit personalisierter Ansprache und Marketing Automation werden deshalb für Unternehmen unerlässlich. Auch der deutsche Hersteller kundenspezifischer Hochleistungsgebläse und Kompressoren, Piller Blowers & Compressors GmbH, wollte seine Leadgenerierung automatisieren und fand die optimale Lösung durch den Einsatz der SAP Marketing Cloud.

Ob B2C oder B2B – Kunden nutzen heute alle digitalen Möglichkeiten, bevor sie Kaufentscheidungen treffen. Für Unternehmen bedeutet das, dass sie ihren Content mediengerecht und nutzerfreundlich aufbereiten, aber auch, dass sie auf allen Kanälen einheitlich auftreten müssen. Die Touchpoints mit der Marke sollen überzeugen und personalisiert sein. Verstärkt wurden diese Anforderungen insbesondere seitdem der direkte Kontakt durch die Pandemie auf ein Minimum reduziert wurde.

„Uns ist wichtig, dass wir die Kundenbedürfnisse besser kennenlernen, jeden individuell und passgenau ansprechen können und auch in Echtzeit reagieren können."

Luisa Büker,
Digital Marketing Managerin und
Projektleitung SAP Marketing Cloud



Personalisierter Kundenkontakt auch ohne Fachmessen

Die Piller Blowers & Compressors GmbH aus dem niedersächsischen Moringen zählt zu den Technologieführern im Bereich kundenspezifischer Hoch-

leistungsgebläse und Kompressoren für die Prozessindustrie. Weltweit arbeiten 380 Mitarbeiter in eigenen Niederlassungen und Vertretungen. 85 Prozent der Produkte werden ins Ausland geliefert. Die Teilnahme an internationalen Fachmessen und der persönliche Austausch mit den Interessenten und Kunden spielen für das Unternehmen mit mehr als 100 Jahren Tradition eine sehr große Rolle. Als dieser wichtige Begegnungsort 2020 plötzlich wegfiel, stellte sich vor allem die Marketingabteilung die Frage: „Wie können wir am besten mit unseren Kunden in Kontakt bleiben und wie können wir so mit den Ansprechpartnern kommunizieren, wie diese das möchten?", so Luisa Büker, Digital Marketing Managerin und Projektleitung SAP Marketing Cloud bei PILLER.

Als das ERP-System SAP S/4HANA bei dem Maschinenbauer eingeführt wurde, konzentrierte sich PILLER mit der Integration der SAP Sales Cloud und der SAP Service Cloud zunächst auf die Optimierung von Vertrieb und Kundendienst. Die nahtlose Abbildung des Prozesses der Leadgenerierung und -qualifizierung seitens Marketing entlang der Customer Journey fehlte zunächst. Schnell wurde klar, dass ein Erweiterungstool für ein professionelles Lead- und Kampagnenmanagement benötigt wird. „Uns ist wichtig, dass wir die Kundenbedürfnisse besser kennenlernen, jeden individuell und passgenau ansprechen können und auch in Echtzeit reagieren können. Der Datenschutz spielt dabei ebenfalls eine große Rolle", so Büker.

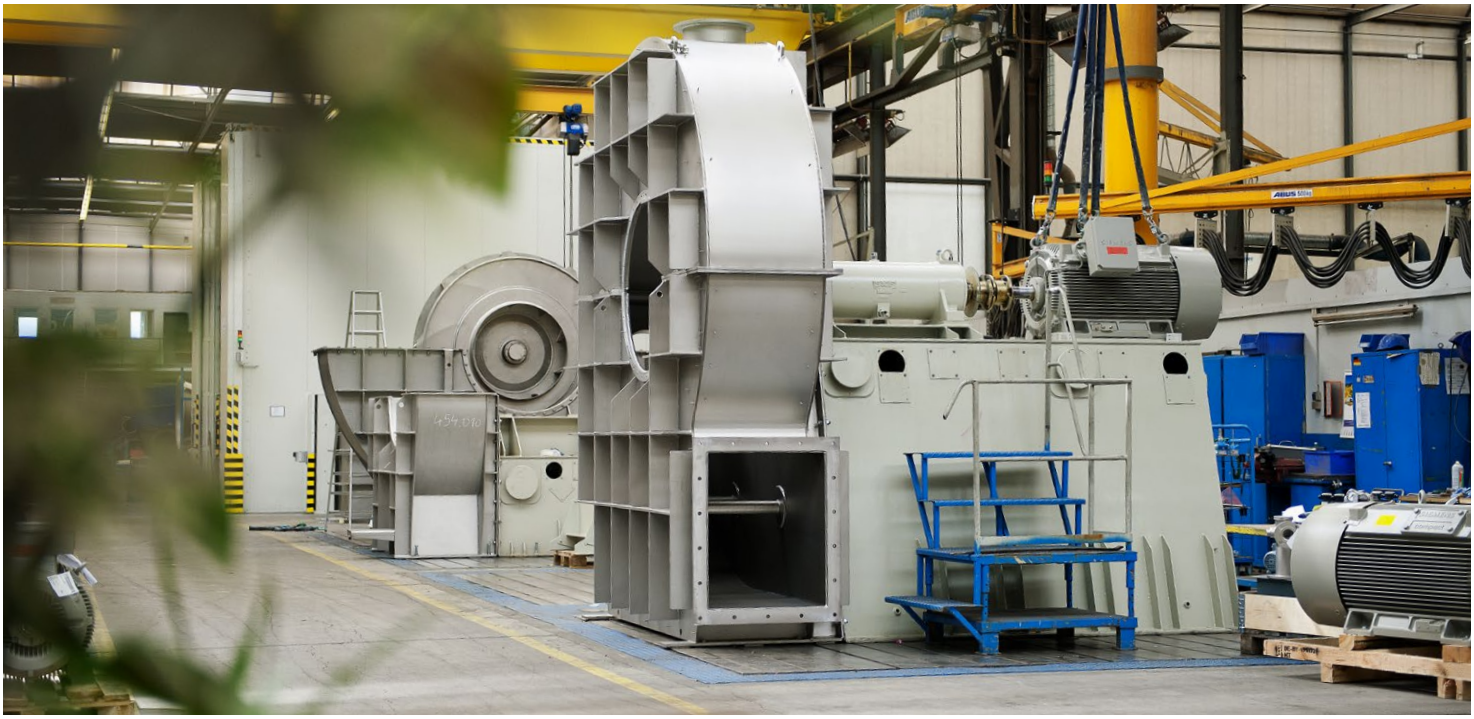
Integration des Marketing-Tools in die bestehende Software-Landschaft

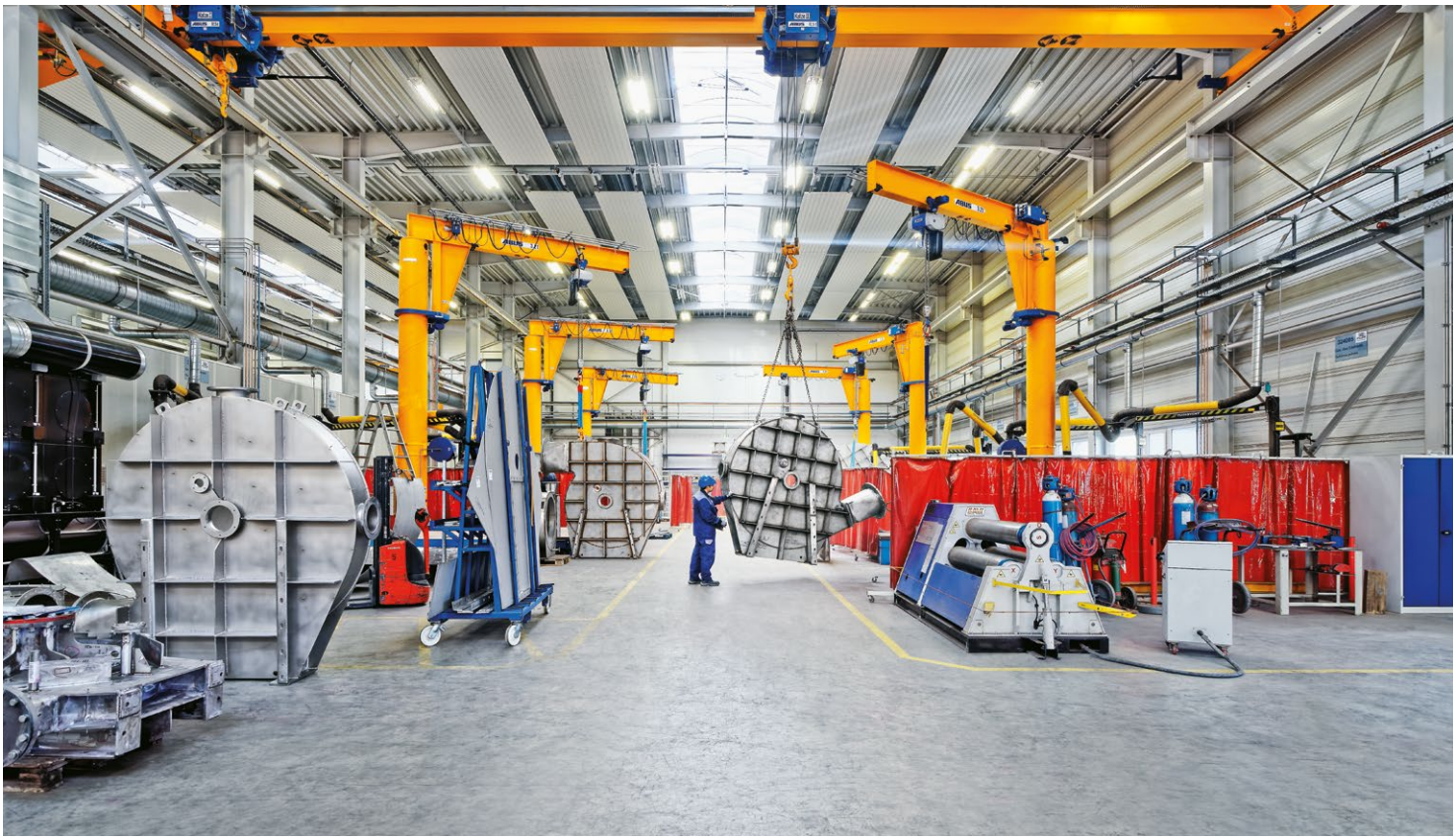
Die Wahl fiel auf die SAP Marketing Cloud, die neben Marketing Automation auch die Marketing- und Kampagnenplanung sowie das Erstellen von Analysen ermöglicht. „Es war klar, dass das neue Tool in die bestehende Software-Landschaft passen muss. Weil bei PILLER bereits ein breites SAP-Produktportfolio im Einsatz ist, hat sich die SAP Marketing Cloud angeboten, um den Lead-to-Cash-Prozess nahtlos zu automatisieren", so Tobias Schneider, Senior Consultant SAP Marketing Cloud bei FIS Informationssysteme und Consulting GmbH, die die Implementierung umgesetzt hat. Die Erfahrung von FIS bei Integrationsszenarien war in diesem Projekt ein großer Vorteil und ausschlaggebender Faktor für die Zusammenarbeit.

Vom Kick-Off im März 2021 bis zum Go-Live Ende Juli vergingen nur wenige, aber sehr arbeitsintensive Monate. „Die Marketing Cloud sollte keine Einzellösung sein, sondern an die bestehenden Lösungen von SAP, Sales Cloud und Service Cloud angebunden werden, die gleiche Stammdaten verwenden und Informationen transparent über die Schnittstelle austauschen", erläutert Frank Münzner vom PILLER IT-Applications-Team das Konzept. Für die rasche Umsetzung war hilfreich, dass sich PILLER am SAP-Standard orientiert hat.

„FIS hat uns immer wieder aufgezeigt, wie vorteilhaft es ist, nah am Standard zu bleiben, so können wir langfristig effizient und agil arbeiten. Außerdem kam uns die langjährige Projekt- und Integrationserfahrung von FIS zugute. Es war wirklich eine Top-Leistung."

Frank Münzner,
IT-Applications





Das Team von FIS passte die Cloud-Software für PILLER nur dann an, wenn das Unternehmen punktuell individuelle Funktionen benötigte, die im SAP-Standard nicht vorgesehen waren. Die Projektpartner waren von der reibungslosen und lösungsorientierten Zusammenarbeit begeistert.

Next Steps: Mehrsprachigkeit, Social Media und erweitertes Lead Management

Nach einer Key-User-Schulung und dem anschließenden Train-the-Trainer-Modell konnte das Marketing-Team schnell alle aktiven Funktionen der SAP Marketing Cloud verwenden. Dazu gehört neben einem leistungsfähigen Kampagnenmanagement auf Basis von Echtzeitdaten auch eine personalisierte Ansprache mit dynamischen Kundenprofilen über alle Kanäle. Lead-Management-Funktionen schaffen eine transparente Verbindung zwischen Marketing und Vertrieb. Dank ausführlicher Analysen können Entscheidungen datengestützt getroffen werden. Auch das durch die EU-DSGVO geregelte Management von Marketing-Einwilligungen, wie beispielsweise Newsletter-Anmeldungen, wird mit der SAP Marketing Cloud automatisiert und gesetzeskonform abgebildet.

„Während wir mit der Marketing Cloud arbeiten, finden wir immer wieder neue Punkte, die wir noch realisieren möchten", so Büker. Deshalb sind weitere Projektschritte ab Oktober 2021 geplant. „Jetzt gerade nutzen wir nur einen kleinen Teil von dem, was alles mit dem System möglich ist. Im nächsten Schritt wollen wir beispielsweise die Mehrsprachigkeit der Marketing-Lösung sowie die Interaktion über Social Media nutzen", erläutert Büker die weiteren Schritte.

Mit der Marketing-Lösung von SAP konnte PILLER die Lücke zwischen Marketing und Vertrieb schließen. Leadgenerierung und -qualifizierung werden kanalübergreifend gesteuert und Interaktionen von Interessenten oder Kunden in Echtzeit ausgewertet. Ein entscheidender Schritt für die digitale Transformation des Unternehmens.

„Während wir mit der Marketing Cloud arbeiten, finden wir immer wieder neue Punkte, die wir noch realisieren möchten."

Luisa Büker,
Digital Marketing Managerin und
Projektleitung SAP Marketing Cloud

Mit der SAP Marketing Cloud Interessenten an jedem Punkt der Customer Journey erreichen

Gerade in Zeiten, in denen der persönliche Kontakt durch Beschränkungen nur sehr reduziert stattfinden kann, sind Unternehmen gefordert, die Kommunikation zu Interessenten und Kunden über andere Kanäle aufrecht zu halten. Mit entsprechenden Marketing-Tools kann der Weg entlang der Customer Journey in den Fokus der Marketingaktivitä-

ten gestellt werden, so wie mit der SAP Marketing Cloud bei PILLER. Durch professionelles Kampagnenmanagement, E-Mail-Marketing und Marketing Automation erreichen Unternehmen Interessenten an jedem Punkt der Customer Journey – und das mit einer individuellen Ansprache jedes einzelnen Kunden.

PILLER
Blowers & Compressors

Piller Blowers & Compressors GmbH

PILLER ist ein namhafter und erfolgreicher Hersteller von Hochleistungsgebläsen und Kompressoren für die Prozessindustrie.

Mit kundenspezifischen Lösungen auf hohem technischen Niveau erfüllt PILLER die speziellen Anforderungen unterschiedlicher Branchen, z. B. Raffinerien, Petrochemie, Chemie, Industrieofenbau, Allgemeiner Anlagenbau, Kraftwerke und Abwasserbehandlung. Mit 380 Mitarbeitern/innen weltweit, eigenen Niederlassungen und Vertretungen liefert PILLER 85 Prozent seiner Produkte ins Ausland.

GEMEINSAM SIND WIR STARK.

Medienwerft und FIS – zwei Unternehmen der FIS-Gruppe und zertifizierte SAP-Partner – decken gemeinsam das gesamte Themenspektrum der SAP Customer Experience ab. Sie bieten das Komplettpaket für Marketing, Vertrieb, Service und E-Commerce: Von der Konzeption und Beratung, über das Design bis zur technischen Implementierung.

Die FIS Informationssysteme und Consulting GmbH bildet das Dach der FIS-Gruppe. Der Schwerpunkt von FIS liegt in der individuellen SAP-Beratung und Durchführung von SAP-Projekten. Im Bereich Customer Experience ist FIS der Experte für SAP-Prozesse und deren technische Integration.

Die Medienwerft GmbH gehört zu den erfahrensten Internetagenturen in Deutschland. Die Kernkompetenz der Agentur liegt in der Entwicklung von E-Commerce-Anwendungen und digitalen Kommunikationskonzepten für Marken. Damit ist sie der Experte für UX-Design, E-Branding und Webshops.

Gemeinsam sind FIS und Medienwerft starke Partner für SAP und Customer Experience.

MEDIENWERFT GMBH

Wendenstraße 130
20537 Hamburg
Tel: +49 40 31 / 77 99 - 0

medienwerft

info@medienwerft.de
www.medienwerft.de

FIS INFORMATIONSSYSTEME UND CONSULTING GMBH

Röthleiner Weg 1
97506 Grafenrheinfeld
Tel.: +49 97 23 / 91 88 - 0

FIS

info@fis-gmbh.de
www.fis-gmbh.de