



EINE CRM-LÖSUNG, DIE PASST

SAP Sales Cloud im Schweizer Maschinenbau



WALTER MEIER

solutions that fit

Kunde

- Walter Meier (Fertigungslösungen) AG
- Gründungsjahr: 1937
- Firmensitz: Schwerzenbach in der Schweiz
- 80 Beschäftigte, davon 16 Mitarbeitende im Vertrieb

Branche

- Maschinen- und Werkzeughandel

Herausforderung

Um sich im Vertrieb zukunftssicher aufzustellen, suchte Walter Meier nach einer modernen und mobil nutzbaren CRM-Lösung. Die Anwendung sollte in die SAP-Landschaft integriert werden und die verschiedenen Unternehmensbereiche abbilden. Die größte Herausforderung im Projekt bildete die Aufbereitung der Daten.

Lösung

- SAP Sales Cloud mit ERP-Integration

Nutzen

Durch die Einrichtung der SAP Sales Cloud inklusive Rechte-System, ERP- und Outlook-Integration nutzen die Vertriebsverantwortlichen heute ein durchgängiges, zentral verwaltetes System mit besserer Datenqualität und eindeutige Zuständigkeiten.

Mit der SAP Sales Cloud hat ein großer Schweizer Maschinen- und Werkzeughändler die optimale CRM-Lösung gefunden, um besonders Außendienst und Vertriebsleitung im Bereich Sales und Kundenbetreuung zu unterstützen.

Für die Fertigungslösungen des Schweizer Unternehmens Walter Meier gilt: Sie müssen passen, exakt zugeschnitten auf die Bedarfe des Kunden. Damit das gelingt, kümmert sich der Anbieter um alle Belange, von der Beratung, Projektierung und Fertigung bis hin zu Schulungen und Service – regelmäßige Betreuung durch den Außendienstvertrieb eingeschlossen.

Diese Aktivitäten und der dafür notwendige Aufwand wollen gut geplant sein. Nachdem der Bereich Fertigungslösungen 2015 aus dem Walter Meier-Konzern herausgelöst und selbstständig wurde, stand mit der Anpassung der IT-Infrastruktur auch die Verbesserung des Customer-Relationship-Management-Systems (CRM) ganz oben auf der Agenda. Damals war bereits SAP ERP im Einsatz, in der Angebots- und Auftragserstellung wurde aber teilweise

„Das war genau, was wir suchten: ein CRM-System auf dem neuesten Stand und gleichzeitig sehr gut in die bestehende SAP-Landschaft zu integrieren.“

Herbert Sohm,
Leiter Vertriebsentwicklung



noch mit Excellisten gearbeitet. Für den CRM-Bereich gab es eine separate Softwarelösung, die aber nicht mehr den aktuellen Anforderungen entsprach: Eine differenziertere Einteilung der Kunden nach Umsatz und Potenzialen etwa ließ sich damit nicht abbilden, es fehlten zudem wichtige Reportingfunktionen. Mit mehr Transparenz sowie einfachen und klaren Auswertungsmöglichkeiten sollten Vertriebs- und Service-Management besser unterstützt werden.

Schnelles Handeln erforderlich

Mitten in dieser Planungsphase traf das Unternehmen 2019 ein Hackerangriff. Nach der Cyberattacke mussten die Daten über Wochen in Quarantäne genommen werden, die CRM-Datenbank hätte neu installiert werden müssen – mit den entsprechenden Kosten. In dieser Situation entschloss sich das Schweizer Unternehmen für den sofortigen Umstieg auf ein neues System. Rat suchten sie bei ihrem langjährigen SAP-Partner, der FIS Informationssysteme und Consulting GmbH. FIS hatte u. a. bereits die Ausgliederung des ERP-Systems aus der früheren Konzernstruktur umgesetzt. Für das Customer Relationship Management stellten die Experten von FIS Walter Meier die SAP Sales Cloud vor, optional ergänzt durch das SAP Field Service Management. Die cloudbasierte, intuitiv bedienbare CRM-Lösung überzeugte Herbert Sohm, Leiter der Vertriebsentwicklung bei Walter Meier: „Das war genau, was wir suchten: ein CRM-System auf dem neuesten Stand und gleichzeitig sehr gut in die bestehende SAP-Landschaft zu integrieren. Zudem flexibel anpassbar – kleinere Änderungen können wir als Anwender hier sogar selbst vornehmen. Damit eröffneten sich ganz neue Möglichkeiten.“

Die Entscheidung für die SAP Sales Cloud war somit gefallen. Aufgrund der langjährigen, vertrauensvollen Zusammenarbeit wurde FIS auch mit der Umsetzung beauftragt, Herbert Sohm übernahm die interne Projektleitung. Im Januar 2020 fand bereits der Projekt-Kickoff statt.

Die Anforderung: Ein klassisches CRM-System für die mobile Nutzung

Im neuen CRM-System sollten die vier Unternehmensbereiche abgebildet werden: Maschinen- und Werkzeughandel,

Werkzeug- und Formenbau und Ausbildungsmaschinen. Das galt es zu berücksichtigen und auch das Rechte-Management entsprechend anzupassen. Insgesamt aber wurde ein klassisches CRM-System benötigt, das vor allem im Außendienst genutzt wird: alle Kundendaten, Vertriebsaktivitäten, Termine, Berichte einschließlich Bilddaten und Anhänge zusammengefasst auf einer Plattform, mobil und auch im Offline-Modus verfügbar. Ausgewählte Daten waren mit dem ERP-System zu synchronisieren, die Kalenderdaten mit MS Outlook. Wichtig für die Beurteilung der Verkaufs-Opportunitäten waren Übersichts- und Auswertungsfunktionen. Bearbeitungsstatus und Eintrittswahrscheinlichkeit der einzelnen Aufträge sollten ersichtlich sein, dazu kamen Auswertungen nach Kennzahlen sowie die Klassifizierung von Kunden. Die Datenqualität sollte durch entsprechende Pflichtfelder sichergestellt werden. „Mit einigen wenigen Anpassungen ließen sich alle Anforderungen bereits im SAP-Standard gut abbilden“, erläutert Mirko Dechant, Projektleiter bei FIS.

Herausforderungen: Daten-Struktur und Distanz-Schulung

Die Herausforderungen lagen auf einem anderen Gebiet: Die benötigten Daten konnten nicht einfach extrahiert und übernommen werden, sondern mussten aus den Backup-Dateien, überwiegend in Form von Listen, zunächst zusammengefasst, mit den SAP-Stammdaten abgeglichen und nach Vertriebsstrukturen aufgeteilt werden. Für die Überprüfung und den Abgleich der Daten war entsprechendes internes Wissen nötig. Auf das Team um Herbert Sohm kam somit zunächst jede Menge Arbeit zu. Die Partner von FIS halfen, wo sie konnten – indem sie eine Datenmatrix zum Befüllen bereitstellten, die Daten in ein importfähiges Format überführten und die Dublettenprüfung übernahmen. Gemeinsam konnte diese Hürde genommen werden, so dass im Ergebnis sauber struk-



turierte Daten zum Einspielen in die SAP Sales Cloud bereitstanden. Enge Abstimmung zwischen den Partnern sowie die regelmäßigen wöchentlichen Telefonate zum Projektstatus halfen dabei.

Im Frühjahr dann die nächste Schwierigkeit: Mit der Corona-Pandemie und dem damit verbundenen Lockdown waren plötzlich keine physischen Treffen mehr möglich, dabei standen Besprechungen und Schulungen noch an. „Es war uns von Anfang an ein Anliegen, unsere internen Anwender für das neue System zu gewinnen“, sagt Herbert Sohm, „dazu hatten wir Schulungen und Feedback-Gespräche vorgesehen“. Auch in diesem Fall fand sich eine Lösung: Noch während der Testphase begann die Schulung der Key User in Form von virtuellen Meetings. Die Key-User-Teams schulten jeweils weitere Mitarbeiter, Feedback und Fragen wurden dann an FIS zurückgespielt und anschließend besprochen. Parallel arbeitete das Projektteam intensiv an der technischen Umsetzung.

Mitte Oktober 2020 wurde das neue System wie geplant in Betrieb genommen. Dass alles so schnell ging, lag an der guten Zusammenarbeit und dem Einsatz seitens Walter Meier, wie Mirko Dechant betont: „Die Projektleitung war hier durchgehend für Fragen und Entscheidungen verfügbar; das ist ganz entscheidend in solchen Projekten.“

Fazit: Die richtige Lösung, der richtige Partner

Die neue CRM-Lösung bietet klare Vorteile: ein durchgängiges, zentral verwaltetes System, bessere Datenqualität, eindeutige Zuständigkeiten. Auch die differenzierte Kunden-Klassifizierung mit neun Kundensegmenten konnte wie gewünscht umgesetzt werden. Die kaum verzichtbaren,

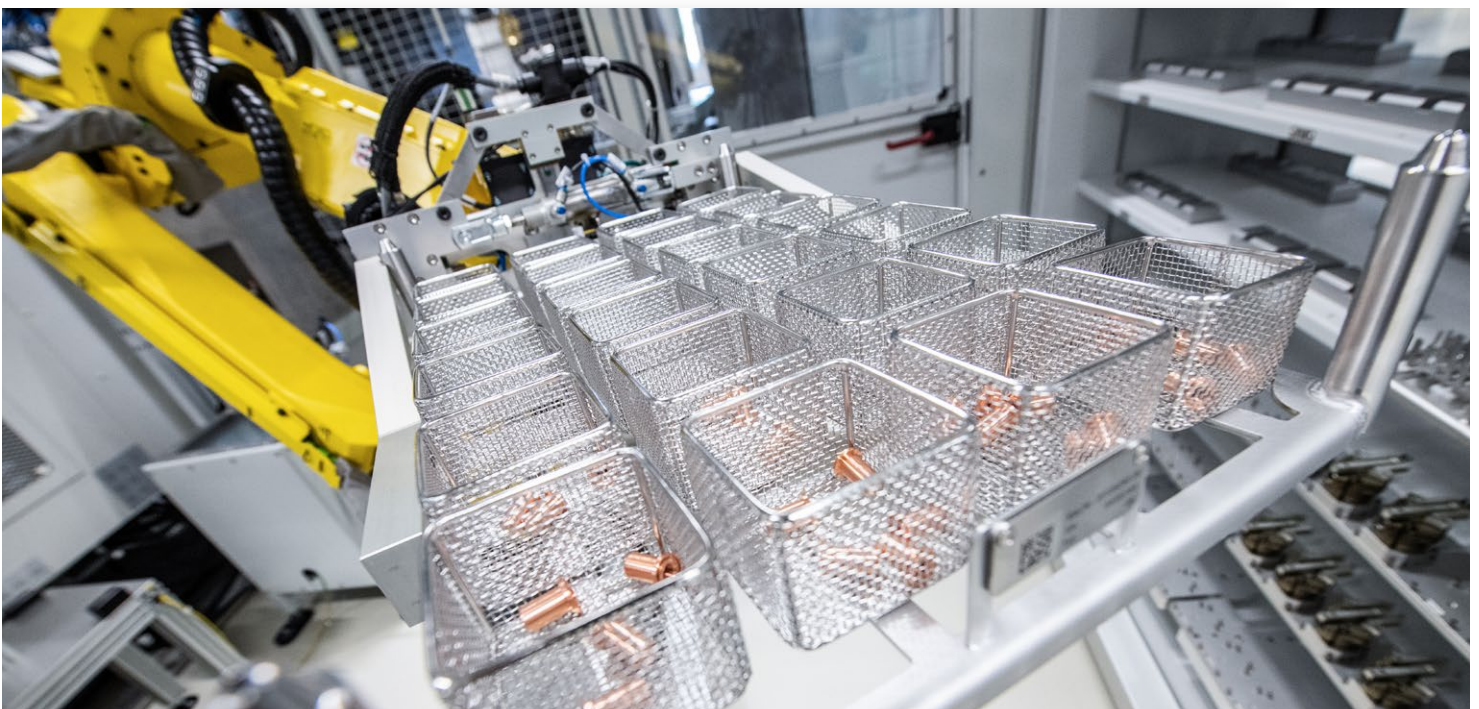
aber auch kostenaufwändigen Außendienst-Einsätze lassen sich nun viel besser steuern. Es braucht etwas Zeit und ein Umdenken, bis alle Beteiligten diese neue Transparenz richtig nutzen können, doch: „Letztlich hilft es auch den einzelnen Aussendienstmitarbeitern, die eigenen Ressourcen optimal einzusetzen“, wie Herbert Sohm erläutert.

Nach dem Go-Live wurde bereits das Kampagnenmanagement in der Sales Cloud umgesetzt: Sales-Verantwortliche können mit wenigen Klicks unter ihren Kunden Adressaten für spezielle E-Mailings und Newsletter auswählen, diese in Zielgruppen organisieren und anschreiben. Im System wird automatisch die entsprechende Aufgabe zum telefonischen Nachfassen generiert und es ist beispielsweise ersichtlich, welche Kunden das Mailing geöffnet haben. Weitere Auswertungsmöglichkeiten, wie die Leadverfolgung, sind schon in Planung.

„Neue Entwicklungen und ständige Verbesserungen, das entspricht dem Zeitgeist. Für uns ist es das richtige System – mit dem richtigen Partner.“

Herbert Sohm,
Leiter Vertriebsentwicklung

Im nächsten Schritt ist nun die Einführung eines Reportings sowie der eingangs erwähnten Lösung für den Kundenservice, SAP Field Service Management in Kombination mit der SAP



Service Cloud, geplant. Letztere ermöglicht über ein integriertes Ticketsystem auch eine genauere Steuerung bei Reparaturen und Wartungen.

Das Schweizer Unternehmen ist von der SAP Sales Cloud und FIS als Partner überzeugt. Vor allem auch deshalb, weil die Lösung kontinuierlich weiterentwickelt wird. „Neue Entwicklungen und ständige Verbesserungen, das entspricht dem Zeitgeist. Für uns ist es das richtige System – mit dem richtigen Partner“, so Herbert Sohm.

WALTER MEIER solutions that fit

Walter Meier (Fertigungslösungen) AG

Schweizer Präzision mit 80 Jahren Tradition: Walter Meier begleitet Kunden auf dem Weg zu anspruchsvollen Fertigungserfolgen. Mit Know-how, das stets auf der Höhe der Zeit und mit Erfahrung, die jahrzehntelang gewachsen ist. So findet der Maschinenbauer die beste Lösung unabhängig von Technologien und Herstellern. Im Fokus steht dabei nur eines: die Anforderung – von der Analyse der Bedürfnisse über die Entwicklung der Lösung bis zur Schulung und Inbetriebnahme der Maschinen. Bei Walter Meier erfüllt seit 1937 jeder Handgriff eine klare Mission: Das Unternehmen möchte mit Komplettlösungen nach Mass die Erwartungen seiner Kunden nicht nur erfüllen, sondern weit übertreffen.



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.

MEDIENWERFT GMBH

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



info@medienwerft.de
www.medienwerft.de

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.

FIS INFORMATIONSSYSTEME UND CONSULTING GMBH

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



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