

Neuer Drive für den Vertrieb

ECKART setzt auf Salesforce für integrierten Marktauftritt und erfolgreichen Vertrieb

Referenzprojekt:



„Mit der Salesforce Service und Marketing Cloud gewinnen wir einzigartige Transparenz und können unsere Vertriebsinitiativen weltweit wesentlich besser koordinieren. Mit T-Systems hatten wir einen erfahrenen Partner für die Salesforce-Implementierung an unserer Seite.“

Claudia Weiß, Project Manager, ECKART

ECKART, ein Unternehmen der Altana-Gruppe, ist einer der weltweit führenden Hersteller von Metallic- und Perlglanz-Pigmenten. Das Unternehmen aus Hartenstein beliefert mit seinen 1.700 Mitarbeitern Kunden aus der Lack- und Farbenindustrie, aus der Druck-, Kunststoff-, Porenbeton- sowie Kosmetikindustrie. Das Unternehmen unterhält Niederlassungen und Vertretungen auf allen Kontinenten. Das umfangreiche Sortiment an Perlglanz- und Metalleffektpigmenten hilft den Industriekunden brillante Effekte auf Fahrzeugen zu erzielen, schützt Immobilien vor Wittereinflüssen oder veredelt Verpackungen und Zeitschriften. Darüber hinaus liefert das Unternehmen Aerosole, Farben, Lacke und Pulver – von Effektlacken über Thermolacke bis zu Speziallacken. Ein Teil des Sales-Prozesses ist der Versand von kostenlosen Proben, mit denen potenzielle Kunden testen können, ob sich Produkte für den gewünschten Einsatzzweck eignen. ECKART wollte seinen internationalen Vertrieb besser steuern und eine erhöhte Transparenz in die Vertriebsabläufe bringen, zudem sollte das Marketing besser integriert werden. ECKART entschloss sich dazu, ein neues CRM-System auf Basis von Salesforce aufzubauen. T-Systems kümmerte sich um die Lizenzierung, implementierte das System nach den Vorgaben von ECKART und leistet als Full-Service Provider auch den Support.

Auf einen Blick

- Veraltetes, wenig leistungsfähiges Siebel CRM für den Sales Support
- Ablösung durch modernes Salesforce-System
- Einführung Service Cloud und Marketing Cloud
- Verbesserte Transparenz und Sales-Steuerung

Die Referenz im Detail

Herausforderung

Die Siebel-CRM-Lösung, die dem Vertrieb als Werkzeug diente, war in die Jahre gekommen. Das hoch-individualisierte Siebel-System konnte weder Transparenz in die globalen Sales-Aktivitäten bringen noch war es einfach zu nutzen. Beispielsweise war unklar, warum Deals verloren gingen oder welche Produkte in welchem Maße und in welcher Region nachgefragt werden. Zudem war das Siebel-System nicht mit Outlook oder dem ERP-System integriert; mobile Verfügbarkeit – Fehlanzeige. Um den Sales-Prozess zu professionalisieren und besser zu steuern, entschloss sich ECKART das Siebel-System durch ein modernes Salesforce-System abzulösen. Hauptziel: Das System sollte den Vertrieb unterstützen und durch eine zeitgemäße Analytik auch die zielgerichtete Steuerung des Geschäfts ermöglichen. Gleichzeitig sollte das System auch als Basis für einen integrierten Sales- und Marketing-Auftritt dienen. Als einer der führenden Salesforce-Partner für den DACH-Raum kam T-Systems bei der Einführung zum Zuge.

Lösung

Ausgangspunkt der Lösung für ECKART waren zwei interne User Stories: „Visit the customer“ und „In your daily business“. Entlang dieser zentralen Aufgaben für Sales wurde die Salesforce Service Cloud konzipiert und implementiert. Die Systeme dienen dazu, alle Kundenkontakte zu dokumentieren und daraus Analysen zu erzeugen. Die Salesforce Service Cloud wird als SaaS aus der Cloud bereitgestellt. T-Systems passte die Standard-Lösung an die Bedürfnisse von ECKART an. Insbesondere wurden Schnittstellen zu den Partnersystemen wie ERP designt, damit ein durchgängiges Nutzererlebnis entstehen kann und die Arbeit für Sales vereinfacht wird. Darüber hinaus migrierte T-Systems die im Siebel-System vorhandenen Daten in die Salesforce Service Cloud. Im zweiten Schritt führte T-Systems für ECKART die Salesforce Marketing Cloud ein. Damit entsteht eine umfassende Prozessunterstützung an der Kundenschnittstelle sowie ein 360-Grad-Blick über Markt, Wettbewerb und Kunde. Das neue Salesforce-System erlaubt nun beispielsweise Loss-Analysen und eine Steuerung der Sales-Pipeline. Auch der Status der übersandten Proben kann nun transparent nachverfolgt werden. Damit gehen keine Leads mehr verloren.

Kundennutzen

Mit dem neuen integrierten Sales-/Marketing-System von Salesforce erhält ECKART nun umfassende Transparenz über die regionalen Sales-Pipelines. Der regionale Vertrieb kann über passende Erfolgsfaktoren gesteuert werden, erhält aber auch wertvolle Einblicke, die er für seine Tätigkeit nutzen kann. So wird beispielsweise über Loss-Reviews nachvollziehbar, welche Gründe für entgangene Deals verantwortlich sind: beispielsweise ein zu hoher Preis, Verfügbarkeit des Produkts, mangelnde Logistik oder schwache Kundenbeziehung. Die Analysen des Systems können aber nicht nur retrospektiv eingesetzt werden. Die Einblicke in die Sales-Pipeline bieten ECKART die Möglichkeit, das zukünftige Business gezielter steuern – entsprechend der regionalen Nachfrage. Die Reflektion des Kundenverhaltens bietet dem Unternehmen wichtige Hinweise darauf, wie die eigenen Produkte am Markt ankommen. Über aussagekräftige Business-Analysen hinaus bietet Salesforce den Vertriebsteamen auch die Chance für eine intensiviertere Kommunikation und Zusammenarbeit über spezifische Gruppen. In den Gruppen können spezifische Aktivitäten auf Basis eines 360-Grad-Kundenblicks vereinbart werden – u.a. das aktive Nachverfolgen von Pigment-Proben, um einen Lead aktiv voranzubringen. Mit dem neuen System hat ECKART seinen Marktengang erheblich professionalisiert. Erhöhte Transparenz und Effizienz des Vertriebs schafft die Basis für die Generierung von Neugeschäft und bietet dem Unternehmen wichtige Fingerzeige, wie die Produkte weiterentwickelt werden können. Im nächsten Schritt plant der Pigmenthersteller weitere Salesforce-Funktionen einzusetzen, die den Vertrieb noch stärker unterstützen. Hier wird diskutiert ob das System den Vertriebsmitarbeitern nächste Schritte für Aktivitäten gegenüber dem Kunden empfiehlt.

Weitere Vorteile:

- Integration mit SAP und Outlook für bruchfreies Arbeiten
- Mobiler Zugriff auf Informationen
- Moderne Oberfläche und intuitives Arbeiten
- Verbesserte Zusammenarbeit – auch über Regionen hinweg
- 360-Grad-Sicht auf Kunden

Kontakt

T-Systems International GmbH
Hahnstraße 43d
60528 Frankfurt am Main
E-Mail: referenzen@t-systems.com
Internet: www.t-systems.com

Herausgeber

T-Systems International GmbH
Marketing
Hahnstraße 43d
60528 Frankfurt am Main
Deutschland