

## **CRM-Best-Practice-Award: Die Erfolgsgeheimnisse des Gewinners**

### **Mit CRM für die Zukunft gerüstet!**

von Martin Hubschneider, Vorstandsvorsitzender der CAS Software AG (Karlsruhe)

**Der Werkstoffhersteller Isabellenhütte Heusler wurde auf der Kölner Fachmesse CRM-Expo mit dem CRM-Best-Practice-Award 2003 in Gold in der Kategorie Mittelstand ausgezeichnet. Sein erfolgreiches Kundenbeziehungsmanagement hat das Unternehmen mit der CRM-Groupware genesisWorld aufgebaut.**

Mit dem CRM-Best-Practice-Award werden besonders gut geplante und erfolgreich umgesetzte CRM-Projekte prämiert, die für andere Unternehmen beispielhaften Charakter haben. Über die Teilnehmer des letzten Wettbewerbs kam die Fachjury ins Schwärmen: „CRM wie aus dem Lehrbuch!“, so die einhellige Meinung der Experten.

Die Isabellenhütte Heusler GmbH KG blickt auf eine über 500-jährige Geschichte auf dem Gebiet der Metallverhüttung und -verarbeitung zurück. Heute ist das Unternehmen ein weltweit führender Hersteller von elektrischen Werkstoffen mit 330 Mitarbeitern. Die Einführung eines Kundenbeziehungsmanagements sollte den Umgestaltungsprozess vom produkt- zum kundenorientierten Unternehmen unterstützen: „Wir sind mit unseren innovativen Produkten seit über 500 Jahren erfolgreich. Jetzt führen wir CRM ein, damit wir auch weiterhin für die Zukunft gerüstet sind“, erläutert CRM-Projektleiter Patrick Hofmann die CRM-Strategie von Isabellenhütte.

#### **Pragmatischer Ansatz**

Patrick Hofmann ist davon überzeugt, dass sich viele Unternehmen durch übertriebene Anforderungen selbst ausbremsen: „Auch ein gutes CRM-System löst nicht alle organisatorischen Probleme einer Firma. Die CRM-Einführung bietet jedoch die Chance, ein Unternehmen aufzuräumen und eine optimierte Organisationsstruktur leistungsfähig abzubilden.“ Zwei Punkte waren für den Erfolg von Isabellenhütte entscheidend: CRM wurde nicht als Software-Lösung, sondern als Unternehmensstrategie betrachtet. Zudem stand die Geschäftsführung hundertprozentig hinter der CRM-Vision.

Wesentliche Zielsetzung bei der CRM-Einführung war die schnelle und vollständige Erfassung aller Kunden-, Lieferanten- und Partnerkontakte. Dazu gehörten im Einzelnen:

- Erhöhung der Kundenzufriedenheit
- schnelle Selektion von Informationen
- strukturiertes Aufgabenmanagement
- (schrittweise) Auflösung der klassischen Ablage
- Reduktion von Fehlern
- Gewinnung von Zeitressourcen
- Nutzung des heutigen Technikstandards

## **Gründliche Planung**

„Wir haben jeden Arbeitsplatz unter die Lupe genommen und die künftigen Anwender nach ihrer voraussichtlichen Nutzungsintensität in Gruppen eingeteilt“, erklärt Hofmann. „Verschiedene Arbeitsprozesse wurden sogar mit der Stoppuhr gemessen.“ Auf dieser Basis konnte sehr pragmatisch der Bedarf und das Unterstützungspotenzial der Mitarbeiter ermittelt werden. Zudem wurden Schlüsselanwender frühzeitig in den Entscheidungsprozess eingebunden.

Nach einer gründlichen Prüfung von mehreren CRM-Lösungen entschied sich Isabellenhütte für genesisWorld. Im Rahmen einer Testinstallation wurde die CRM-Groupware in einer Pilotgruppe eingeführt. Mit den Arbeitsergebnissen, die diese Gruppe erzielte, wurden die internen Arbeitsabläufe optimiert und schließlich genesisWorld stufenweise an über 50 Arbeitsplätzen in Vertrieb, Verwaltung und Entwicklung eingeführt.

## **Change Management - Nutzen transparent machen**

Die Einführung eines CRM-Systems verändert Arbeitsabläufe. Und Veränderungen sind nicht immer willkommen. Bei Isabellenhütte wurden die Mitarbeiter deshalb in den Veränderungsprozess einbezogen. An jedem Arbeitsplatz wurden die Arbeitsprozesse analysiert und die Frage gestellt, ob wirklich jede Aufgabe notwendig ist und ob sie durch die Unterstützung eines CRM-Systems nicht schneller und besser erledigt werden kann. Skeptiker wurden individuell betreut und der Nutzen für Kunden und Mitarbeiter deutlich herausgestellt. Die pragmatische Vorgehensweise bewährte sich auch hier: Es wurden nur die Aufgaben in genesisWorld abgebildet, die für die Mitarbeiter nachvollziehbar waren.

## **Schrittweise Einführung – schnell und reibungslos**

Die Einführung lief aufgrund der realistischen Planung und der sukzessiven Vorgehensweise schnell und reibungslos: „Wir wollten nicht die gesamte Funktionalität auf einmal einsetzen, sondern schnell mit den Funktionen arbeiten können, die für unsere Kundenbetreuung entscheidend sind“, sagt der Projektleiter. Auf diese Weise wurde der Nutzen von genesisWorld sehr schnell deutlich. Entsprechend hoch ist auch die Akzeptanz der CRM-Groupware bei den Mitarbeitern.

„Mit genesisWorld sparen alle eingebundenen Mitarbeiter pro Tag im Durchschnitt 14 Minuten an kostbarer Arbeitszeit, im Vertriebsbereich sind es täglich sogar bis zu 30 Minuten“, resümiert Patrick Hofmann. Bezogen auf die eingebundenen Arbeitsplätze summiert sich dieser Wert auf 3.300 Arbeitsstunden pro Jahr. Damit haben sich die Kosten für das CRM-System in weniger als einem Jahr amortisiert. Durch den Gewinn des CRM-Best-Practice-Awards sieht Hofmann die planvolle Vorgehensweise von Isabellenhütte bestätigt: „Wir

haben gezeigt, dass auch mittelständische Unternehmen bei der CRM-Einführung einen schnellen ROI erzielen können.“

### **Erfolgreicher werden mit genesisWorld**

Der schnelle Return of Investment, die Zufriedenheit der Anwender und die Begeisterung der Projektleitung haben die Jury des CRM-Best-Practice-Awards überzeugt. Wir freuen uns darüber, dass wir mit genesisWorld einen Beitrag zu dem ausgezeichneten Kundenbeziehungsmanagement von Isabellenhütte leisten konnten.

Mit über 25.000 Anwendern zählt genesisWorld heute zu den führenden CRM-Lösungen im Mittelstand. Die Software lässt sich schnell einführen, bietet einen hohen Nutzen und ist kostengünstig. Für unsere innovative Produktpalette haben wir mehrere Preise erhalten, darunter den „CRM Award“, den Preis „Top 100“ und den „European IT Prize“. Zuletzt hat genesisWorld den TeleTalk Best of CeBIT 2004 Award in der Kategorie Call Center- & CRM-Lösungen erhalten. Mit diesem Award rückt das Fachmagazin TeleTalk innovative CeBIT-Exponate ins Rampenlicht, die neue Business-Potenziale eröffnen und Impulse geben. Die Auszeichnung bestätigt die Entwicklung von CAS Software zum führenden nationalen CRM-Hersteller für den Mittelstand.

CRM mit genesisWorld - der Nutzen für den Mittelstand:

- Alle relevanten Informationen über Kunden unternehmensweit im Zugriff
- Alle notwendigen Basisfunktionalitäten für eine einheitliche Kundenbetreuung und Kundengewinnung
- Unternehmensweites Informationsmanagement (Kunden, Adressen, Termine, Aktivitäten, Korrespondenz) in einem Produkt
- Nahtlose Integration der flankierenden Systeme wie Mail, Fax, Office und Scanning-Tools zur Archivierung
- Einfache und schnelle Anpassung an individuelle Anforderungen
- Wenn ein Kunde anruft, öffnet die Rufnummernerkennung automatisch dessen Kundenakte am Bildschirm
- Funktionalitäten für die unterschiedlichen Benutzergruppen in Vertrieb, Marketing, Service und Telefonzentrale
- Komfortable Suchfunktionen
- Durch den Einsatz der CRM-Lösung wird eine grundlegende Anforderung der ISO/TS 16949 realisiert

Das Ergebnis für das Unternehmen:

- Zufriedene Kunden und motivierte Mitarbeiter
- Aufgaben werden zeitnah erledigt
- Einheitliches Archivierungssystem
- Optimale Kapazitätenplanung bei Terminen
- Schnelle Bereitstellung von Informationen
- Return on Investment in weniger als einem Jahr