

## SAP Customer Success Story



Mit dem Interaction Center baut die **BertelsmannDirect Group** ihre Kundenbeziehungen aus. Daten über die Buch- und Musikclubmitglieder werden mit SAP Business Information Warehouse (SAP BI) – der bewährten Data-Warehouse-Lösung innerhalb von mySAP Business Intelligence (mySAP BI) – aufbereitet und mit dem Interaction Center der SAP in mehr Geschäftserfolg umgesetzt.

**DIRECTGROUP**  
BERTELSMANN



## **BERTELSMANN DIRECTGROUP**

### **EFFIZIENTE KUNDENBINDUNG DURCH PERSONALISIERTE ANGEBOTE**

Die mehr als 40 Millionen Mitglieder der weltweiten Buch- und Musikclubs in 22 Ländern geben stündlich mehrere zehntausend Bestellungen auf. Neue Kunden zu gewinnen, Kunden länger an sich zu binden und den Umsatz pro Kunde zu steigern lauten die wichtigsten Geschäftsziele. "Wir kennen unsere Kunden und wollen dieses Wissen in Zukunft noch stärker dazu nutzen, ihnen genau das anzubieten, was sie wünschen", erklärt Christoph Lüchow, der Koordinator für das grenzüberschreitende IT-Projekt. Veränderte Kundenerwartungen sowie neue Kommunikations- und Vertriebskanäle über das Internet erfordern ein strategisches Kundenwertmanagement.

### **EINE NEUE DIMENSION DER INTEGRATION**

Da über das Produktspektrum und die Preispolitik kaum Spielraum zur Differenzierung vom Wettbewerb besteht, sind zielgruppenspezifische Angebote und exzellente Serviceleistungen wichtige Erfolgsfaktoren. Gefordert war eine Lösung, die alle wesentlichen Geschäftsprozesse in Marketing, Service und Logistik sowie Finanzwesen und Controlling integriert. "Effizientes CRM ist unser Anspruch. mySAP BI und das Interaction Center sind zwei wesentliche Instrumente, mit denen wir diesen Anspruch verwirklichen", so Christoph Lüchow. Für SAP haben sich die Bertelsmann Clubs unter anderem wegen der einfachen Integration in die SAP Unternehmenslösung entschieden. Ein weiterer Faktor war die Möglichkeit einer schnellen Implementierung, insbesondere von SAP Business Information Warehouse.

**SAP Deutschland  
AG & Co. KG**

Neurottstraße 15a

69190 Walldorf

T +49/1805/34 34 24\*

F +49/1805/34 34 20\*

\*DM 0,24/Minute (in Deutschland)

[www.sap.de/crm](http://www.sap.de/crm)

Die Einführung der Data-Warehouse-Lösung der SAP wird durch Vorkonfigurationen erleichtert. Die zeitraubende und komplizierte Bereitstellung von Inhalten wie z.B. Berichts- und Analyse-Optionen entfällt.

### INDIVIDUELLE KUNDENBETREUUNG

Im Mittelpunkt des Projekts steht die Zielsetzung, das Marketing auf der Grundlage von vorhandenen Informationen über die Kunden mit Hilfe des SAP Business Information Warehouse und des Interaction Center stärker zu personalisieren. Geschäftsprozesse werden zielgruppenspezifisch betrachtet und im System abgebildet. Dies umfasst die gesamte Prozesskette vom Marketing über Kundenneugewinnung, regelmäßige Angebotskommunikation, Bestellannahme über verschiedene Kommunikationswege bis zur Lieferung und zum Service. Dabei können pro Mitglied bis zu 50 direkte Kundenansprachen und -kontakte pro Jahr konfiguriert, personalisiert und gesteuert werden.

### EINE SICHT ÜBER ALLE KANÄLE

SAP BW stellt die dazu nötigen Analysewerkzeuge zur Verfügung, führt Daten aus unterschiedlichen Quellen zusammen und stellt sie den Kundenbetreuern im Interaction Center bereit. Diese erhalten eine Kundensicht über alle Vertriebs- und Kommunikationskanäle hinweg. Die Kundenberater sind beispielsweise beim Anruf eines Kunden umfassend über dessen Interessen, sein Kaufverhalten sowie über die Marketingziele ihres Buchclubs informiert. Aufbereitet werden zum Beispiel Vertrags- und Transaktionsdaten des Kunden, aber auch Angaben zur Lieferbarkeit einzelner Produkte. Der Kundenbetreuer im Interaction Center ist somit die zentrale Stelle für die Pflege und Bearbeitung aller Informationen zu einzelnen Kunden über alle Vertriebskanäle hinweg.

### TELEFONIE-INTEGRATION

Das Interaction Center verfügt über eine Computer-Telefonie-Integration (CTI) für das Call-Management. Diese Schnittstelle (SAPphone) stellt die Verbindung zwischen Systemanwendungen und CTI-Middleware-Produkten oder Telefoniekomponenten her. Über interaktives Scripting können die Kundenbetreuer Gesprächsleitfäden einsetzen, um zum Beispiel zusätzliche Produkte anzubieten oder neue Kunden zu gewinnen.

### MODERNES DIREKTKUNDENGESCHÄFT

"Die Einführung einer integrierten CRM-Lösung ist für uns eine wesentliche Voraussetzung, um unsere Vision eines modernen Direktkundengeschäfts für die Bertelsmann AG in einem schwierigen Umfeld zu realisieren", skizziert Dr. Klaus Eierhoff, Mitglied des Vorstands der Bertelsmann AG, die Bedeutung des Projekts. Durch die integrierte und hochautomatisierte Lösung von SAP und die damit verbundenen Prozessverbesserungen könne Bertelsmann die Kosten- und Effizienzführerschaft in seinen Märkten erreichen. Denn mit Hilfe einer kundenorientierten Programmauswahl und Preisgestaltung, durch exzellenten Service, vielfältige Vertriebs- und Kommunikationswege und durch eine personalisierte und interaktive Kundenbeziehung schaffe Bertelsmann ein einzigartiges Einkaufserlebnis für seine Kunden.

Als Beratungs- und Implementierungspartner wählte Bertelsmann das auf CRM spezialisierte IT-Beratungshaus Bertelsmann mediaSystems GmbH, den SAP-Entwicklungspartner syskoplan AG und CM4 GmbH & Co. KG, ein Joint Venture Unternehmen von syskoplan und Bertelsmann mediaSystems. In einer ersten Stufe werden das Interaction Center und mySAP Business Intelligence in den fünf umsatzstärksten Clubs eingeführt, die etwa 70 Prozent des Geschäftsvolumens abdecken: in den Niederlanden, Deutschland, Großbritannien, USA und Frankreich.

