

SAP Customer Success Story

Was macht ein erfolgreiches Unternehmen noch erfolgreicher? Customer Relationship Management (CRM) oder anders genannt der systematische Aus- und Aufbau von Kundenbeziehungen. Die Vertriebsgesellschaft FAG Sales Europe, die im **FAG Kugelfischer Konzern** das europäische Geschäft mit Industriekunden verantwortet, setzt seit kurzem im deutschen Vertrieb die CRM-Lösung der SAP, **mySAP™ Customer Relationship Management (mySAP™ CRM)**, für eine ganzheitliche Kundenbetreuung ein. Das Ziel: effiziente Prozesse, besserer Service, mehr Umsatz.

FAG



mySAP™ CRM BEI FAG SALES EUROPE – IN SCHNELLEN SCHRITTEN ZU MEHR SCHLAGKRAFT IM VERTRIEB

HIGH-TECH UNTERNEHMEN IN DER PRÄZISIONS- UND WÄZLAGERTECHNOLOGIE

Wälzlager braucht man für jede Art von maschineller Fortbewegung, denn ohne Wälzlager dreht sich kein Rad, läuft keine Maschine, fliegt kein Flugzeug, steigt keine NASA-Rakete in den Himmel. Die FAG Kugelfischer Georg Schäfer AG mit Sitz in Schweinfurt/Bayern ist seit über 100 Jahren ein weltweit führendes Unternehmen in der Wälzlagerindustrie. FAG liefert Wälzlagerungen jeder Art für den Maschinenbau, die Automobil- und Eisenbahntechnik sowie Hochpräzisionslager für die Luft- und Raumfahrt. Von den weltweit 18.000 Mitarbeitern entfallen 450 Beschäftigte auf die in Europa tätige größte Vertriebsorganisation von FAG, die FAG Sales Europe, die in 12 Ländern Niederlassungen unterhält und 2001 einen Jahresumsatz von rund 400 Millionen Euro erwirtschaftete.

MIT mySAP CRM VISIONEN UMSETZEN UND ZUKUNFT SICHERN

Bei einer Basis von europaweit 4.000 Kunden (Geschäftseinheit Industrial Bearings Europe) und einem Artikelsortiment, das die 40.000er Marke überschreitet, braucht man ohne eine leistungsfähige Softwarelösung gar nicht erst über CRM nachzudenken.


**SAP Deutschland
AG & Co. KG**

 Neurtstraße 15a
 69190 Walldorf
 T 0800/5 34 34 24*
 F 0800/5 34 34 20*

*gebührenfrei in Deutschland

 T +49/180/5 34 34 24*
 F +49/180/5 34 34 20*

**gebührenpflichtig

E info.germany@sap.com

www.sap.de

Die Entscheidung, welche Software das innovative Kundenbeziehungsmanagement unterstützen sollte, fiel leicht. W. Jürgen Schmitt, CIO FAG Kugelfischer: „Als langjähriger SAP-Anwender kam aufgrund der Funktionalität, der engen Integration mit SAP® R/3® und der Aussicht auf kurze Implementierungszeiten letztlich nur eine Lösung in Frage: mySAP Customer Relationship Management.“

SCHNELLER KANN MAN NICHT IMPLEMENTIEREN – BRAVOURÖSER START MIT DER NEUEN VERSION VON mySAP CRM MOBILE SALES

Der deutsche Vertrieb von FAG Sales Europe ist als FAG-Pilot weltweit der erste SAP-Kunde, der das neue Release 3.0 der Außendienstlösung mySAP CRM Mobile Sales erfolgreich einsetzt. Gemeinsam mit dem Beratungspartner IBM Global Services, der auch Betreiber der Lösung ist, und der CRM-Beratung von SAP Deutschland wurde die erste Stufe des klar definierten CRM-Projektes innerhalb von nur zwei Monaten realisiert. Dieser schnelle Erfolg wurde möglich, weil sich die Unternehmensleitung zu einem stufenweisen Vorgehen entschloss, das schnell zu den gewünschten Resultaten und interner Akzeptanz führte.

Hand in Hand mit der „Wunderwaffe CRM“ gehen immer auch organisatorische Umstrukturierungen einher. Bei FAG Sales Europe bedeutete dies die Einrichtung und Ausstattung von Home Offices für die Außendienstmitarbeiter, die Neuordnung von Vertriebsgebieten sowie die Verlagerung von Aufgaben- und Verantwortungsbereichen. mySAP CRM ermöglicht dabei eine noch klarere Kundenfokussierung und optimiert die Zusammenarbeit der rund 300 direkt am Markt tätigen Vertriebsmitarbeiter, Techniker und Customer Service Angestellten.

MOBILE VERFÜGBARKEIT ALLER KUNDENDATEN STATT MEDIENBRÜCHE

mySAP CRM Mobile Sales räumte mit den bisherigen Prozessen im Vertrieb gründlich auf. Größtes Manko des bis dato üblichen Procedere war die uneinheitliche Vorgehensweise in Bezug auf die Gewinnung, Darstellung und Auswertung der Kundendaten. Während der Vertrieb vorher einmal wöchentlich SAP R/3-Daten in Office-Anwendungen exportierte, verfügen die Außendienstmitarbeiter heute auf Knopfdruck über eine einheitliche, aktuelle Gesamtsicht auf alle Kundendaten – und das im Home-Office ebenso wie vor Ort beim Kunden. Neue Kundendaten oder Opportunities werden in strukturierter Form erfasst. Das Fazit: In Summe eine große Arbeitserleichterung und die perfekte Unterstützung für den Außendienst, der jeden Kundenbesuch damit optimal vor- und nachbereiten kann.

Nach dem erfolgreichen Abschluss der ersten Stufe wird nun die Anbindung an die Datawarehouse-Lösung mySAP Business Intelligence geplant mit dem Ziel, das operative durch ein analytisches CRM zu ergänzen. Dieses soll dann Potenzialanalysen, Auswertungen und verdichtete Kundendaten für Außendienst und Vertriebsmanagement liefern.

ERFOLGSSTORY MIT SCHNELLEM RETURN ON INVEST

40 Anwender in Deutschland arbeiten derzeit mit mySAP CRM, sukzessive werden die übrigen nationalen Vertriebsmitarbeiter und in Stufe 2 auch das Management ausgestattet. Der europäische Roll-out ist für 2003 geplant. Die zügige Projektentwicklung, die pragmatische Vorgehensweise und die bisherigen Ergebnisse sind an sich schon nennenswerte Erfolge. Noch interessanter sind allerdings die wirtschaftlichen Aspekte: „Wir rechnen aufgrund der effizienteren Prozesse und der besseren Marktausschöpfung mit einem Payback von deutlich unter zwei Jahren“, so Bernhard Pfaffenberger, Vice President Business und Administration bei FAG Sales Europe.