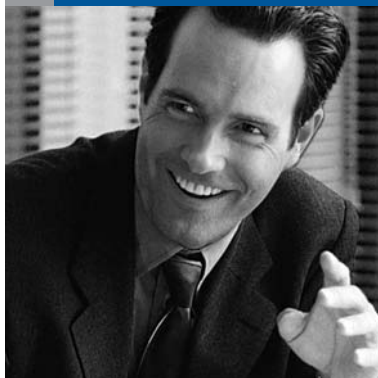


## SAP Customer Success Story



**Siemens mobile**, eines der führenden Unternehmen im Mobilfunkgeschäft, geht im Vertrieb und Marketing neue Wege. Mit mySAP™ CRM erhielt zunächst der Außendienst im April 2001 eine Lösung für die effektive Betreuung des Fachhandels. Seit September 2002 setzt **Siemens mobile** darüber hinaus mySAP CRM ein, um Marketingkampagnen rund um den Globus zu koordinieren und auszuwerten. SAP® Consulting führte beide Projekte zielsicher zum Erfolg.

# SIEMENS



## SIEMENS mobile

### MEHR POWER IN VERTRIEB UND MARKETING MIT mySAP™ CRM

Siemens mobile deckt das komplette Mobilfunkgeschäft mit Endgeräten, Netzwerk-Infrastruktur und mobilen Anwendungen ab. Zum Produktportfolio zählen u.a. Mobiltelefone, Messaging, ortsabhängige Dienste und Lösungen für mobiles Bezahlen. Das in München ansässige Unternehmen erzielte im Geschäftsjahr 2001/2002 einen Umsatz von 11 Milliarden Euro und beschäftigt weltweit rund 28.600 Mitarbeiter.

### MIT SAP VIELFÄLTIGE HERAUSFORDERUNGEN MEISTERN

Auf dem Mobilfunkmarkt ist eine zentrale Herausforderung, aussagekräftige Informationen über Endkunden zu erhalten. Um dieser Herausforderung zu begegnen, setzt Siemens mobile verstärkt auf die Unterstützung von Vertrieb und Marketing durch zukunftsweisende IT-Lösungen.

So ging bereits im Frühjahr 2001 mit mySAP™ CRM Mobile Sales eine Lösung an den Start, die den deutschen Außendienst von Siemens mobile unterstützt. Ausschlaggebende Faktoren für die Entscheidung zugunsten der SAP-Anwendung waren die reibungslose Integration mit der vorhandenen Unternehmenssoftware SAP® R/3® sowie die innovative Technologie.

### **MEHR FLEXIBILITÄT FÜR DEN AUSSENDIENST**

„Mit mySAP CRM haben wir die sichere Basis für eine nahtlose Kommunikation zwischen Zentrale und Außendienst geschaffen“, bringt Dr. Heinz Baur, Projektleiter SAP CRM bei Siemens mobile, den Gesamtnutzen auf den Punkt. Das sah zuvor anders aus. Es galt, die bisher genutzten IT-Insellösungen durch standardisierte, durchgängige Vertriebsprozesse zu ersetzen. Das Wichtigste daran: Der Außendienst, der bis dato seine Aktivitäten in Papierform dokumentierte, wurde mit Laptops ausgestattet und kann nun jederzeit Kundendaten elektronisch erfassen, übermitteln und Vertriebsaktionen anstoßen.

### **GESTIEGENE BERATUNGS- UND SERVICEQUALITÄT**

Der Außendienst schöpft dabei aus einer Fülle von Informationen für ein zeitgemäßes Kundenmanagement. Beispiele aus der täglichen Praxis verdeutlichen dies: Daten zu Ansprechpartnern, Kundenaktivitäten, Mailings und Werbemaßnahmen werden über das Aktivitätenmanagement gesteuert. Darüber hinaus sorgt ein ausgefeiltes Berichtswesen für Transparenz und Aktualität. Planerfüllungen oder -abweichungen je Kunde können übersichtlich verglichen werden. Zudem fließen Marktdaten von Drittanbietern ein.

„Unsere Erwartungen sind in jeder Hinsicht erfüllt worden“, zieht Dr. Heinz Baur ein positives Resümee. „Die umfassenden Funktionalitäten von mySAP CRM haben Freiräume für gezielte Vertriebsaktivitäten und eine bessere Marktbearbeitung geschaffen.“

Dabei sollte es nicht bleiben: Die gute Erfahrung im Vertriebsbereich waren ein maßgeblicher Grund, auch im globalen Marketing für Mobile Phones auf mySAP CRM zu setzen.

### **ZUGRIFF AUF ENDKUNDEN-DATEN**

#### **IN ALLEN SPRACHEN**

Die neue Ära des globalen Marketings begann bei Siemens mobile im September 2002. Dann ging die CRM-Lösung in den Produktivbetrieb, die internationale Marketingaktivitäten im Business-to-Consumer-Bereich unterstützt. Ziel war es, Kundendaten aus verschiedenen Quellen und aus allen Teilen der Siemens mobile-Welt in einem einzigen System zu bündeln und sie für Marketingzwecke bereitzustellen. Um die in verschiedenen Sprachen erfassten Daten global nutzen zu können, wurde die Unicode-Technologie eingesetzt. Sie bringt verschiedene Zeichensätze, darunter auch Chinesisch und Japanisch, in Einklang. Eine wesentliche Voraussetzung dafür, dass die Kundendaten weltweit in den unterschiedlichen Sprachen erfasst und ausgetauscht werden können.

### **SAP CONSULTING MIT KOMPETENZ UND VERTRAUEN**

Als Implementierungspartner für die Einführung von mySAP CRM wählte Siemens mobile die Kompetenz und Erfahrung von SAP Consulting. Hierfür sprachen zum einen die Erfolge aus vorangegangenen SAP-Projekten. Zum anderen verfügten die Berater neben fundierten Branchenkenntnissen über ein umfassendes und detailliertes Wissen zu den SAP-Lösungen: Die Implementierung von mySAP CRM stellte hohe technische Anforderungen. Dabei erwies sich die Nähe von SAP Consulting zur Produktentwicklung als ein entscheidender Vorteil.

„Lösung und Beratung aus einer Hand“ machten es möglich, individuelle Anforderungen schnell und gezielt in die Kundenlösung einzubauen und aktuellste Weiterentwicklungen zu berücksichtigen.

## EIN GENAUES KUNDENBILD

Siemens mobile stellt mit mySAP CRM die Weichen für eine weltweite Vereinheitlichung der heterogenen Systemlandschaft: Die Kundendaten von einem weltweiten Call Center, von Online-Registrierungen und vom indirekten Vertrieb über Vermarktungspartner werden nun in einem System zusammengeführt. Durch die enge Integration von mySAP CRM mit mySAP™ Business Intelligence erhalten Marketing und Vertrieb detaillierte Analysen über die Kundenresonanz auf einzelne Kampagnen. Diese Auswertungen – auch analytisches CRM genannt – ermöglichen eine ständige und umgehende Anpassung der Marketingstrategien auf Basis aktueller Markt- und Kundendaten.

„Mit mySAP CRM gewinnt Siemens mobile ein genaues Bild jedes Kunden“ bringt Dr. Stefan Marx, Projektleiter SAP CRM bei Siemens mobile, den Nutzen auf den Punkt „So lassen sich Zielgruppen präzise ermitteln und auf diese perfekt zugeschnittene Marketingkampagnen durchführen.“

Darüber hinaus lassen sich Marketingkampagnen über Ländergrenzen hinweg koordinieren – ein wesentlicher Faktor, um die Wirkung der Kampagnen zu erhöhen und gleichzeitig die Kosten einzudämmen.

Zukünftig werden die Marketing-Mitarbeiter in verschiedenen Ländern Kundeninformationen in der jeweiligen Landessprache abrufen, entsprechende Marketingaktionen starten und ihre Endkunden über verschiedenste Kommunikations-Kanäle ansprechen. Externe Marketingagenturen können in diese Aktionen unterstützend eingebunden werden. Der Erfolg der Marketingkampagnen lässt sich anschließend problemlos ermitteln: Die Reaktion jedes einzelnen Kunden wird erfasst und ausgewertet, um daraus Schlüsse für Folgeaktivitäten zu ziehen. Die Ergebnisse der Analyse dienen als Basis für zukünftige Kampagnen und ermöglichen es, Zielgruppen noch genauer zu bestimmen.

## AUF EINEN BLICK

<b>Anwender:</b>	Siemens mobile, global agierendes und führendes Unternehmen auf dem Markt für Mobilfunk-Business
<b>Projekte:</b>	Optimierung des Vertriebs für den Fachhandel und Unterstützung des globalen Marketing für Endkunden durch eine einheitliche CRM-Lösung
<b>Software:</b>	mySAP CRM
<b>Hardware:</b>	Fujitsu Siemens Computer mit Windows 2000
<b>Datenbank:</b>	Oracle
<b>Beratung:</b>	SAP Consulting (Implementierungsberatung)

## DEN KUNDEN IM VISIER

Durch die Vereinheitlichung der vorhandenen Systemlandschaft erhalten die Mitarbeiter Kundeninformationen auf Knopfdruck. Damit wird der Grundstein gelegt für eine gezieltere Ansprache der Endkunden. Der zentrale Zugriff auf Kundendaten, die globale Durchführung von Marketingkampagnen und die umfangreichen Analysen machen das Marketing zum Grundpfeiler eines zukunftsorientierten Kundenmanagements.

THE BEST-RUN BUSINESSES RUN SAP



**SAP Deutschland  
AG & Co. KG**

Neurottstraße 15a  
69190 Walldorf  
T 08 00/5 34 34 24 \*  
F 08 00/5 34 34 20 \*

\* gebührenfrei in Deutschland

T +49/18 05/34 34 24 \*\*  
F +49/18 05/34 34 20 \*\*

\*\* gebührenpflichtig

E [info.germany@sap.com](mailto:info.germany@sap.com)

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

Kostenloser Online Newsletter  
**[www.sap.de/sapimfokus](http://www.sap.de/sapimfokus)**