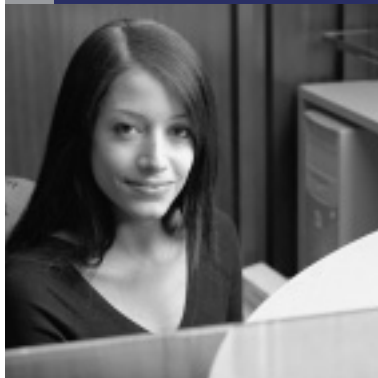


SAP Customer Success Story



Mehr Service für weniger Geld: Knapp formuliert das **Bosch Communication Center** das Ergebnis der mySAP™ Customer Relationship Management (mySAP CRM) Einführung. So wurden die **Agenten-Sprechzeiten der Kundendienst-Hotline für den Geschäftsbereich Bosch Thermotechnik um die Hälfte reduziert. Durch eine konsequent kapazitätsorientierte Einsatzplanung können die Service-Techniker nun mehr Aufträge am Tag erledigen. Eine Ausweitung der Lösung ist geplant.**

BOSCH

 Communication Center



BOSCH COMMUNICATION CENTER

DAS BOSCH COMMUNICATION CENTER ERHÖHT DIE KUNDENORIENTIERUNG UND STEIGERT GLEICHZEITIG DIE PRODUKTIVITÄT DURCH DIE EINFÜHRUNG VON mySAP™ CRM

Mit mehr als 800 Mitarbeitern in Europa gehört das Bosch Communication Center zu den TOP 10 der deutschen Call Center Outsourcing Anbieter. Mehr als 120 Kunden aus unterschiedlichen Branchen setzen auf das Europa-Netzwerk des Communication Center, das zuletzt 2003 um Niederlassungen in Spanien und England erweitert wurde. Als strategischer Partner seiner Kunden bietet der Dienstleister maßgeschneiderte Customer-Care-Lösungen über alle Kommunikationskanäle hinweg an. Dabei werden mitunter komplette Unternehmensfunktionen und Prozesse ausgelagert wie beispielsweise das Kundendienstmanagement von Bosch Thermotechnik. Für den Unternehmenszweig übernimmt der Dienstleister sämtliche Aktivitäten von der Vorqualifizierung am Telefon über die Service-Steuerung bis zur Personaleinsatzplanung der Servicetechniker.

ZUFRIEDENE KUNDEN: MIT mySAP CRM ARBEITET DAS CALL CENTER EFFIZIENTER

Gemeinsam verfolgen die Partner Bosch Communication Center und Bosch Thermotechnik das Ziel, einen optimalen Service zu bieten. Im Jahr 2002 beschlossen sie daher, durch ein Customer-Relationship-Management-(CRM)-Projekt alle Prozesse konsequent kundenorientiert auszurichten. Zwei Faktoren sprachen für die Einführung des Interaction Centers von mySAP™ CRM: Zum einen ließ es sich in die bestehende SAP®-R/3®-Basis integrieren. Zum anderen bietet die SAP-Lösung einen Überblick über den gesamten Prozess und bildet sowohl die Kunden- als auch die Gerätehistorie vollständig ab. Im August 2002 war Projektstart.


**SAP Deutschland
AG & Co. KG**

 Neurtottstraße 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

www.sap.de

Das Projektmanagement lag beim Bosch Communication Center, denn dort wird die Lösung im Hosting betrieben. Projektleiter René Morgenstern: „Wir konnten mit der ersten Version bereits im Juli 2003 in Betrieb gehen, und haben seither Erfahrungen mit mySAP CRM im Live-Betrieb gesammelt. Unser Communication Center arbeitet nun noch effizienter, die Service-Techniker von Bosch Thermotechnik sind besser ausgelastet und die Kunden noch zufriedener.“

So haben sich die Agenten-Sprechzeiten im Call Center um die Hälfte reduziert. Koordinierten bislang zehn Disponenten die Routen der hundert, über das gesamte Bundesgebiet verteilten Service-Techniker, geschieht dies heute in 90 Prozent der Fälle automatisch. Dabei hat sich die Perspektive grundlegend gewandelt: Früher wurden die Arbeitstage der Service-Techniker geplant, während man heute einzelne Aufträge disponiert. Für den Kunden bietet dieses Verfahren einen entscheidenden Vorteil: Gleich beim ersten Anruf wird ihm ein Servicetermin vermittelt, und er muss nicht – wie bisher üblich – auf einen Rückruf warten. Dazu bedienen sich die Agenten einer Dispositionslösung von ClickSoftware, die über Schnittstellen mit mySAP CRM zusammenarbeitet.

ANBINDUNG AN PERSONAL- UND MATERIALWIRTSCHAFT

Noch während des Telefonats kann der Bosch Communication Center-Mitarbeiter über Softwarekomponenten der MAP&GUIDE GmbH den Standort des Kunden bestimmen und den am schnellsten einsetzbaren Service-Techniker finden. Eine mobile Applikation von Wessendorf, die sich bei Bosch Thermotechnik bereits bewährt hat, informiert den Außendienst über den aktuellen Stand seiner Besuche und Routen. Angebunden an SAP R/3 erfolgt auch die Rechnungsstellung über diese Lösung. Gleich bei seinem Besuch rechnet der Techniker die Leistungen ab, wobei der Kunde mit EC-Karte bezahlen kann. Aus der Leistungsbeschreibung ist ersichtlich, welche Materialien verwendet wurden,

VORTEILE AUF EINEN BLICK

- Durch die Gesamtlösung konnte die Produktivität der Disposition um 50 % gesteigert werden
- Das Call Center vergibt Termine während des ersten Anrufs
- Der Außendienst ist optimal ausgelastet

und der entsprechende Prozess zur Ersatzteilbeschaffung wird angestoßen. Durch die Integration in die Lohnabrechnung entfallen zudem manuelle Zeitnachweise, mit denen die Außendienstmitarbeiter bisher rund vier Stunden im Monat beschäftigt waren. Im System erfolgt eine automatische Plausibilitätsprüfung der Dateneingabe, Routinekontrollen in der Administration entfallen somit. Darüber hinaus gehen die mobil eingegebenen Daten in die Finanzbuchhaltung und das Controlling ein.

Mit dem ganzheitlichen CRM-Ansatz gelang so zweierlei: Sowohl die Kundenorientierung als auch die Effizienz des Bosch Communication Centers ist gewachsen. Die Service-Techniker erledigen mehr Einsätze am Tag und die Reisezeiten werden minimiert. Auf der anderen Seite können sich Kunden nun häufiger darüber freuen, dass noch am selben Tag ein Techniker zu ihnen kommt. Außerdem erhöhte sich der Anteil der beim Erstbesuch erledigten Aufträge. Aufgrund der gesteigerten Produktivität in der Disposition und im operativen Kundendienst liegt der Return on Investment der mySAP-CRM-Einführung bei zweieinhalb Jahren. Der Call Center-Anbieter wertet das Pilotprojekt deshalb als vollen Erfolg. Zusammen mit Bosch Thermotechnik denkt man bereits darüber nach, die Lösung im europäischen Ausland einzusetzen, und auch weitere Kunden sollen künftig von dem integrierten Ansatz profitieren.

www.boschcommunicationcenter.com