



„CONCORD macht die globalen Siemens-Vertriebs- und -Marketingprozesse transparenter, effizienter, stabiler und sicherer.“

Olaf Naujoks, Siemens CIO Process Management

AUF EINEN BLICK

Zusammenfassung

Die Siemens AG ersetzt mit einer konzernweit einheitlichen Marketing- und Vertriebslösung namens CONCORD ihre bisherige heterogene CRM-Anwendungswelt und nutzt dafür die Best-Practices-Effizienz eines auf SAP-Lösungen basierenden CRM-Templates.

Internetadresse

www.siemens.de

Die wichtigste Herausforderung

Entwicklung von Prozess-Standards für alle relevanten CRM-Abläufe in der globalen Siemens-Welt

Projektziel

Realisierung einer einheitlichen Plattform für den globalen Zugriff auf aktuelle und konsistente Kundeninformationen über organisatorische und geografische Grenzen von Arbeitsgebieten, Landesgesellschaften und Geschäftsbereichen hinweg

Lösung und Services

mySAP CRM mit Lösungen für das Management von Geschäftspartnern, Kontakten, Marketingkampagnen, Leads, Opportunities und Aktivitäten sowie die Erstellung von Analysen und Reports

Entscheidung für SAP

- Funktionale Stärke, Internationalität und die Offenheit für länder- und bereichsspezifische Anpassungen
- Einfache Integration in SAP-basierte IT-Landschaft
- SAP als strategischer IT-Partner
- Verlässlichkeit und Zukunftssicherheit

Highlights

der Implementierung

- Projektstart im Februar 2003
- Erste Pilotinstallation im März 2004
- Go-live im Juni 2004
- Stufenweiser Roll-out innerhalb von 2-3 Jahren

Hauptnutzen für den Kunden

- Kostenvorteile durch reduzierte IT Betriebs- und Integrationskosten
- Effizienzsteigerung in Vertrieb und Marketing durch automatisierte Prozesse und methodische Unterstützung im gesamten Kunden-Interaktions-Zyklus
- Gezieltere Ausschöpfung von Geschäftschancen durch qualifizierte Informationen über Märkte und Kunden
- Förderung von Cross-Selling durch übergreifende Gesamtansichten auf Kunden
- Mehr Transparenz für Planung und Steuerung durch flexibles Vertriebsreporting

Implementierungspartner

- SAP Consulting*
- Siemens Business Services (SBS)

Vorhandene Systemlandschaft

Weitgehend auf SAP-Lösungen basierte IT-Infrastruktur

Anwender

Im Laufe der Projektrealisierung auf mehrere Zehntausend ansteigend

SIEMENS AG

Weltweite Standardisierung der IT-Unterstützung für Vertrieb und Marketing mit mySAP™ CRM

Die Siemens AG (Berlin und München), weltweit führender Elektrotechnik- und Elektronik-Konzern, besetzt mit seinen Arbeitsgebieten Information and Communications, Automation and Control, Power, Transportation, Medical und Lighting internationale Spitzenpositionen. Im Geschäftsjahr 2004 belief sich der Umsatz auf 75,2 Mrd. Euro. Weiteres profitables Wachstum verfolgt der Konzern mit einer Strategie, die auf Innovationskraft, Kundenfokussierung und globale Wettbewerbsfähigkeit setzt.

IT als Wertschöpfungstreiber

Prozessoptimierung spielt für die strategische Ausrichtung eine gewichtige Rolle. Das hat erhebliche Auswirkungen auf die unterstützenden IT-Strukturen. So werden die im Laufe der Zeit gewachsenen vielfältigen heterogenen Systeme und Lösungen in der gesamten Siemens-IT-Welt konsolidiert und strategisch neu justiert: An die Stelle des bisherigen Technologie-Ansatzes tritt die IT als Managementinstrument und Wertschöpfungstreiber.

Planung und Steuerung dieser Aktivitäten laufen bei Siemens CIO (Corporate Information Office) zusammen. Kostensenkungen realisieren und zusätzliche Ressourcen mobilisieren, heißt hier das übergeordnete Ziel. Standardisierte Prozesse über Bereiche und Regionen hinweg und die Ausschöpfung horizontaler Synergien ebnen im Rahmen eines Shared-Services-Ansatzes den Weg dafür.

* Seit dem 01.01.2005 kooperieren SAP Deutschland AG & Co. KG und SAP Systems Integration AG noch enger. Mit dem gemeinsamen Serviceportfolio SAP Consulting steht unseren Kunden künftig ein noch umfassenderes betriebswirtschaftliches sowie technisches Beratungsangebot zur Verfügung.

Harmonisierung der CRM-Welt

Im Referenzprozess-Haus, das Siemens weltweit für seine IT-Kernprozesse baut, nimmt das Customer Relationship Management einen gewichtigen Platz ein. CONCORD heißt das Projekt, mit dem Siemens im Umfeld von Vertrieb und Marketing die Zeiten unterschiedlichst gestalteter IT-Unterstützung beendet. Die Heterogenität in der CRM-Landschaft verursacht nicht nur zunehmenden Betriebskosten- und Integrationsaufwand. Die Zersplitterung durch eine Vielzahl von Tools steht zudem einem der vordringlichsten Ziele von Siemens im Weg: mit der verstärkten Nutzung von Synergien zwischen Konzernbereichen und Landesgesellschaften mehr Marktpotenzial und Geschäftschancen auszuschöpfen. „Eine Voraussetzung dafür sind insbesondere übergreifender Gesamtsichten auf unsere Kunden“, für Orhan Akbulut, CIO Program Manager für das CONCORD-Programm, ist das eines der wesentlichsten Ziele der globalen CRM-Initiative.

Den Weg zu Vereinheitlichung und Integration bereitete im Frühjahr 2003 eine grundsätzliche Entscheidung des Business Transformation Boards (BTB). Innerhalb dieses Siemens-Gremiums werden die vom übergeordneten E-Business Council vorgegebenen strategischen Vorgaben in konkrete Ziele und grundsätzliche Weichenstellungen umgesetzt. Sie bilden die Leitlinie für die praktische Umsetzung durch Siemens CIO.

Mit dem grünen Licht vom BTB nahm CONCORD feste Konturen an. Mit dem Namen verbindet sich die Zielsetzung des über mehrere Jahre laufenden Projektes. CONCORD steht für eine globale CRM-Plattform zur Unterstützung aller Presales-Funktionen: Lead-, Opportunity-, Account-, Kontakt- und Kampagnen-Management. Die übergreifende Koexistenz soll den Geist der Initiative verdeutlichen: Harmonische Zusammenarbeit über bisherige Grenzen von Bereichen und Gesellschaften hinweg. Mit der Zielsetzung einer stärkeren Kundenfokussierung gliedert sich CONCORD in unternehmensweite Programme ein, mit denen Siemens seine globale Wettbewerbsfähigkeit ausbaut.

Mit dem CRM-Template auf Vereinheitlichungskurs

Die Tür zu globaler Einheit im CRM-Anwendungsbereich öffnet sich Siemens mit mySAP™ CRM. Im Auswahlprozess spielte mySAP CRM unter anderem aus, was bei Siemens besonders gefordert war: die Integrationsstärke. Sie vereinfacht die Einbindung der CRM-Lösungen in das bereits bestehende Umfeld zahlreicher SAP®-Anwendungen. Gleichzeitig ebnet sie den Weg für die Verknüpfung mit Microsoft-Desktoplösungen wie MS Outlook und MS Excel sowie bereichsspezifischen Siemens-Anwendungen.

Eine Schlüsselrolle übernimmt in diesem Zusammenhang ein auf Basis von mySAP CRM entwickeltes Template. Diese Vorlage bildet die grundsätzliche Architektur der CRM-Prozesse innerhalb der Siemens-Welt ab, lässt den einzelnen Arbeitsbereichen, Gesellschaften und Regionen aber genügend Freiraum für Lokalisierungen.

Diese Freiräume galt es auszutangieren – zwischen zentraler Standardisierungs-Notwendigkeit auf der einen und dezentralen Ausgestaltungs-Anforderungen auf der anderen Seite. Mit der aktiven Einbeziehung der Bereiche und Regionen wurde diese Problematik nicht nur gelöst, sondern gleichzeitig eine wichtige Weiche in Richtung schneller Akzeptanz gestellt.

„Wir haben insbesondere in der Designphase eng mit SAP Consulting zusammengearbeitet und dabei vom fundierten Lösungs-Know-how der Berater profitiert.“

Orhan Akbulut, Program Manager CONCORD, Siemens CIO

Als „eine erhebliche Herausforderung“ bezeichnet Program Manager Orhan Akbulut die Phase grundsätzlicher Design- und Prozessgestaltung. Mit SAP Consulting und Siemens Business Services (SBS) holte sich Siemens CIO kompetente Unterstützung ins Projektteam, um diese Herausforderungen mit der gebündelten Kompetenz internen und externen Wissens zu bewältigen. Die SAP-Berater bewiesen sich dabei insbesondere in der Designphase als qualifizierte Wegbegleiter. „Sie haben mit ihrem sehr guten SAP-Applikations- und Prozess-Know-how themenspezifische Bedarfe abgedeckt und ihr Wissen in Experten-Workshops eingebracht.“

Die Bahnen sind bereit, um die weltweite CRM-Plattform künftig in das Gesamtgefüge der Siemens-Daten- und Prozessstrukturen einzubinden. Verknüpfungen zu Corporate Master Data, Product Master Data Integration, Siemens Corporate Directory, Enterprise Resource Planning und der Business-Warehouse-Lösung von SAP verdeutlichen in diesem Zusammenhang die Vielfalt der Wege, die Siemens-Mitarbeitern für den Zugriff auf die Siemens-Datenwelt offen stehen. Das Tor in diese Welt öffnen an den Arbeitsplätzen sowohl SAP GUI als auch im zunehmenden Maße als Web-Service SAP NetWeaver® Portal. Darüber hinaus werden auch mobile Anbindungen möglich sein.

Program Manager Orhan Akbulut zieht eine positive Bilanz der Zusammenarbeit mit SAP Consulting. Sie dauert mit veränderten Schwerpunkten auch in der laufenden Build-Phase an.

Mit mySAP CRM als Treiber: Go For Profit and Growth

Mit der schrittweisen Realisierung von CONCORD wird in Vertrieb und Marketing bei Siemens vieles anders. „Go For Profit and Growth“ heißt die Devise. Sie gilt als Vorgabe für das Siemens-Business in Europa wie in Nord- und Südamerika, in Asien wie in Afrika. Bis allerdings überall in der Siemens-Welt das übergreifende Miteinander von CRM-Daten und -Prozessen Realität ist, vergeht noch einige Zeit: Kein Wunder, besteht die Siemens-Welt doch aus rund 60 Regionen, 190 Ländern und 2.000 Standorten.

Erste Schritte in diese Welt sind bereits getan: Landesgesellschaften in Österreich, Spanien und Russland sind die bisherigen Stationen eines internationalen Roll-outs, der mit zunehmender Geschwindigkeit weitere Arbeitsgebiete und regionale Einheiten einbezieht.

Einer der CONCORD-Pioniere ist Power Transmission and Distribution (PTD) in Erlangen. Die deutsche Gesellschaft des Komplettlösungsanbieters für den Transport und die Verteilung elektrischer Energie setzt seit November 2004 wesentliche CONCORD-Funktionen ein. Grundlage der Lösung bildet das zentrale CRM-Template. Auf dieser Basis entstand mit CONCORD@PTD eine um spezifische PTD-Anforderungen erweiterte CRM-Plattform. Sie kommt in der PTD-Zentrale in

Erlangen und in den bundesweiten Niederlassungen mit einer deutschsprachigen Bedieneroberfläche zum Einsatz – ein Weg, der exemplarisch für den Roll-out auch in andere Siemens-Arbeitsgebiete und Landesgesellschaften steht. Matthias Bosert,

„Mit CONCORD kann jeder PTD-Mitarbeiter bereichs- und standortübergreifende Kundenkontakte verfolgen und sich informieren, wer mit welchem Kunden welche Geschäfte abwickelt.“

Matthias Bosert, Director OI AP, Siemens PTD

Director OI AP bei Siemens PTD, sieht die Vorteile der neuen CRM-Lösung insbesondere darin, dass nunmehr auch standort- und bereichsübergreifende Daten über sämtliche Geschäftsbeziehungen zu PTD-Kunden mit verschiedenen Standorten verfügbar sind. „Wenn Mitarbeiter sich auf diese Weise darüber informieren können, welcher Kunde mit wem innerhalb der PTD-Organisation Geschäfte abwickelt, fallen Abstimmung und geschäftsfördernder Informationsaustausch leichter.“

Treiber für mehr Wettbewerbsstärke und Türöffner für mehr Umsatz

Die PTD-Erfahrungen spiegeln wider, was CONCORD bewirkt: das Siemens-Business wird in vielfältiger Weise gefördert. Das Customer Fact Sheet übernimmt dabei eine wesentliche Funktion. Zugriffsberechtigten Siemens-Mitarbeitern stellt das elektronische Faktenblatt alle Informationen bereit, die Rolle und Aufgabe des jeweiligen Mitarbeiters verlangen: Adressen, Kontaktdaten, kreditrelevante Informationen, aktuelle und historische Aktivitäten, Marketingprofile, Vertriebs- und Lieferdokumente, Aufträge, offene Aufgaben ...

Durch die Bereitstellung derart umfassender und personalisierter Kunden- und Marktinformationen auf einer einzigen Plattform können Leads systematischer verfolgt, Geschäftschancen konsequenter genutzt und Cross-Selling-Möglichkeiten gezielter umgesetzt werden. Das stärkt die Wettbewerbsstärke und eröffnet zusätzliche Umsatzperspektiven.

**SAP Systems
Integration AG**
St. Petersburger Straße 9
D-01069 Dresden
T +49/3 51/48 11-0
F +49/3 51/48 11-303
www.sap-si.de

**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
www.sap.de

Kostenloser Online Newsletter
www.sap.de/sapimfokus

360-Grad-Sichten auf Geschäftspartner unterstützen zudem die Planung und Steuerung von Vertriebsaktivitäten. Davon profitiert die vertriebliche Durchschlagskraft. Prozessautomatisierung begleitet den gesamten Interaktions-Zyklus von der Initialisierung von Interessenten-Kontakten bis zum Abschluss.

Das erhöht die vertriebliche Effizienz. Innovative Funktionen für Kundensegmentierung und präzise Zielgruppenbestimmung steigern die Qualität und die Erfolgchancen von Marketingkampagnen. Das festigt Kundenbindungen und optimiert die Neukundengewinnung.

Nicht zuletzt sorgen flexible Management-Reports für mehr Transparenz in den Kundenbeziehungen. Sie liefern aussagekräftige Analysen über Vertriebs- und Marketingaktivitäten und schaffen damit fundierte Planungs-, Kontroll- und Entscheidungsgrundlagen.

Auf zwei bis drei Jahre schätzt Program Manager Orhan Akbulut die Zeitspanne, bis CONCORD die gesamte globale Siemens-Welt durchdrungen hat. Auf eine Prognose hinsichtlich der Nutzer mag er sich nicht festlegen: Jeder Siemens-Mitarbeiter mit Funktionen in Vertrieb und Marketing kommt dafür in Frage. Mehrere Zehntausend werden es auf jeden Fall sein.