



**„Mit der SAP-CRM-on-demand-Lösung ist es uns gelungen, die Kundenbindung zu erhöhen, Akquiseprozesse zu optimieren und Cross-Selling-Potenziale bestmöglich auszuschöpfen.“**

Paul Bolton, Manager IT Group bei Panasonic

## AUF EINEN BLICK

### Zusammenfassung

Panasonic Europe Ltd. hat mit der SAP-CRM-on-demand-Lösung die Kundenbindung erhöht, Akquiseprozesse verbessert und das Ausschöpfen von Cross-Selling-Potenzialen optimiert. Die Software auf Mietbasis war bereits acht Wochen nach der Entscheidung für SAP produktiv und mit einem Internetportal integriert.

### Internetadresse

[www.panasonic.de](http://www.panasonic.de)  
[www.lumixlounge.de](http://www.lumixlounge.de)

### Die wichtigsten Herausforderungen

- Rasche Integration der SAP-CRM-on-demand-Lösung mit einem Internetportal
- Schaffung transparenter Kundenprozesse

### Projektziele

- Abbildung von B2B- und B2C-Prozessen
- Verbesserung von Kundenbindung und -gewinnung
- Kontakt- und Aktivitätenmanagement in mehreren Ländern

### Lösungen und Services

- SAP-CRM-on-demand-Software
- SAP NetWeaver Exchange Infrastructure (SAP NetWeaver XI)

### Entscheidung für SAP

- Hohe Integrationsfähigkeit
- Mehrsprachigkeit und benutzerfreundliche Oberfläche
- Schnelle Implementierbarkeit
- Überführbarkeit in eine fest installierte CRM-Lösung

### Highlight der Implementierung

Dank SAP NetWeaver Exchange Infrastructure war die SAP-CRM-on-demand-Lösung bereits acht Wochen nach der Entscheidung produktiv und mit einem Internetportal integriert.

### Hauptnutzen für den Kunden

- Erhöhte Kundenbindung
- Verbesserte Akquiseprozesse
- Bestmögliches Ausschöpfen von Cross-Selling-Potenzialen
- Effiziente Steuerung von Marketing-Kampagnen
- Optimierte Zusammenarbeit mit Händlern
- Transparentes Kundenmanagement

### Implementierungspartner

SAP Consulting\*

### Vorhandene Systemlandschaft

mySAP ERP

## PANASONIC EUROPE

### Mit CRM auf Mietbasis bestehende Kunden binden und neue Kunden gewinnen

Panasonic Europe Ltd. ist eine Tochter des japanischen Unternehmens Matsushita Electric Industrial, einem der weltweit größten Hersteller von Consumer-Elektronik. Im Jahr 1962 eröffnete Panasonic das erste europäische Verkaufsbüro in Hamburg. Inzwischen beschäftigt das Unternehmen europaweit fast 15.000 Mitarbeiter in Tochterfirmen für Produktion, Vertrieb sowie Forschung & Entwicklung. Das Portfolio umfasst Produkte für den Consumer-Bereich (z. B. HIFI-Komponenten, Plasma- und LCD-Fernseher), Business Systeme (z. B. GSM-Mobiltelefone und Laptops), Industrie-Produkte (z. B. Montageroboter und Computer-Peripheriegeräte) sowie professionelle Videotechnik. Im Jahr 2005 betrug der Umsatz in Europa rund 7,4 Mrd. Euro.

### Exklusives Internetportal zur Kundenbindung

„Um Kunden besser zu akquirieren und enger an sich zu binden, ist es notwendig, neue Wege einzuschlagen“, sagt Paul Bolton, Manager IT Group bei Panasonic. „Wer bei uns eine Digitalkamera der Marke Lumix kauft, erhält zum Beispiel exklusiven Zugang zu einem Internetportal.“ Unter der Web-Adresse [www.lumixlounge.de](http://www.lumixlounge.de) können die Kunden unter anderem an Fotowettbewerben teilnehmen, Bilder bestellen oder ihre Erfahrungen austauschen. Voraussetzung für den Aufbau des Internetportals war die Implementierung einer leistungsstarken CRM-Software. Diese muss mit dem Web-Portal integriert sein und die dort erfassten kundenspezifischen Daten speichern und für B2C-Szenarien nutzbar machen. Und ganz wichtig: es musste schnell gehen, da die Lösung zwecks Nutzung während einer Messe im Einsatz sein sollte.

\* 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 umfassenderes betriebswirtschaftliches sowie technisches Beratungsangebot zur Verfügung.

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

**SAP Deutschland  
AG & Co. KG**  
Neurotstraße 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)

### **CRM on-demand: Integrationsfähig und schnell implementierbar**

Panasonic möchte die neu einzuführende CRM-Lösung aber auch für andere Zwecke einsetzen – für Marketing-Kampagnen einzelner Geschäftsbereiche, für länderübergreifendes Kontakt- und Aktivitätenmanagement sowie für die Abbildung von B2B-Prozessen bei der Zusammenarbeit mit Händlern. „Wir benötigten daher eine mehrsprachige Lösung, die transparente Prozesse schafft und sich leicht mit unserem vorhanden ERP-System von SAP integrieren lässt“, sagt Paul Bolton. „Besonders wichtig war uns auch, die Lösung schnell einführen zu können. Deshalb haben wir uns für die SAP-CRM-on-demand-Lösung entschieden, eine Software, die auf Mietbasis rasch verfügbar ist.“ Darüber hinaus legte Panasonic großen Wert auf die strategische Möglichkeit, die On-Demand-Lösung jederzeit in eine im eigenen Unternehmen fest installierte CRM-Lösung überführen zu können. Ebenso unerlässlich war eine benutzerfreundliche Oberfläche.

### **SAP® Consulting als Erfolgsgarant**

Das Implementierungsprojekt startete Mitte August 2006. „Bereits acht Wochen später war die SAP-CRM-on-demand-Anwendung produktiv“, erinnert sich Paul Bolton. „Vor allem dank der SAP NetWeaver® Exchange Infrastructure gelang es uns, die CRM-Lösung so schnell über Virtual Private Network mit dem Internetportal zu integrieren.“ SAP NetWeaver Exchange Infrastructure (SAP NetWeaver XI) ermöglicht zudem den raschen Datenaustausch zwischen der CRM-Lösung und dem Internetportal. Ein Erfolgsgarant für das Projekt war der Beratungspartner SAP Consulting, der durch sehr gutes Projektmanagement und den direkten Zugang zur SAP-Entwicklung überzeugte. Derzeit arbeiten rund 100 Anwender mit der CRM-Lösung, zunächst in Deutschland. Mit dem geplanten Roll-out in andere Länder wird die Zahl der Nutzer weiter steigen.

### **Cross-Selling-Potenziale optimal ausschöpfen**

„Unsere Erwartungen haben sich vollständig erfüllt“, sagt ein zufriedener Paul Bolton. „Mit der SAP-CRM-on-demand-Lösung ist es uns gelungen, die Kundenbindung zu erhöhen, Akquiseprozesse zu optimieren und Cross-Selling-Potenziale bestmöglich auszuschöpfen.“ Panasonic nutzt die CRM-Lösung sowohl zur Betreuung von Endkunden als auch von Geschäftskunden

### **„Bereits acht Wochen nach der Software-Entscheidung war die SAP-CRM-on-demand-Anwendung produktiv. Die schnelle Integration mit dem Internetportal gelang vor allem dank der SAP NetWeaver Exchange Infrastructure.“**

Paul Bolton, Manager IT Group bei Panasonic

beziehungsweise Händlern: Der Elektronikhersteller sammelt Kundendaten im System und lernt so seine Zielgruppen immer besser kennen. Dieses Wissen lässt sich dann nutzen, um Marketing-Kampagnen gezielt zu planen und zu steuern. Zudem wird erfasst, welche Händler auf welcher Messe anwesend waren und welche Themen sie interessiert haben. Dadurch ist es möglich, Messeinformationen in Nachfassaktionen gewinnbringend zu verwerten.

### **Vertriebsprozesse im Fokus**

In der nächsten Zukunft wird Panasonic die CRM-Lösung weiter ausbauen. Dies betrifft sowohl B2B- als auch B2C-Prozesse. Zum Beispiel sollen zusätzliche Vertriebs-, Service- und Marketingprozesse abgebildet werden. Ebenfalls im Gespräch ist der Umstieg auf eine inhouse installierte Lösung von mySAP™ CRM. „Künftig prüfen und überwachen wir auch unsere Vertriebsprozesse mit Analysen mit mySAP CRM“, prophezeit Paul Bolton. „Wir haben im Bereich Kundenmanagement also noch viel vor.“