



„Dank SAP CRM verfügen wir heute über eine nahtlose Prozessunterstützung – vom ersten Kundenkontakt bis zum erfolgreichen Abschluss. Dies war eines unserer wichtigsten Ziele.“

Kurt Heckenberger, Abteilungsleiter, FIDUCIA IT AG

AUF EINEN BLICK

Unternehmen

- Firmenname: FIDUCIA IT AG
- Standort: Karlsruhe
- Branche: Informationstechnologie
- Produkte und Services: IT-Dienstleistungen für rund 800 Volksbanken und Raiffeisenbanken, für die Zentralinstitute und Unternehmen im genossenschaftlichen FinanzVerbund sowie für Privatbanken und Unternehmen
- Umsatz FIDUCIA IT AG: 690 Mio. Euro (Gruppe: 732 Mio. Euro)
- Mitarbeiter FIDUCIA IT AG: 2.500 (Gruppe: 3.000)
- Internetadresse: www.fiducia.de

Die wichtigsten Herausforderungen

- Durchgängige IT-Unterstützung für Vertriebs- und Marketingaktivitäten
- Optimierung der Vertriebsprozesse
- Verbesserung der Kundenbeziehungen

Projektziele

- Einführung eines unternehmensweit einheitlichen und integrierten Systems für das Kundenbeziehungsmanagement
- Abschaffung manueller Schnittstellen zwischen Prozessen und Systemen
- Unternehmensweit einheitliche Kundendaten an zentraler Stelle
- Standardisierung des Reportings

Lösungen und Services

- SAP CRM mit den Funktionen des Business Information Warehouse

Highlights der Implementierung

- Umfassendes Implementierungsprojekt termingerecht und im Rahmen des Budgets abgeschlossen

- Implementierung einer internetbasierten Außendienstunterstützung
- Einsatz einer Benutzerschnittstelle für die Verwaltung und Verwendung von Produktdaten
- Implementierungspartner: SAP Consulting*, ORGA GmbH, EXXETA AG

Entscheidung für SAP

- Langjähriger IT-Technologielieferant
- Modernste Technologie
- Synergieeffekte durch Integration von CRM-Vertriebsprozessen in die bestehende ERP-Software

Hauptnutzen für den Kunden

- Gut strukturierte, unternehmensweit einheitliche Sicht auf Kundendaten
- Verkürzung der Angebots- und Vertriebsprozesse
- Schnellere Erstellung und Bearbeitung von Angeboten
- Mobiler Portalzugriff für den Kundenbetreuer
- Einmal erfasste Aufträge werden bei der Auftragsfreigabe automatisch bis zum ERP-System durchgeschleust
- Automatisierte Unterstützung der Lead-Gewinnungs- und Opportunity-Management-Prozesse
- Unternehmensweite Standardisierung der Umsatzberichte

Vorhandene Systemlandschaft

- SAP ERP, SAP NetWeaver Portal und SAP ERP Human Capital Management

Integration von Nicht-SAP-Produkten

- Database: Informix 9.30
- Hardware: IBM p650
- Betriebssystem: UNIX/IBM AIX 5.1

FIDUCIA IT

SAP® Customer Relationship Management verkürzt Vertriebsprozesse beim IT-Dienstleister für Banken

Die FIDUCIA IT AG mit Hauptsitz in Karlsruhe ist einer der zehn führenden IT-Anbieter für Finanzdienstleister in Deutschland sowie IT-Competence Center und größter IT-Dienstleister im genossenschaftlichen FinanzVerbund. Rund 850 Volksbanken, Raiffeisenbanken und Privatbanken stehen auf der Kundenliste des innovativen Spezialisten, der über 40 Jahre Erfahrung im Rechenzentrumsbetrieb verfügt. Im Jahr 2006 erzielte die FIDUCIA Gruppe einen Umsatz von 732 Millionen Euro.

Es gibt viele Gründe für eine neue Technologie – mehr Beratungsqualität ist einer davon

Ein Vertriebsmitarbeiter der FIDUCIA ist zum turnusmäßigem Besuch bei einem seiner Kunden – eine Volks- und Raiffeisenbank. Im Verlauf des Gespräches geht es um die kürzlich verabschiedete Umgestaltung des SB-Foyers und die anstehende Bestückung mit neuen Geldautomaten sowie Kontoauszugsdruckern. Der Entscheider erkundigt sich bei seinem Betreuer nach aktuell verfügbaren Gehäusefarben und Ausstattungsmerkmalen. Früher hätte der Vertriebsbeauftragte diese überraschende Anfrage erst nach dem Termin bearbeiten können. Heute startet er sein Notebook, wählt sich online in das FIDUCIA Portal ein, ruft den Produktkonfigurator auf, präsentiert die verfügbaren Varianten und geht mit dem Kunden alle Details von den Softwarekomponenten bis zur Preisgestaltung durch. Der Auftrag wird noch vor Ort erfasst und nach seiner Freigabe ohne weitere manuelle Eingriffe als Bestellung in das FIDUCIA Backend-System durchgeschleust. Das ist schnell, effizient und

* 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.

überzeugend für den Kunden. Für die FIDUCIA ist diese Beschleunigung in der Auftragsbearbeitung eine durchschlagende Prozessoptimierung, die mit der Einführung von SAP® Customer Relationship Management (SAP CRM) möglich wurde.

Die Erfolgsformel der FIDUCIA heißt konsequente Kundennähe

Die Gestaltung kundenorientierter Geschäftsprozesse war einer der Gründe, weshalb das Unternehmen in SAP CRM investierte. „Im Geschäftsmodell der FIDUCIA IT ist die konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen unserer Kunden einer der wichtigsten Stützpfeiler“, berichtet Kurt Heckenberger, IT-Abteilungsleiter bei der FIDUCIA IT. „Über die Jahre ist eine enge Vernetzung zwischen uns und unseren Geschäftspartnern gewachsen. So sind zum Beispiel viele unserer Vertriebskollegen direkt vor Ort bei den Banken tätig. Für die bessere Arbeitsunterstützung des Außendienstes brauchten wir eine mobile Abwicklung, die den Zugriff auf aktuelle Kunden- sowie Produktinformationen von jedem Ort erlaubt und eine dezentrale Auftrags erfassung ermöglicht.“

SAP-Anwendungen überzeugen mit Architektur und Durchgängigkeit

Die Vision eines orteungebundenen, allzeit auskunftsfähigen und handlungsfähigen Außendienstes ließ sich nur mit modernster Technologie realisieren. Ein neues Zielsystem sollte die unterschiedlichsten Tools zur Kundendatenverwaltung ablösen, manuelle Tätigkeiten in der Prozesskette von der Auftrags erfassung

„SAP Consulting hat bei der Einführung unserer internetgestützten Oberfläche für das Produktmanagement ausgezeichnete Arbeit geleistet.“

Kurt Heckenberger, Abteilungsleiter, FIDUCIA IT AG

bis zur Abwicklung eliminieren, Kundendaten bereinigen und eine Schnittstelle zum Produktmanagement schaffen. Für die FIDUCIA erforderten diese Ziele tiefe Eingriffe in die vorhandenen Systemstrukturen, die durch die Fusionshistorie des Unternehmens gekennzeichnet waren. Zur Absicherung der Entscheidung

initiierte die FIDUCIA eine Voruntersuchung möglicher Lösungsszenarien. Das Ergebnis der Studie sprach die Empfehlung für SAP CRM in Verbindung mit weiteren Anwendungsmodulen

„Mit SAP CRM haben wir einen durchgängig elektronisch unterstützten Prozess von der Angebotserfassung bis zur Auftragsabwicklung gestaltet, in dem viele manuelle Bearbeitungsschritte zusammengefasst sind. Wir erreichen mehr mit weniger Benutzereingaben.“

Kurt Heckenberger, Abteilungsleiter, FIDUCIA IT AG

des SAP-Portfolios aus. „Durch unsere Unternehmensstrukturen können wir auf ein breit gefächertes IT-Know-how im eigenen Haus zugreifen. Da steht man immer vor der Frage „make or buy“. Aber wir haben uns ganz bewusst für eine Architektur mit Standardsoftware entschieden. Die Durchgängigkeit der SAP-Anwendungen und die Synergieeffekte mit der bei uns bereits installierten ERP-Anwendung von SAP waren überzeugend“, begründet Heckenberger die Auswahl.

Bestnoten für das Implementierungsteam

Die Durchführung des ambitionierten CRM-Projektes erfolgte in enger Zusammenarbeit mit der ORGA GmbH, einer hundertprozentigen Tochter der FIDUCIA IT. Sie sorgte für die individuelle Anpassung und Erweiterung der Standardanwendungen, damit diese die speziellen Anforderungen des IT-Dienstleisters erfüllen konnten. Als weitere Implementierungspartner wurden die ORGA GmbH, die EXXETA AG sowie SAP Consulting verpflichtet, die über die gesamte Realisierungsstrecke sachkundiges Wissen für verschiedenste Aufgabenbereiche einbrachten und sich hervorragend ergänzten. Dieser optimalen Know-how-Kombination und dem reibungslosen Zusammenspiel aller Beteiligten ist es zu verdanken, dass die unterschiedlichen Gewerke innerhalb der vorgegebenen Zeitplanung und Budgetgrenzen abgeschlossen wurden.

Heute betreibt die FIDUCIA eine eng integrierte Systemumgebung aus folgenden Komponenten: Enterprise Resource Planning von SAP (SAP ERP), SAP NetWeaver® Portal, SAP CRM sowie Funktionen des Business Information Warehouse für Analysen

und Reporting. Die einzelnen Bestandteile dieses Systemverbunds greifen nahtlos ineinander. Diese neue Durchgängigkeit macht sich an vielen Stellen im Unternehmen bemerkbar, wie ein differenzierter Blick in die verschiedenen Bereiche zeigt.

Kurze Wege und weniger Kosten im Vertrieb

Mit der Absicht, die Vertriebskosten auf lange Sicht nachhaltig zu senken, zielte das Projekt auf die Optimierung vieler Einzelschritte im gesamten Prozess ab. „Mit dem CRM-Projekt haben wir unsere Vertriebswege zusammengeführt und technisch untermauert“, formuliert Kurt Heckenberger ein wesentliches Ergebnis und verweist auf die Verlagerung von Aktivitäten an den Ort des Geschehens. „Die Auftragserfassung und Bearbeitung beginnt heute bereits beim Kunden.“ Dabei schaffe die internetgestützte Oberfläche des SAP NetWeaver Portals die technischen Voraussetzungen für den externen Zugriff auf die Daten und die Verbindung zu den nachgelagerten Anwendungen bei der FIDUCIA. Die Einwahl in das firmeneigene Netz erfolgt von beliebigen Standorten. Unter anderem via UMTS und bei manchen Geschäftspartnern sogar über das Extranet. Nach dem erfolgreichen Log-in erhalten die Vertriebsmitarbeiter einen rollenbasierten Zugriff auf alle Kundeninformationen und Produktdaten, die heute an einer einzigen Stelle zentral gebündelt sind. Die Gewissheit über die Aktualität der Informationen vermeidet langes Suchen während des Beratungsgesprächs oder Rückfragen im Backoffice. Heckenberger: „Oftmals können die Aufträge vor Ort ausgedruckt und sofort unterschrieben werden. In diesen Fällen wird aus dem Auftrag per Mausclick eine Bestellung, die automatisch vom CRM-System an das SAP-Backend-System übergeben und eingebucht wird. Damit sind alle nachfolgenden Prozessschritte angestoßen, noch bevor der Kundenbetreuer seinen Geschäftspartner verlassen hat. Diese kurzen Wege werden sich schnell bezahlt machen.“

Wirkungsvolle Unterstützung bei Kampagnen

Eindeutige Stärken beweist SAP CRM bei der Vorbereitung, Durchführung und Nachverfolgung von Kampagnen. Insbesondere die Aktualität der Kunden- und Interessentendaten sei eine erhebliche Arbeiterleichterung für die Koordinatoren der Marketingaktionen, berichtet der Abteilungsleiter. Die neu gewonnene Datenqualität vereinfache die Selektion geeigneter Adressaten und stelle sicher, dass ausschließlich aktuelle Ansprechpartner vom System herausgefiltert werden. „Wenn sie bei einer Aussendung nicht sicher sein können, dass sie mit dem aktuellen Stand

ihrer Kundendaten arbeiten, haben sie im Vorfeld einen extrem hohen Abstimmungsaufwand. Suchen kostet Zeit.“ Der Abteilungsleiter spricht damit ein weit verbreitetes Problem an. Bei der FIDUCIA war die angesprochene Redundanz fusionsbedingt entstanden. SAP CRM löste die zahlreich vorhandenen Einzeltools zur Verwaltung von Kundendaten durch eine vollständige Rundumsicht ab. Das heißt konkret: Alle verfügbaren Informationen über Kunden und Interessenten sowie eine lückenlose Kontakthistorie aller Geschäftspartner sind in einer einzigen Datenquelle gebündelt archiviert und bereitgestellt. Wann immer

„Bei uns wird heute jegliches Kundeninteresse systematisch erfasst, nachverfolgt und ausgewertet. Wir können auf Knopfdruck ermitteln, wie viele unserer Partner für eine bestimmte Anwendung oder ein Gerät Interesse gezeigt haben.“

Kurt Heckenberger, Abteilungsleiter, FIDUCIA IT AG

eine neue Information entsteht, kann sie augenblicklich an anderen Stellen im Unternehmen verwertet werden. Kurt Heckenberger verdeutlicht: „Nehmen wir an, ein Kunde hat sich nach einem Geldautomaten der nächsten Generation erkundigt. Der Außendienst vermerkt diese Information während des Gesprächs in der CRM-Anwendung. Wenn die Marketingabteilung zufälligerweise eine Minute später eine Selektion zu diesem Thema durchführt, ist dieser Kunde bereits bei der Aussendung mit dabei.“

Mehr Systematik bei neuen Geschäftschancen

Mit der strukturierten Auswertung neuer Geschäftschancen erweist sich die SAP-Software als leistungsfähiges Marketingwerkzeug, das bei der gezielten Leadgenerierung unterstützt. Kurt Heckenberger lobt den systemgesteuerten Regelkreis und die automatischen Wiedervorlagefunktionen der Anwendung, die an das Nachfassen beim Kunden erinnern. „Heute wird jegliches Kundeninteresse systematisch erfasst, nachverfolgt und ausgewertet. Wir können auf Knopfdruck ermitteln, wie viele unserer Partner für eine bestimmte Anwendung oder ein Gerät Interesse gezeigt haben.“ Das erleichtert die interne Bewertung neuer Geschäftsfelder und wirkt sich entscheidungsvorbereitend aus.

**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

**SAP Deutschland
AG & Co. KG**
Hasso-Plattner-Ring 7
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/banking

Kostenloser Online Newsletter
www.sap.de/sapimfokus

Kunden ganzheitlich betrachten und bewerten

Gleiches gilt für die Bewertung der vorhandenen Geschäftspartner. Hier schafft die Rundumsicht auf den Kundenstamm eine neue Transparenz über sämtliche Unternehmensaktivitäten mit einem Kunden. „Mit unseren heterogenen Altsystemen war es

„Mit SAP CRM haben wir eine zentrale und konsistente Datenquelle geschaffen. Die Qualität der Daten reduziert den Abstimmungsaufwand im Vorfeld von Marketingkampagnen.“

Kurt Heckenberger, Abteilungsleiter, FIDUCIA IT AG

unmöglich, eine ganzheitliche Kundensicht über alle Geschäftsbereiche der FIDUCIA zu generieren“, schildert der IT-Verantwortliche die Auswirkungen der System- und Medienbrüche in der Vergangenheit. Über die Verknüpfung des SAP-CRM-Systems mit den analytischen Funktionen des Business Information Warehouse ist jetzt eine verlässliche Datengrundlage entstanden, die detaillierte Profitabilitätsanalysen für Einzelkunden, Kundengruppen und Geschäftsfelder nach beliebigen Kriterien erlaubt.

Steuerungsinstrument für das operative Geschäft

Die umfangreichen Analysemöglichkeiten sind eine wertvolle Unterstützung für das operative Geschäft und werden als strategisches Werkzeug in der Unternehmensleitung genutzt, wie Kurt Heckenberger bestätigt. Denn im Zuge der Implementierung wurden auch die Reportingstrukturen unternehmensweit

vereinheitlicht. Der Abteilungsleiter: „Heute haben alle relevanten Kennzahlen die gleiche Struktur und liegen mit gültigen Werten in einer Quelle. Es gibt vordefinierte Berichte, die für das Informationsbedürfnis unterschiedlichster Zielgruppen aufbereitet wurden. Da muss keiner mehr eigene Auswertungen basteln oder lange nach Informationen suchen.“ Ob Manager, Führungskraft oder Außendienst – sie alle können Vertriebsinformationen auf einer rollenbasierten Detailebene einsehen und auf der Grundlage zuverlässiger Werte fundierte Entscheidungen treffen.

Fazit: Kundenorientierte Unternehmen werden mit Kundentreue belohnt

Die Erfahrungen im Produktivbetrieb belegen, dass SAP CRM zu den gewünschten Verbesserungen geführt hat. Die Aktivitäten vertriebsnaher Abteilungen sind heute in einer durchgängigen Prozesskette ohne Medienbrüche nahtlos miteinander verknüpft. Das Eliminieren manueller Schnittstellen hat Wunder gewirkt: Es gibt weniger Verwaltungsaufwand, weniger Fehler und eine wesentlich schnellere Auftragsbearbeitung. Die Reaktionszeit auf neue Kundenanforderungen ist erheblich gestiegen. Und das Fazit? Die Kunden der FIDUCIA belohnen diese Kundenorientierung mit steigender Zufriedenheit.