

STARKER ANTRIEBSMOTOR FÜR ALLE VERTRIEBSKANÄLE

WEIL VERTRIEBSERFOLGE
NICHTS MIT ZUFALL ZU TUN HABEN

Sie haben zufriedene Bestandskunden und machen gute Geschäfte mit Neukunden. Ihnen gelingen beachtliche Erfolgsquoten, seit Sie mit SAP CRM zeitnahen Einblick in alle Vertriebsaktivitäten haben. Weil Sie Ihre Kräfte gezielt für lohnende Geschäfte verwenden, statt sie in weniger fruchtbare Projekte zu investieren.



Kräfte bündeln. Kosten reduzieren. Geschäft beleben.

Während andere noch über Kundenorientierung diskutieren, praktizieren Sie profitable Kundennähe. Dafür haben Sie lediglich eine entscheidende Schlüsselstelle neu besetzt. Seither ermitteln Sie auf Knopfdruck die aktuelle Bedarfssituation Ihrer Geschäftspartner und warten mit exzellent darauf abgestimmten Angeboten auf. Diese Betreuungsqualität wird mit Loyalität und ertragreichen Folgegeschäften honoriert. Im Neukundensegment gehen Ihre Vertriebsleute bestens vorbereitet an die Akquisition, weil sie auf systematisch vorqualifizierte Leads vom Marketing aufsetzen. Mit einer beneidenswert hohen Trefferquote können sie einen guten von einem schlechten Deal unterscheiden und die Vertriebskräfte entsprechend fokussieren. Diese neue Transparenz verdanken Sie einer zentralen Datenbank, die Ihnen konsistente Projekt- und Kundeninformationen liefert. Weil diese Basis an allen Kontaktpunkten in Echtzeit fortgeschrieben wird, liefert sie zu beliebigen Zeitpunkten eine tagesaktuelle 360-Grad-Sicht über alle Vertriebs-, Marketing- und Serviceprozesse. Damit verfügen Sie über einen komfortablen Online-Zugriff auf alle Standorte, alle Kunden und alle Geschäfte in Anbahnung. Dieser durchgängige Informationsfluss erleichtert die Steuerung und Koordination Ihrer Vertriebsaktivitäten. Sie wissen genau, wo Sie die „Hebel“ ansetzen müssen. Deshalb erreichen Sie mit Leichtigkeit auch hochgesteckte Umsatzziele. Und bei nicht zustande gekommenen Geschäften wissen Sie aus sicherer Quelle, in

welcher Phase und aus welchem Grund sie scheiterten. Eigentlich können Sie gar nicht sagen, was Sie mehr überzeugt hat: die moderne Oberfläche, die als browserbasiertes Portal an beliebigen Einstiegspunkten zur Verfügung steht oder die durchdachten Funktionen, die für vielfältige Arbeiterleichterungen im Vertriebsgeschehen sorgen. Alles zusammen hat zu messbarer Effizienz, reduziertem Verwaltungsaufwand und weniger Vertriebskosten geführt. Mit SAP® Customer Relationship Management (SAP CRM) haben Sie viel erreicht.

Wissen nutzen. Ziele erreichen.

Die vollständig webbasierte Anwendung SAP CRM führt alle vertriebsrelevanten Informationen und Steuerungsgrößen zusammen. Sie ist für Unternehmen aller Branchen und Größen sowie für direkte und indirekte Absatzkanäle geeignet. Rollenbasierte Funktionen decken jeden Aufgabenbereich im Vertrieb ab – vom Tagesgeschäft über die Projektverfolgung bis zur analytischen Vertriebssteuerung. Damit unterstützt die Software bei der effizienten und ergebnisorientierten Erfüllung von Zielvorgaben über alle Absatzkanäle hinweg. Die Architektur von SAP CRM erlaubt die Einbindung in beliebige Systemumgebungen und die Anbindung an zentrale Unternehmensanwendungen. Über die Integration wird aus dem Kundenmanagementsystem eine ganzheitliche Plattform mit nahtlosen Prozessketten und geschlossenen Informationskreisläufen in allen Ebenen eines Unternehmens.

SAP® CRM ist mehr als ein Kundenmanagementsystem.

Warum Vertriebseffizienz mit Informationsvorsprung beginnt.

Als die Margen üppiger und die Mitbewerber überschaubar waren, wurden viele Vertragsabschlüsse mit vertrieblischem Gespür und Überzeugungskraft entschieden. Heute ist der Wettbewerb schärfer und der Kostendruck höher. SAP CRM verschafft Ihnen das, was Sie in diesen Zeiten brauchen: souveränen Informationsvorsprung.

Alles wissen. Besser steuern.

Immer mehr Unternehmen stehen vor der Optimierung ihrer Vertriebsstrukturen. Sie wollen die Verkaufsfreieffizienter gestalten und Vertriebserefolge besser steuer- sowie einfacher messbar machen. Diese Anforderungen lassen sich nicht mit eindimensionalen Kundenverwaltungssystemen abdecken. Sie verlangen nach leistungsfähigen Werkzeugen, die sich wie ein roter Faden durch das Unternehmen ziehen. SAP® Customer Relationship Management verzahnt alle Kundenaktivitäten in Marketing, Vertrieb und Service unter einer einheitlichen Portaloberfläche. Als gemeinsame Arbeitsplattform konsolidiert die Anwendung sämtliche Kundeninformationen in einer zentralen Wissensdatenbank, die an jedem Kontaktpunkt in Echtzeit fortgeschrieben wird. Diese hochkonzentrierte Rundumsicht auf Daten und Vorgänge schafft die Voraussetzungen für die Identifikation profitabler Kundenbeziehung und die systematische Erschließung neuer Umsatzfelder.

SAP CRM navigiert zum Erfolgskurs und setzt Energien frei.

Tagesgeschehen auf einen Blick

Ein hervorstechendes Merkmal von SAP CRM ist die neue grafische Benutzeroberfläche, die sich einfach per drag & drop personalisieren lässt. Jeder Nutzer kann damit seine individuelle Einstiegsseite gestalten und auf seinen rollenspezifischen Informationsbedarf ausrichten. Ein Blick genügt und Sie wissen, was los ist.

Kundenmappe mit Online-Zugriff

SAP CRM ist die moderne Variante der klassischen Kundenmappe. Nur besser, denn mit der Anwendung werden alle Details methodisch zusammengeführt. Sie bündelt die Geschäftspartnerinformationen an zentraler Stelle und protokolliert sorgfältig jede Änderung der Vorgangshistorie. Damit sind zum Beispiel Kontaktdaten, Ansprechpartner, Kundenprofile, individuelle Preislisten, Geschäfts- und Marketingkorrespondenz sowie der Überblick über alle getätigten Transaktionen immer auf dem letzten Stand – und von jedem Internetzugang der Welt erreichbar.

Spürbar weniger Verwaltungsaufwand

Das rollenbasierte Aktivitätenmanagement erleichtert alle Verwaltungsaufgaben im Vertrieb. Komfortable Funktionen vereinfachen zum Beispiel die Planung von Kundenbesuchen, die Erstellung von Besuchsberichten sowie die Reisekostenabrechnung und Belegfassung. Darüber hinaus entfällt der zeitraubende Datentransfer zwischen verschiedensten Anwendungen, denn SAP CRM ermöglicht die bidirektionale Synchronisation mit Kalender-, Auf-



„Mit SAP CRM können wir den Vertrieb ertragsorientiert steuern und den Kundenwert nachhaltig steigern.“

Eckhard Kloth,
Metabowerke GmbH

gabeneinträgen oder Kontaktdaten aus gängigen Groupware-Lösungen (Microsoft Outlook oder Lotus Notes).

Aktive Verkaufsunterstützung

Der originäre Verkaufsprozess erfährt eine nahtlose Prozessunterstützung ohne Medienbrüche – von der Geschäftsanbahnung bis zum Auftragsmanagement. Neben dem zuverlässigen Durchschleusen einmal erfasster Daten ermöglicht der integrierte Konfigurator die komfortable Komposition von Einzelprodukten und Produktbündeln mit automatischer Komponentenverfügbarkeitsprüfung. Gleichzeitig erleichtern die systemgesteuerten Konditionsprüfungen die Vergabe von Preisstaffeln,

Rabatten und Sonderkonditionen. So lassen sich auch komplexe Angebote mit einem Minimum an Zeitaufwand erstellen – mit der Gewissheit, dass kundenindividuelle Vereinbarungen oder befristete Aktionspreise Berücksichtigung finden.

Bestandsgeschäft bewerten und neue Absatzchancen finden

SAP CRM stellt eine umfangreiche Palette an Analysewerkzeugen zur Verfügung. Durch die Konsistenz und die hohe Qualität der zentralen Wissensdatenbank lässt sich der Wert eines Geschäftspartners exakt bestimmen. Ebenso einfach filtern Sie nicht ausgeschöpften Zusatzbedarf von Bestandskunden heraus. Die systematische Auswertung vorhandener Informationen liefert nachvollziehbare Ansatzpunkte für die Ausrichtung Ihrer Vertriebsaktivitäten. Während automatisierte Terminerinnerungen an auslaufende Verträge sowie regelbasierte Up- und Cross-Selling-Hinweise bei der strukturierten Realisierung von Umsatzvorgaben assistieren.

Neue Deals aufmerksam verfolgen

Den Status von Geschäften in Anbahnung können Sie mit der Software bequem überwachen – auch bei komplexen Projekten, an denen verteilte Expertenteams von unterschiedlichen Standorten aus mitwirken. Das integrierte Pipeline Performance Management bietet bewährte Unterstützung für die Erfassung und Pflege von Projektphasen, für die Abbildung von Buying-Centern sowie für geschätzte Projektvolumina. Dabei schafft die Verwendung strukturierter Fragebögen eine einheitliche Bewertungsgrundlage

für alle angebahnten Deals. Der zeitnahe Einblick in die Vertriebs-Pipeline erlaubt die kontrollierte Verfolgung von Leads und deren Umwandlung in Umsatz. Und wenn Geschäfte wider erwarten scheitern, verfügen Sie über hilfreiche Analyseinstrumente, mit denen Sie die Sollbruchstellen ermitteln.

Umsatz planen und Gebiete aufteilen

Bei der strategischen Vertriebsplanung erweist sich die Software als exzellentes Instrument. Mit SAP CRM lassen sich genaue Absatzprognosen aus verschiedensten Blickwinkeln (Top-down, Bottom-up) und über alle Marktsegmente bzw. Regionen erstellen. Das integrierte Gebietsmanagement sorgt für größte Flexibilität bei der Zuordnung von Ressourcen zu Branchen, Kundengruppen und Vertriebsaufgaben – unabhängig davon, ob Sie eigene Mitarbeiter koordinieren oder die Bearbeitung ausgewählter Gebiete über Partner abdecken.

Vertriebsreporting mit System

Darüber hinaus liefert die Software durchdachte Werkzeuge, um die analytische Vertriebssteuerung enger mit dem Tagesgeschäft zu verknüpfen. So bewirkt zum Beispiel die Standardisierung der Besuchsberichte ein durchgängig strukturiertes Berichtswesen, das hochgradig individuelle Reports im Außendienst ablöst, Kundenbesuche messbar macht und beim gezielten Einsatz der Vertriebskräfte unterstützt. Mit der neuen Funktion Performance-messung können Sie die Effizienz Ihrer Vertriebsstrukturen überprüfen. Die Funktion erlaubt die Durchführung von Simulationen und prospektiven Erfolgskontrollen. So lässt sich einfach

„durchspielen“, ob Veränderungen in den Vertriebsstrukturen auch zum gewünschten Erfolg führen würden.

Überwindet Abteilungsgrenzen und schließt Informationskreisläufe

Als gemeinsame Arbeitsplattform für Marketing, Vertrieb und Service schlägt SAP CRM den großen Bogen über alle Kundenprozesse. Je tiefer der Grad der Prozessintegration mit zentralen Unternehmensanwendungen ist, umso größer wird der Nutzen für die Vertriebsfront. Denn dann lassen sich komplett geschlossene Informationskreisläufe und ein automatisierter Belegfluss mit Produktions-, Logistik- und Servicesystemen realisieren. In diesem Fall liefert Ihnen SAP CRM automatisch zum Beispiel Verfügbarkeitsprüfungen, Lieferavis, Produktionsengpässe und Eskalationshinweise.

CRM, wie Sie es sich wünschen

Es gibt noch viele weitere vertriebsrelevante Funktionen sowie einige branchenspezifische Ausprägungen. Wählen Sie aus, was am besten zu Ihnen passt. SAP CRM ist on demand oder als Inhouse-Installation verfügbar.

Zusammenfassung

SAP Customer Relationship Management ist eine durchgängig webbasierte Plattform für die ganzheitliche Abwicklung aller Kundenprozesse. Die Software führt alle vertriebsrelevanten Informationen und Steuerungsgrößen zusammen. Rollenbasierte Funktionen decken jeden Aufgabenbereich im Vertrieb ab – vom Tagesgeschäft über die Projektverfolgung bis zum analytischen Pipeline Performance Management. Mit ihrer Architektur ist die Anwendung für Unternehmen aller Branchen und Größen sowie für alle Vertriebswege geeignet.

Herausforderungen

- Reduzierung von Vertriebskosten
- Steigerung der Vertriebseffizienz
- Genauere Absatzprognosen
- Ausschöpfen ungenutzter sowie Erschließung neuer Potenziale

Unterstützte Geschäftsprozesse und Softwarefunktionen

- Webbasierte Arbeitsplattform für alle Vertriebskanäle
- Komfortables Geschäftspartner- und Kontaktmanagement
- Integrierter Produktkonfigurator und systemgestützte Preisfindung
- Workflowgestützte Anfrage-, Angebots- und Auftragsverwaltung
- Opportunity Management und Projektverfolgung
- Besuchsverwaltung und Reporting
- Bidirektionale Synchronisation mit gängigen Groupware-Lösungen
- Planungsinstrumente für strategische Vertriebssteuerung und Absatzplanung
- Gebietsmanagement
- Provisions- und Leistungsanreizmanagement
- Vertriebsanalysen und Pipeline Performance Management

Nutzen

- Einheitliche Plattform für alle Marketing-, Vertriebs- und Serviceprozesse
- Online-Zugriff mit 360-Grad-Sicht auf Echtzeitkundendaten
- Zeitnaher Einblick in alle Vertriebsaktivitäten (national/international)
- Reduziert Verwaltungsaufwand
- Vereinfacht Angebotserstellung und vereinheitlicht Besuchsberichte
- Systematisiert Vertriebsreporting
- Vereinfacht die Steuerung und Koordination von Vertriebsaktivitäten
- Reduziert Vertriebskosten
- Steigert die Vertriebseffizienz
- Konsolidiert Vertriebsinformationen
- Verbessert Absatzprognosegenauigkeit
- Unterstützt beim Ausschöpfen vorhandener und neuer Potenziale
- Bei Integration mit Backend-Systemen: geschlossene Prozessketten

Weitere Informationen

Sie möchten mehr darüber erfahren, wie SAP CRM Ihre Kundenzufriedenheit erhöhen kann? Besuchen Sie unsere Website unter www.sap.de/crm.

50 088 612 (08/02)

© 2008 SAP AG.

Alle Rechte vorbehalten. SAP, R/3, xApps, xApp, SAP NetWeaver, Duet, PartnerEdge, ByDesign, SAP Business ByDesign und weitere im Text erwähnte SAP-Produkte und -Dienstleistungen sowie die entsprechenden Logos sind Marken oder eingetragene Marken der SAP AG in Deutschland und anderen Ländern weltweit. Alle anderen Namen von Produkten und Dienstleistungen sind Marken der jeweiligen Firmen. Die Angaben im Text sind unverbindlich und dienen lediglich zu Informationszwecken. Produkte können länderspezifische Unterschiede aufweisen.

In dieser Publikation enthaltene Informationen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Die vorliegenden Angaben werden von SAP AG und ihren Konzernunternehmen („SAP-Konzern“) bereitgestellt und dienen ausschließlich Informationszwecken. Der SAP-Konzern übernimmt keinerlei Haftung oder Garantie für Fehler oder Unvollständigkeiten in dieser Publikation. Der SAP-Konzern steht lediglich für Produkte und Dienstleistungen nach der Maßgabe ein, die in der Vereinbarung über die jeweiligen Produkte und Dienstleistungen ausdrücklich geregelt ist. Aus den in dieser Publikation enthaltenen Informationen ergibt sich keine weiterführende Haftung.