

DIE GANZHEITLICHE LÖSUNG FÜR ZEITUNGS-, ZEITSCHRIFTEN- UND FACHVERLAGE

Aktives Kundenmanagement für Verlage erfordert eine Software, die alle kundenbezogenen Prozesse im Außen- und Innendienst umfassend unterstützt. Nur wer auf Basis konsistenter Kundendaten seine Angebote gezielt unterbreitet und erfolgreich in Verkaufsaufträge umwandelt, ist auf Dauer erfolgreich. Starten Sie durch: mit SAP CRM.

Kundenprozesse optimieren

Ein harter Wettbewerb um Anzeigenumsätze, sinkende Auflagen bei steigenden Kosten – die Zeiten für Verlage sind schwierig. Unter diesen Bedingungen ist eine enge Kundenbindung ebenso wichtig wie die zielgerichtete Erschließung neuer Potenziale. Dafür gilt es, Kundenkontakte professionell zu bearbeiten und konsolidierte Kundeninformationen aus den unterschiedlichsten Quellen effektiv zu nutzen, um den Umsatz zu steigern und die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Die Kundenmanagement-Anwendung SAP® Customer Relationship Management (SAP CRM) hilft Ihnen, Ihre Prozesse effizient und kundenorientiert zu gestalten – für einen schnellen Return on Investment. Die Anwendung umfasst Funktionen für Marketing, Verkauf und Kundenservice über alle Kontaktkanäle. Sie bietet zahlreiche Möglichkeiten, Ihre Mitarbeiter intuitiv zu unterstützen, und sie liefert Ihnen vielfältige Analysen, die Ihnen als Basis für fundierte Entscheidungen dienen. SAP CRM ergänzt optimal die SAP-Anwendungen für das Anzeigenmanagement und den Vertrieb von Medienprodukten und bietet Ihnen dadurch entscheidende Vorteile:

SAP CRM

- liefert eine „360-Grad-Sicht“ auf jeden Kunden – auch „zum Mitnehmen“,
- verknüpft und unterstützt gleichermaßen den Außen- und Innendienst,

- umfasst verschiedenste Kommunikationskanäle zu Kunden und Partnern,
- erinnert an Termine und stößt regelbasiert Folgeaktivitäten an,
- ist integriert mit Ihrem Microsoft Outlook oder IBM Lotus Notes,
- integriert ausgefeilte Marketingfunktionen, die mit dem Anzeigenmanagement und dem Vertrieb von Medienprodukten integriert sind,
- bietet neue Möglichkeiten für das Telefonmarketing und den -verkauf,
- unterstützt den Vertrieb von zusätzlichen Medienprodukten und medienfremden Produkten,
- liefert umfangreiche Standardauswertungen und enthält analytische Werkzeuge zur besseren Entscheidungsfindung.

Dank seiner personalisierten Portaloberfläche ist SAP CRM einfach zu bedienen und kann per Drag & Drop leicht an rollenspezifische Anforderungen angepasst werden. So greifen alle Mitarbeiter Ihres Unternehmens schnell und komfortabel auf die für sie relevanten Informationen zu.

Den Verkauf stärken

Mit SAP CRM steht Ihrem Verkaufsaußen- und -innendienst ein Werkzeug zur Verfügung, das vertriebliche Prozesse und die interne und externe Kommunikation gleichermaßen unterstützt. Der entscheidende Vorteil: Sämtliche Aktivitäten sind komfortabel nachvollziehbar und stehen berechtigten Mitarbeitern im ganzen Unternehmen zur Verfügung.



Geschäftspartner- und Kontaktmanagement

Mit dem Geschäftspartner- und Kontaktmanagement von SAP CRM lernen Sie Ihre Kontakte Schritt für Schritt besser kennen – für eine ganzheitliche Sicht auf Interessenten und Kunden auch über Bereichsgrenzen hinweg. Zugleich behalten Sie jederzeit den Überblick über Ansprechpartner und Entscheider beim Kunden, die Kundenhistorie und die Opportunities. Bei Privatkunden greifen Sie schnell auf Marketingaktivitäten und die Auftragshistorie zu, auch für weitere Mitglieder in einem Haushalt.

Aktivitätenmanagement

SAP CRM unterstützt Sie dabei, Aufgaben und interne Tätigkeiten wie beispielsweise Meetings zu planen und zu verfolgen. Das Aktivitätenmanagement bietet Ihren Außendienstlern ein umfangreiches und dennoch einfach zu bedienendes Instrumentarium, um Kundentermine vorzubereiten, Besuchsberichte zu erstellen oder Workflows anzustoßen. Ein aktuelles Kundenstammbuch mit umfassenden Informationen aus verschiedenen Bereichen ist dafür jederzeit online abrufbar und kann als PDF-Übersicht beim Termin genutzt werden. Die Auftragserfassung aus dem Anzeigenmanagement lässt sich jederzeit integrieren, entweder direkt über die entsprechende Transaktion oder über einfach bedienbare interaktive Formulare von Adobe. Über eine bidirektionale Schnittstelle lassen sich Termine auch mit Groupware-Anwendungen synchronisieren.

Mit jedem Kundenkontakt gewinnen Sie wichtige Informationen – egal, ob der

Kunde besucht wird, bei Ihrem Service-Center anruft oder an einem Gewinnspiel im Internet teilnimmt. Mit SAP CRM nutzen Sie diese Informationen, um einen Rundum-Blick auf den Kunden zu gewinnen: Wie oft wird der Kunde kontaktiert, wie groß ist das Unternehmen, welche Arten der Werbung werden genutzt? Im Abonnementvertrieb sehen

„Wir haben papiergestützte Abläufe durch elektronische Prozesse ersetzt. So können wir noch mehr aus unseren Kundenkontakten herausholen.“

Kurt Pfeiffer, Leiter Unternehmensorganisation, Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH

Sie, an welchen Kampagnen der Kunde teilgenommen hat, welche E-Mails er an den Verlag gerichtet oder welche Prämien er in der Vergangenheit erhalten hat.

Ihre Außendienstmitarbeiter profitieren, sofern gewünscht, auch von einer Reihe mobiler Anwendungen – von der Bearbeitung einer einfachen Aktivitätenliste auf einem PDA bis hin zur kompletten laptop-basierten Replikation sämtlicher Kundendaten. Offline lassen sich beispielsweise Kundendaten pflegen, Accountpläne verwalten, Besuchsberichte erstellen oder Folgeaktivitäten für den Innendienst planen.

Gezielt Kunden ansprechen

Mit SAP CRM setzen Sie das Wissen über Ihre Kunden gezielt in personalisierte Angebote um. Die Anwendung unterstützt Sie im kompletten Marketingprozess von der Planung und Budgetierung über die Zielgruppensegmentierung bis hin zur Ausführung, Überwachung und Erfolgskontrolle von Kampagnen. Auch die Einbindung externer Call-Center oder Lettershops ist problemlos möglich. Durch die nahtlose Abbildung des Gesamtprozesses reduzieren Sie Prozesskosten und machen Ihre Marketingaktivitäten transparent.

Ressourcenmanagement: Planung und Budgetierung

Planen Sie Ihr Marketing mit SAP CRM: Mit unserer Lösung können Sie Ihre Marketingpläne flexibel und entsprechend Ihrer Organisationsstruktur nach Titeln, Regionen oder anderen Kriterien strukturieren. Für die Definition wiederkehrender Aktivitäten greifen Sie einfach auf frühere Aktionen oder auf Vorlagen zurück. Die zentrale Verwaltung aller Marketingpläne ermöglicht die optimale Koordination interner und externer Ressourcen.

Über die Kennzahlenplanung hinterlegen Sie auf beliebiger Ebene Budgets und Ziele, zum Beispiel die Anzahl zu gewinnender Abonnements oder Anzeigenumsätze und -umfänge. Diese Struktur steht Ihnen auch in der Finanzbuchhaltung und im Controlling beispielsweise zur CPO-Ermittlung zur Verfügung.

Zahlreiche integrierte Werkzeuge erleichtern Ihnen die Arbeit, darunter Marketingkalender und Marketingjournal, ein

leistungsfähiges digitales Dokumenten- und Broschürenmanagement zur Verwaltung von Verkaufsunterlagen und eine Statusverwaltung mit Workflow-Funktionen.

Zielgruppensegmentierung: Analyse und Selektion

Mit SAP CRM können Sie einfach wie nie Zielgruppen segmentieren, analysieren, selektieren und optimieren – beliebig differenziert und über eine intuitiv bedienbare Oberfläche. Dafür können Sie auf alle relevanten Datenquellen zugreifen: SAP CRM, die Vertriebs- und Anzeigendaten und das Data Warehouse von SAP, Fremdsysteme oder zugekaufte Daten. Zur Ermittlung geeigneter Zielgruppen können Sie Daten visualisieren, Zielgruppen nach Regeln verkleinern oder teilen oder Testzielgruppen bilden.

Kampagnenmanagement: Konzeption, Durchführung, Automatisierung

Eine besondere Stärke von SAP CRM liegt im Bereich der Durchführung und Überwachung von Kampagnen. Kampagnen können Sie für Ihre Marketingaktivitäten nutzen, etwa für die Gewinnung von Probeabonnenten, aber genauso auch für Ihre Kundenbetreuung, beispielsweise für die gezielte Kontaktaufnahme in Verbindung mit Sonderveröffentlichungen oder auch für Nachfassaktionen bei Reklamationen.

Für eine effiziente Auftragserfassung können Sie die Kampagnen mit den Angeboten aus der Anzeigen- und Abonnentenverwaltung verknüpfen. Mit der Kampagnenoptimierung von SAP CRM vermeiden Sie Zielgruppenkollisionen und finden für jede Kampagne die geeignete Kombination von Kontaktkanal,

„Die Vorteile von SAP CRM führten schnell zu Mehrwert für die tägliche Arbeit.“

Udo Scheindel, Leiter Kundenservice,
Telefonbuchverlag Hans Müller GmbH & Co. KG

Kunde und Angebot. Funktionen zur Kampagnenautomatisierung stoßen selbsttätig wiederkehrende Kampagnen an oder unterstützen den kompletten Kommunikationsprozess mehrstufiger Kampagnen einschließlich einer Responseauswertung nach Ihren Vorgaben. Nicht zuletzt bietet SAP CRM leistungsfähige Werkzeuge, um den Erfolg Ihrer Marketingaktivitäten exakt zu bewerten.

Leadmanagement

Auch bei der Verwaltung von Interessenten lässt SAP CRM keine Wünsche offen: von der strukturierten Leaderfassung per Fragebogen über den Import externer Leads und Aktivitäten und eine automatische Lead-Qualifizierung bis hin zu interaktiven Formularen für die Verteilung.

Integration des Verkaufs und Service im Innendienst

Ihre Kunden, Partner und Mitarbeiter möchten heutzutage auf verschiedene Art und Weise interagieren. Mit dem Interaction Center von SAP CRM haben Ihre Mitarbeiter in Verkaufsinendienst und Kundenservice eine vollständige Sicht auf den Kunden: von den Stammdaten über Aktivitäten und Kampagnen bis hin zu Aufträgen. Anruflisten und Gesprächsleitfäden unterstützen Ihre Mitarbeiter dabei, Telefonate strukturiert durchzuführen. Proaktive Alerts

informieren über fehlende Daten, zum Beispiel die E-Mail-Adresse, aber auch über Verkaufschancen, die direkt bearbeitet werden können. Sie können im Interaction Center E-Mails, Fax-Nachrichten oder Briefe bearbeiten, Aktivitäten anlegen und weiterleiten sowie Anfragen durch den direkten Zugriff auf die Lösungsdatenbank umgehend beantworten.

Der Leiter des Kundenservice-Centers verfügt zudem über spezielle Werkzeuge, um den Einsatz seiner Mitarbeiter zu planen und die Aktivitäten im Interaction Center zu verfolgen.

Mehr Transparenz durch Analysen

Im Zusammenspiel mit den SAP-Anwendungen für Anzeigenmanagement und Medienproduktverkauf und der Business-Intelligence-Lösung SAP NetWeaver® Business Intelligence bietet SAP CRM Ihnen zahlreiche vordefinierte Analysen: kunden- und produktspezifische Auswertungen, Marketing-, Verkaufs- und Serviceanalysen sowie Analysen der verschiedenen Kontaktkanäle. Vorbereitete Berichte stehen Ihren Mitarbeitern je nach Rolle in ihrer personalisierten Startseite zur Verfügung oder werden per E-Mail verteilt. Darüber hinaus können auch individuelle Auswertungen erstellt werden.

Profitieren Sie von einer integrierten Komplettlösung

Mit SAP CRM für Zeitungs-, Zeitschriften- und Fachverlage erzielen Sie folgende Vorteile:

- **Effiziente Arbeit** mit einer einfach erlernbaren Anwendung und rollenspezifischen, einfach individualisierbaren Oberflächen
- **Umfassendes Kundenwissen**, da Sie sämtliche Informationen rund um den Kunden vom ersten Kontakt bis zu Aufträgen oder Reklamationen zusammenführen können – egal wie und von welchen Mitarbeitern der Kontakt gepflegt wurde
- **Stärkere Kundenbindung und besserer Service**, da Sie Anfragen punktgenau bearbeiten können und der Kunde sämtliche Kontaktkanäle nutzen kann
- **Höhere Erlöse**, da Sie Ihr Kundenwissen gezielter im Verkaufsgespräch, für Marketingaktivitäten, Cross- und Up-Selling einsetzen können
- **Optimierter Einsatz Ihres Marketingbudgets** durch eine exakte Marketing-erfolgskontrolle für mehr Transparenz bei Ihren Marketingaktivitäten

- **Durchgängige Prozesse** von der Kampagnenplanung bis zum Auftragsabschluss durch nahtlose Integration des Marketings mit dem Anzeigen- und Produktvertrieb sowie dem Kundenservice
- **Niedrigere Prozesskosten**, da Sie
 - Ihre Prozesse mit einer integrierten Lösung optimieren können
 - Vorgänge, an denen mehrere Mitarbeiter beteiligt sind, einfacher abwickeln
 - Ihren Mitarbeitern im Innen- oder Außendienst alle notwendigen Informationen bereitstellen
 - externe Partner einfach einbinden können
 - mit analytischen Werkzeugen Unternehmensprozesse transparent machen

Weitere Informationen, wie Ihr Verlag von SAP CRM profitieren kann, erhalten Sie unter www.sap.de/media oder www.sap.de/crm.

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*

E info.germany@sap.com

www.sap.de

Kostenloser Online-Newsletter

www.sap.de/sapimfokus

* gebührenfrei in Deutschland

50 089 242 (08/04)

© 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.