

SAP CRM

**ERFOLGREICHE KAMPAGNEN
OHNE STREUVERLUSTE**

WEIL WIRKUNGSVOLLES MARKETING
MIT SYSTEMATIK BEGINNT



THE BEST-RUN BUSINESSES RUN SAP™



SMARTE UNTERSTÜTZUNG FÜR ERGEBNISORIENTIERTES MARKETING



Ihre Kampagnen treffen ins Schwarze, weil Sie zum richtigen Zeitpunkt den Bedarf Ihrer Kunden und Interessenten wecken. Seit Sie diese Erfolge mit SAP CRM gezielt steuern, diskutiert niemand mehr über den Sinn und Zweck von Marketingausgaben. Denn Ihr Beitrag zum Unternehmenserfolg lässt sich täglich ablesen.

Nachfrage steuern. Kunden pflegen. Erfolge messen.

Während andere noch über die Vielzahl der neuen Kontaktkanäle klagen, setzen Sie diese gekonnt für Ihre Zwecke ein. Seit Sie das richtige Instrument an der Hand haben, überzeugen Sie Ihre Geschäftspartner und Interessenten mit bedarfsgerechtem Individualmarketing an jedem Kontaktpunkt. Sie generieren beneidenswerte Responsequoten, weil Sie die aussichtsreichsten Adressaten für eine Kampagne mit wenig Aufwand gezielt herausfiltern. Die neue Treffsicherheit verdanken

Sie einer zentralen Wissensquelle, die Ihnen konsistente Daten über Kunden und Interessenten liefert. Ihr Konzept als gemeinsamer Datenpool erlaubt es, dass Sie Ihre Marketinginitiativen auf aktuellsten Informationen aufsetzen, denn die Basis wird an allen Anlaufstellen in Echtzeit fortgeschrieben: im Vertrieb, im Service, im Callcenter und in Ihrer Abteilung. Die 360-Grad-Sicht auf lückenlose Kontakthistorien schafft die Voraussetzungen für eine differenzierte Ansprache in allen Kanälen. Diese individuelle Betreuung honorieren Ihre Bestandskunden mit hoher Loyalität, während Ihnen der Vertrieb

größten Respekt für systematisch vorqualifizierte Leads zollt. Der durchgängige Informationsfluss verbessert auch das Zusammenspiel zwischen den beteiligten Aufgabenträgern bei der Kampagnenrealisierung. Da alle Kollegen dieselbe Plattform nutzen, ist die Steuerung und Koordination der Teilschritte wesentlich einfacher geworden: ohne Medienbrüche, ohne zeitraubenden Abgleich, ohne Informationsverlust. Schwer zu entscheiden, was Ihnen am besten gefällt: das ansprechende Design der selbsterklärenden Portaloberfläche, die durchdachte Vorgangunterstützung für alle Marketingfunktionen oder das „Erfolgsbarometer“ für Ihre Kampagnen. Sie wissen nur, dass Sie bessere Ergebnisse mit weniger Ressourcen erzielen und schneller auf veränderte Marktgegebenheiten reagieren. Kurzum: **Mit SAP® Customer Relationship Management (SAP CRM)** ist vieles sehr viel effizienter geworden.

Hohe Response. Bessere Ergebnisse. Mehr Produktivität.

Die vollständig browserbasierte Anwendung SAP CRM ist ein hervorragendes Instrument zur Systematisierung von Marketingaktivitäten über alle Kontaktkanäle hinweg. Sie ist für Unternehmen aller Branchen und Größen sowie für die Absatzförderung in direkten und indirekten Vertriebskanälen geeignet. Rollenbasierte Funktionen decken jeden Aufgabenbereich im strategischen Marketing und in der Kampagnenrealisierung ab. Sie erhöhen die Effizienz und tragen so zur ergebnisorientierten Kundenbindung und Neukundengewinnung bei. 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.

“Mit SAP CRM lassen sich Zielgruppen präzise ermitteln und auf diese perfekt zugeschnittene Marketingkampagnen durchführen.”

Dr. Stefan Marx, Siemens Mobile

SAP® CRM IST MEHR ALS EIN KUNDEN-MANAGEMENTSYSTEM

WEIL MARKETINGERFOLGE MIT DEM RICHTIGEN HEBEL TREFFSICHER GELINGEN



„Mit SAP CRM sind wir jetzt in der Lage, in kurzer Zeit solide abgesicherte und kalkulierte Marketingentscheidungen zu treffen.“

Peter Schäfer, Leiter CRM, Sandoz Pharmaceuticals GmbH

Als die Wettbewerber überschaubar und die Kunden treuer waren, hat die Verständigung „auf Zuruf“ gut funktioniert – mit dem Vertrieb und den Geschäftspartnern. Heute müssen Sie mit knappen Budgets, vielen Kontaktkanälen und anspruchsvollen Zielgruppen jonglieren. In diesen Zeiten navigiert Sie SAP CRM zuverlässig auf Erfolgskurs.

Mehr Nähe zum Geschehen.

Im Zugzwang zwischen hohem Wettbewerbsdruck und schwindenden Margen brauchen Unternehmen handfeste Differenzierungsmerkmale, die eindeutige Präferenzen schaffen und den Absatz fördern. Damit stehen die Marketingverantwortlichen vor vielen Herausforderungen: Sie sollen die sich rasch verändernden Marktgegebenheiten vorausdenken, Nachfrage gezielt anheizen, profitable Kunden pflegen und mit wenig Aufwand eine nachhaltige Neukundengewinnung betreiben.

Die Vorgabe lautet: mehr mit weniger Ressourcen zu erreichen. Diese Anforderungen verlangen nach einer stärkeren Verzahnung mit dem Vertrieb und nach integrierten Werkzeugen, die sich wie ein roter Faden durch das Unternehmen ziehen. SAP Customer Relationship Management verwebt alle Kundenaktivitäten in Marketing, Vertrieb und Service unter einer einheitlichen Portaloberfläche. Als gemeinsame Arbeitsplattform schafft sie die Voraussetzungen für die ertragreiche Bearbeitung profitabler Marktsegmente.



„Wir können unsere Kampagnen mit SAP CRM wesentlich zielgruppengener und zielorientierter steuern und brauchen dafür nicht mehr auf externe Ressourcen zurückzugreifen.“

Andreas Lindner, Marketing, Cherry GmbH

eine hohe Kundenzufriedenheit. Je tiefer der Grad der Prozessintegration mit zentralen Unternehmensanwendungen, desto feiner der Informationsradar und desto größer der Nutzen für alle. Bei einer Anbindung von SAP CRM an nachgelagerte Finanzsysteme werden Sie auf Knopfdruck die Ausgaben und Erlöse Ihrer Marketinginitiativen, den aktuellen Stand des Budgets und den Status Ihrer Performance ermitteln: ein zuverlässiges Erfolgsbarometer, das Ihre Leistungen transparent macht.

Prozessunterstützung in Echtzeit: Wie Sie schneller fertig werden.

SAP CRM bietet eine prozessorientierte Vorgangunterstützung für das Tagesgeschäft von Marketingkoordinatoren. Die Funktionen der Software spannen einen lückenlosen Bogen vom strategischen Marketing bis zur Kampagnenrealisierung: von der Budgetverwaltung bis zur Ressourcensteuerung, von Marktanalysen bis zum Lead-Management und von der Werbekostenzuschussverwaltung bis zu einem systemgestützten Empfehlungsmanagement in Echtzeit.

Ein Ausschnitt:

- Ressourcen effizient nutzen
- Kundensegmente einfach analysieren
- Zielgruppen wirkungsvoll erreichen
- Kampagnenstrategie absichern
- Kampagnenrealisierung vereinfachen
- Lead-Management automatisieren
- Werbekostenzuschüsse optimieren

Ressourcen effizient nutzen

Knapper werdende Budgets verlangen nach einem wohl dosierten Einsatz der verfügbaren Mittel. Das rollenbasierte Ressourcen-Management vereinfacht alle Planungsschritte und unterstützt Sie bei der zielführenden Einsatzsteuerung

von Ressourcen, Mitarbeitern, Budget, Material und Partneraktionen. Mit dem integrierten Marketingkalender können Sie die Aktivitäten in allen Kontaktkanälen und über alle Absatzwege perfekt getaktet aufeinander abstimmen. Prüfroutinen im System erkennen Kollisionen und machen Sie automatisch darauf aufmerksam.

Kundensegmente einfach analysieren

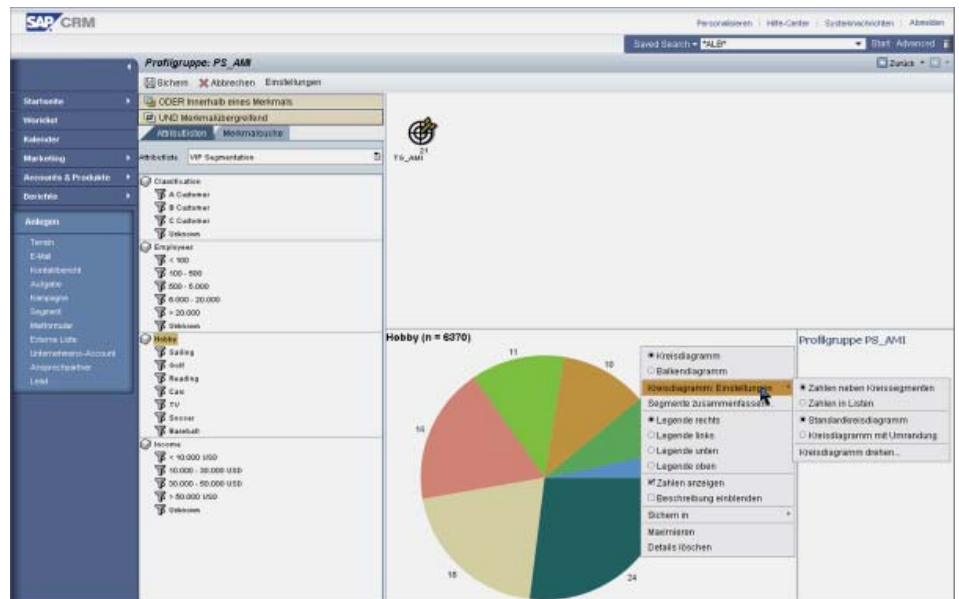
Eine spürbare Arbeitserleichterung erfahren Sie bei der Vorbereitung von Neukundengewinnungsaktionen. Mit den Funktionen für das Segment- und List-Management werden Fremddaten mühelos importiert und sowohl interne als auch externe Kunden- und Interessenteninformationen unkompliziert bereinigt. Die Schnittstelle ist einfach zu bedienen und macht sie unabhängig vom Support Ihrer IT-Abteilung. Über die integrierte Kundensegmentanalyse können Sie Geschäftspartnerdaten aus verschiedenen Quellen einsehen und anhand von Attributen grafisch visualisieren. So lassen sich Kundensegmente zuverlässig identifizieren und ihr Erfolgspotenzial auf einen Blick bewerten.

Zielgruppen wirkungsvoll erreichen

Durch die Flut von Werbebotschaften wird es immer schwieriger, Ihre Zielgruppen zu erreichen. Das Multichannel-Kampagnen-Management erlaubt die individuelle Ansprache Ihrer Geschäftspartner. Systematisieren Sie Ihre Aktivitäten mit SAP CRM und Sie werden relevante, personalisierte Botschaften zum richtigen Zeitpunkt über die richtigen Kanäle senden.

Kampagnenstrategie absichern

Mit den integrierten Designwerkzeugen visualisieren Sie den logischen Fluss



Ein Blick ins System: Zielgruppenselektion

einer Kampagne als Entscheidungsbaum – mit allen Einzelmaßnahmen, allen Verknüpfungen und allen Abhängigkeiten. Nach dem Start der Kampagne nimmt Ihnen das System die zeitintensive Überwachung der Response ab. Es wertet die eingehende Kundenreaktion in allen Kontaktkanälen aus und stößt automatisch die gewünschten, regelbasierten Folgeschritte an.

Kampagnenrealisierung vereinfachen

Da alle an einer Kampagne beteiligten Kollegen und Zulieferer mit derselben Plattform arbeiten, gibt es bei der aufgabenteiligen Kampagnenumsetzung weder Medienbrüche noch Informationsverlust. Statt diverser Tools gibt es nur noch ein System und einen einheitlichen Wissensstand, der die reibungslose Durchführung Ihrer Aktionen garantiert.

Lead-Management automatisieren

Mit strukturierten Fragebögen und PDF-basierten interaktiven Formularen lässt sich der gesamte Prozess der Leadgewinnung, -qualifizierung und -verfolgung automatisieren. Für die Unternehmensleitung wird der komplette Lebenszyklus eines Leads transparent und Ihr Beitrag am Erfolg einfach nachvollziehbar.

Werbekostenzuschüsse optimieren

Der branchenspezifische Bestandteil SAP Trade Promotion Management bietet eine integrierte Prozessunterstützung für Account- und Trade-Promotion-Manager im Handelsbereich. Er ermöglicht exakte Planungen, unterstützt bei der Erhöhung der Markenpräsenz sowie bei der Optimierung von Werbekostenzuschüssen.



„Mit analytischem CRM haben wir es geschafft, Daten in Informationen und Wissen für bessere Kundenbeziehungen zu verwandeln.“

Dr. Christoph Wargitsch, Leiter CRM und New Media, Audi AG

Mit Echtzeitangeboten Kunden binden
Erhöhen Sie Ihre Kundenzufriedenheit mit dem integrierten SAP Real-Time Offer Management (Angebotsmanagement in Echtzeit). Die fortschrittliche Software bietet eine analytische Entscheidungsunterstützung, mit der Sie in allen Kontaktkanälen kundenindividuelle Cross- und Upselling-Empfehlungen im

Sekundentakt ermitteln und automatisieren. SAP Real-Time Offer Management berücksichtigt alle relevanten Informationen einschließlich aktueller Kontaktinformationen und ist in der Lage, dynamische Regelgrößen wie zum Beispiel Nachfrageänderungen einzubeziehen.

CRM, wie Sie es sich wünschen

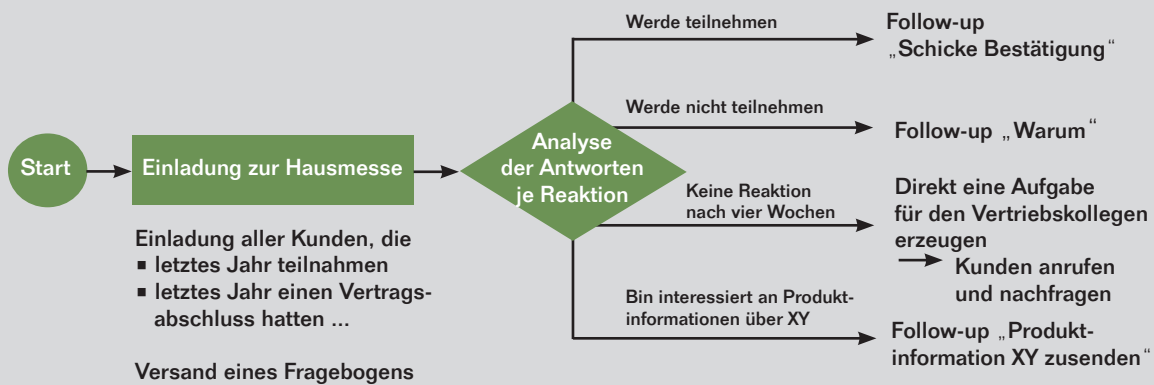
Es gibt noch viele weitere marketing-relevante Funktionen sowie einige branchenspezifische Ausprägungen. Wählen Sie aus, was am besten zu Ihnen passt. SAP CRM ist on demand oder als Inhouse-Installation verfügbar.

HOHE MARKETINGEFFIZIENZ METHODISCH ABSICHERN

EIN ANWENDUNGSBEISPIEL AUS DER PRAXIS

Die zentrale Unternehmensfunktion Marketing ist einem hohen Leistungs- und Erfolgsdruck ausgesetzt: berichtspflichtig gegenüber der Unternehmensleitung, vom Vertrieb am Erfolg der Absatzbeteiligung gemessen, kritisch beäugt vom Controlling und permanent dem Urteil von Kunden, Märkten und der Öffentlichkeit ausgesetzt. Deshalb sind ein systematisches Vorgehen und eine praxistaugliche Systemunterstützung unverzichtbare Bausteine für gezielte Marketingerfolge.

SAP CRM deckt alle Aktivitäten im Marketing ab – von der Kampagnenplanung, über die Koordination aller Einzelschritte bis zur Erfolgskontrolle und dem transparenten Ausweisen der erzielten Ergebnisse. Das Werkzeug dient der methodischen Absicherung einer hohen Marketingeffizienz. Das nachstehende Beispiel aus der Praxis belegt den praktischen Nutzen.



Logischer Ablauf: Kampagnenautomatisierung

Im Marketing wird mit Hochdruck an der Vorbereitung der diesjährigen Hausmesse gearbeitet. Corinna S. bereitet den Versand der Einladung vor. Sie will per E-Mail einen Fragebogen an diejenigen Kunden versenden, die Besucher im letzten Jahr waren, die einen Vertragsabschluss in den letzten zwölf Monaten unterzeichnet haben und alle Personen, die Interesse an der neuen Produktgruppe zeigten. Mit wenigen Klicks im System selektiert sie den Adressatenkreis für die Aussendung. Danach hinterlegt sie im System die Folgeschritte für die Analyse der Kundenreaktion. Hierfür aktiviert sie mit einem Klick das Werkzeug für die Kampagnenautomatisierung und zeichnet den Ablaufplan des Prozesses in allen

Einzelschritten auf. So kann sie sicher sein, dass alle Teilnehmer automatisch eine Bestätigung erhalten und alle Nicht-Reagierer spätestens vier Wochen nach der Aussendung vom Callcenter nachgefasst werden. Für alle Nicht-Teilnehmer hinterlegt sie einen Follow-up, der den Grund für die Absage klärt. Zu guter Letzt stellt sie sicher, dass alle Interessenten die angekreuzten Informationsmaterialien zur neuen Produktgruppe postwendend erhalten. Nach einer letzten Plausibilitätsprüfung ist sie sicher, dass es keine unerwünschten Zielgruppenkollisionen geben wird. Sie aktiviert die Kampagne und überlässt dem System die Überprüfung der Reaktionen und das automatische Einleiten der Folgeschritte.

Die Responsequote der Kampagne erreichte einen auch für das Bestandskundensegment beeindruckenden Wert von 56 Prozent. Aufgrund eines attraktiven Veranstaltungskonzeptes und der präzisen Vorselektion des Produktinteresses endete die Hausmesse mit nennenswerten Vertragsabschlüssen bei Kunden und Interessenten. Diesen Kampagnenerfolg kann das Marketing über alle Phasen im transparenten Lead-Prozess klar belegen. Interessens endete die Hausmesse mit nennenswerten Vertragsabschlüssen bei Kunden und Interessenten. Diesen Kampagnenerfolg kann das Marketing über alle Phasen im transparenten Lead-Prozess klar belegen.

Zusammenfassung

Die vollständig browserbasierte Anwendung SAP CRM ist ein hervorragendes Instrument zur Systematisierung von Marketingaktivitäten in allen Kontaktkanälen. Sie ist für Unternehmen aller Branchen und Größen sowie für die Absatzförderung in direkten und indirekten Vertriebskanälen geeignet. Rollenbasierte Funktionen decken alle Aufgabenbereiche im strategischen Marketing und in der Kampagnenrealisierung ab. Sie erhöhen die Effizienz und tragen so zur ergebnisorientierten Kundenbindung und -gewinnung bei.

Herausforderungen

- Kampagneneffizienz steigern
- Bessere Ergebnisse mit weniger Ressourcen erzielen
- Sichtbarkeit der Marketingmaßnahmen und Erfolge erhöhen
- Messbaren Beitrag zum Unternehmensergebnis erbringen

Unterstützte Geschäftsprozesse und Softwarefunktionen

- Browserbasierte Arbeitsplattform für alle Aufgabenbereiche im Marketing
- Komfortables Ressourcen-Management mit Marketingkalender und -journal
- Zuverlässige Marktsegmentierung und Zielgruppenselektion
- Designwerkzeuge für die Kampagnenkonzepion
- Integrierte Prüfroutinen zum Ausschluss von Zielgruppenkollisionen
- Kampagnenautomatisierung mit systemgesteuerter Responseauswertung
- Systemgestütztes Empfehlungs-Management für Cross- und Upselling
- Workflowgestütztes Lead-Management
- Marketinganalysen zum Abgleich von Budgeteinsatz und Ergebnissen
- Systemgestütztes Empfehlungs-Management in Echtzeit
- Werkzeuge zur Optimierung von Werbekostenzuschüssen

Hauptnutzen

- Einheitliche Plattform für alle Marketing-, Vertriebs- und Serviceprozesse
- Online-Zugriff mit 360-Grad-Sicht auf Echtzeitkundendaten
- Automatisiert Kommunikationsprozesse in allen Kontaktkanälen
- Vereinfacht Kunden- und Marktanalysen
- Erleichtert Zielgruppenselektionen
- Vereinfacht die Steuerung und Koordination von Kampagnen
- Optimiert Kampagnenergebnisse und reduziert Streuverluste
- Unterstützt die Aufgabenteilung und Ressourcensteuerung im Marketing
- Macht Marketingerfolge messbar
- Rationalisiert Verwaltungs- und Planungsaufgaben
- 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.

50 090 273 (08/07)

© 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.

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/crm

Kostenloser Online-Newsletter

www.sap.de/sapimfokus

* gebührenfrei in Deutschland

THE BEST-RUN BUSINESSES RUN SAP™

