

SAP Customer Success Story



Die deutsche Tochtergesellschaft des internationalen Pharmakonzerns **AstraZeneca** hat mit mySAP™ CRM Mobile Sales erfolgreich die Weichen für eine effiziente Unterstützung des 1200 Mitarbeiter starken Außendienstes gestellt. „Dem Kunden mit einer Stimme entgegenreten“ ist das Ziel des Projektes, das in enger Zusammenarbeit zwischen der SAP Consulting und der Inhouse IT von **AstraZeneca** realisiert wurde. Eine einheitliche Sicht auf alle wesentlichen Kundendaten und ihre jederzeitige Online-Verfügbarkeit schaffen dafür die Voraussetzungen.

AstraZeneca 



AstraZeneca

MIT mySAP CRM AUF DEM WEG ZUR E-ENABLED SALES FORCE

FÜHRENDE POSITION IN DER WELT DER ARZNEIMITTEL

Mit der Herstellung und dem Vertrieb verschreibungspflichtiger Medikamente für die Therapiebereiche Herz-Kreislauf und Stoffwechsel, Magen-Darm, Atemwege, Onkologie, Infektionen und Schmerz sowie Zentrales Nervensystem setzt AstraZeneca rund 16 Milliarden US-Dollar um. Damit gehört der Konzern weltweit zu den fünf Top-Playern der Pharmabranche. Diese Position ist das Ergebnis der 1999 vollzogenen Fusion zwischen der britischen Zeneca und der schwedischen Astra. Die deutsche Tochtergesellschaft steuert rund 750 Millionen Euro zum Umsatz des Konzerns bei. Sie hat ihren Hauptsitz in Wedel bei Hamburg und beschäftigt 1950 Mitarbeiter.

IT-UNTERSTÜTZUNG VON GROßER BEDEUTUNG

Um sich im hart umkämpften Pharmamarkt erfolgreich zu behaupten, müssen Arzneimittelhersteller nicht nur anspruchsvolle Produkte entwickeln, sondern diese auch effizient und effektiv vermarkten. Das setzt eine leistungsstarke informationstechnische Unterstützung des Außendienstes voraus. Für die AstraZeneca GmbH hieß das: Abschied vom Gestern papiergestützter und DOS-basierter Lösungen und Wechsel in die moderne Welt der CRM-Systeme. Dabei setzt AstraZeneca Deutschland auf die Außendienstlösung mySAP CRM Mobile Sales: „Funktional und wirtschaftlich überzeugend, einfach in die bestehende SAP-Infrastruktur integrierbar und flexibel an spezifische Bedürfnisse anpassbar“ lautete das Urteil nach einem Auswahlverfahren, dem sich mehrere Anbieter einschließlich einer Pilotphase mit Prototypen stellen mussten.


**SAP Deutschland
AG & Co. KG**

Neurottstraße 15a
69190 Walldorf
T 0800/5 34 34 24*
F 0800/5 34 34 20*

* gebührenfrei in Deutschland

T +49/1805/34 34 24**
F +49/1805/34 34 20**

** gebührenpflichtig

E info.germany@sap.com

www.sap.de/crm

AUF DEM WEG ZUR „E-ENABLED SALES FORCE“

Mit der Realisierung des Mitte 1999 gestarteten und knapp zwei Jahre später erfolgreich zum Produktivstart geführten Projektes EMTS (Electronic Territory Management System) sieht sich AstraZeneca auf dem Weg zu einer „E-Enabled Sales Force“. Dahinter steht das Ziel, mit modernen Informationstechnologien die Schlagkraft der rund 1200 Außendienst-Mitarbeiter deutlich zu erhöhen – „und zwar durch eine bessere Zielgruppenansprache und Segmentierung sowie die Gewinnung von mehr Zeit für die Planung und Durchführung von Kundenbesuchen“, so Wolfgang Hoffmanns, Director SSCU (Sales Support & Coordination Unit).

Die dahinter stehende Rechnung ist überzeugend: Bereits ein Mehr von 3,5 Stunden an produktiver Zeit schafft den Freiraum für durchschnittlich fünf zusätzliche Kundengespräche pro Woche und Außendienstmitarbeiter. Das ergibt im Monat über 22.000 zusätzliche Kundenkontakte – und damit einen potenziellen Mehrumsatz von neun Millionen Euro.

NAHTLOSE KOMMUNIKATION MIT DEM INNENDIENST

Damit die Rechnung aufgeht, sind die Außendienst-Mitarbeiter mit modernster Hardware ausgestattet worden. mySAP CRM Mobile Sales läuft auf Desktops, über die die Mitarbeiter online auf das CRM-System zugreifen. Für eine Online-Lösung sprechen sowohl Kosten- als auch Sicherheitsgründe.

„Wir profitieren von mySAP CRM Mobile Sales durch vereinfachte administrative Abläufe im Innendienst, mehr produktive Zeit im Außendienst und bessere Steuerungsmöglichkeiten in der Zentrale.“

Wolfgang Hoffmanns, Director SSCU (Sales Support & Coordination Unit), AstraZeneca GmbH

Über das Internet können die Außendienst-Mitarbeiter nunmehr von zu Hause aus mit den zentralen Vertriebs- und Marketingbereichen kommunizieren. Der Außendienst erhält, was er für seine Vertriebsarbeit benötigt: Eine einheitliche Sicht auf alle wesentlichen Informationen über Kunden und Ansprechpartner in Kliniken, Praxen und Apotheken. Er wird bei der Besuchsplanung und

bei der Erstellung von Besuchsberichten unterstützt, kann Aktivitätenhistorien einsehen sowie Kundenumsätze und Konditionen abrufen. Zudem werden über die Software des Anbieters Cognos kundenspezifische Analysen und allgemeine Marktdaten bereitgestellt, die später auch direkt aus mySAP CRM Mobile Sales aufgeru-

fen werden können. Und mit der geplanten Ergänzung der Hardwareausstattung um mobile Handhelds sollen wesentliche Teile der täglichen Administration in Zukunft unterwegs erledigt werden. Dazu gehört nicht nur die Musterabgabe, sondern eventuell später sogar die Musterdokumentation mit elektronischer Unterschrift des Arztes.

BUSINESS UNITS AGIEREN VERNETZT

Die Ausstattung des Außendienstes mit mySAP CRM Mobile Sales hat noch einen weiteren gewichtigen Vorteil: Sie schafft die Voraussetzung für eine Quervernetzung der einzelnen Business Units und das Arbeiten in Teamstrukturen. So stehen Kundeninformationen bereichs- und produktlinienübergreifend zur Verfügung, was die Koordination zwischen Praxis- und Kliniklinien vereinfacht und ein internes Co-Marketing sowie Cross-Selling ermöglicht. Last but not least kann so flexibler auf kurzfristig auftretende Engpässe oder Überkapazitäten reagiert werden.