



**mySAP Customer Relationship Management**

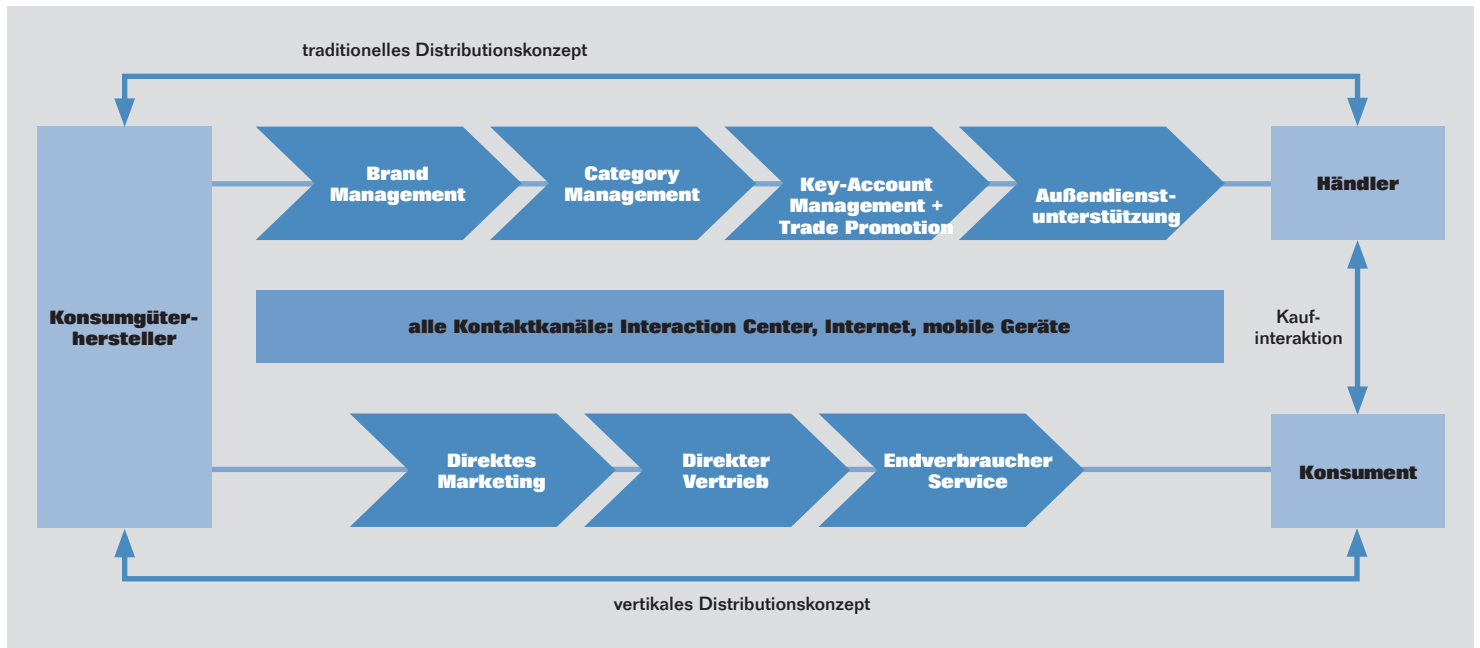
# **NÄHER AM KUNDEN MIT mySAP™ CRM**

**Zukunftsorientierte Marketing- und Vertriebsprozesse  
für die Konsumgüterindustrie**

**Handeln Sie in jeder Hinsicht kundenorientiert und steigern Sie dadurch Umsatz und Erträge**

Als Konsumgüterhersteller müssen Sie die Chance ergreifen, Ihre Wettbewerbsposition durch professionelles Kundenbeziehungsmanagement zu stärken. Das ist umso wichtiger, weil wechselndes Kaufverhalten, die Dominanz

des Handels und eine zunehmende Internationalisierung Herausforderungen darstellen. mySAP Customer Relationship Management (mySAP CRM) unterstützt Sie dabei, die Bedürfnisse Ihrer Händler und Konsumenten noch konsequenter in den Mittelpunkt zu stellen und die Erträge Ihres Unternehmens zu steigern.



## **INTEGRIEREN SIE IHRE MARKETING- UND VERTRIEBS- PROZESSE**

**Stärken Sie Marketing und Vertrieb durch eine voll integrierte CRM-Lösung, die Ihre Geschäftsprozesse zu Händlern und Endverbrauchern über alle Kommunikationskanäle hinweg unterstützt**

Ihr Unternehmenserfolg hängt entscheidend davon ab, wie intensiv Sie Ihre Märkte beobachten, Kundendaten und -beziehungen pflegen, sowie Ihre Marketingstrategien umsetzen. Eine integrierte Softwarelösung unterstützt Sie dabei:

- **Arbeiten Sie profitabel?**  
Sie können Ihre Gewinnorientierung steigern, indem Sie häufige Handelsaktionen effektiver durchführen und stets nach Zusatznutzen und -aktivitäten suchen.
- **Sind Sie für globale Geschäfte gerüstet?**  
Identifizieren Sie nicht gesättigte Märkte und nutzen Sie weltweit Ihre Chancen, um Ihren Absatz zu steigern.
- **Entwickeln Sie genügend neue Produkte?**  
Sie fördern Wachstum durch ein aktives Management Ihres Produktportfolios, etwa indem Sie neue Produkte schneller entwickeln und zur Marktreife führen.
- **Verfügt Ihrer Unternehmen über durchgängige Prozesse?**  
Sorgen Sie dafür, dass Marketing und Vertrieb gemeinsam auf den Erfolg Ihres Unternehmens hinarbeiten und dabei durch integrierte Prozesse ohne Brüche auf konsistente Datenbestände zugreifen können.
- **Sind Sie nah genug am Endverbraucher?**  
Im Rahmen der Neuproduktentwicklung reagieren Sie zeitnah auf veränderte oder neue Trends im Einkaufs- und Verbraucherverhalten. Dazu müssen Sie Ihre Konsumenten verstehen. Haben Sie bereits einen direkten Draht aufgebaut? Es lohnt sich!

mySAP CRM™ unterstützt Sie dabei, diese Fragen für Ihr Unternehmen gewinnbringend zu beantworten: Integrierte Anwendungen für Marketing- und Vertriebsprozesse helfen Ihnen mit leistungsfähigen Funktionen dabei, Vertriebs-, Kunden- und Marktdaten zentral zu analysieren und notwendige Folgeschritte abzuleiten.

## **MIT INTEGRIERTEN CRM-PROZESSEN KLARE SICHT AUF DEN KUNDEN**

**mySAP CRM – die maßgeschneiderte Lösung für Konsumgüterunternehmen**

mySAP CRM ist exakt auf die Anforderungen und branchenspezifischen Besonderheiten der Konsumgüterhersteller abgestimmt. So kann Ihr Unternehmen besser erkennen, welche Gedanken, Wünsche, Motivationen und Anreize Ihre Kunden zum Kauf bewegen. Gleichzeitig hilft Ihnen mySAP CRM Ihre Geschäftsprozesse stärker am Kunden auszurichten, weil Sie Aufgaben effizienter und professioneller abwickeln und dadurch verbraucher- und handelsbezogener agieren können.

mySAP CRM für die Konsumgüterindustrie umfasst vier zentrale Bereiche:

- **Markenmanagement** (Brand Management)
- **Warengruppenmanagement** (Category Management)
- **Kunden- und Aktionsmanagement** (Key Account- and Promotion Management)
- **Außendienstunterstützung** (Retail Execution)

Darüberhinaus werden die Prozessketten, die zur Abbildung Ihres Konsumentengeschäftes notwendig sind, mit Hilfe von Marketingfunktionalitäten, Vertriebsprozessen über verschiedene Kanäle wie Internet oder Call Center oder auch Serviceprozesse abgebildet.

## MARKENMANAGEMENT

Marken dienen Verbrauchern als wichtige Orientierungshilfe. Für Unternehmen dienen sie dazu, Märkte zu beeinflussen, zu stimulieren und zu steuern mit dem Ziel, die Marktanteile Ihrer Marken auszubauen. Dies gelingt durch eine Ausweitung der Erstkaufsrate und vor allem durch eine Steigerung der Markentreue. Im Idealfall ermöglichen es starke Markenpersönlichkeiten, Ihr Markenkonzept gegenüber dem Handel durchzusetzen (Pull-Strategie).

Starke Marken entstehen durch den langfristigen Aufbau von Vertrauen. Gerade in den letzten Jahren mussten viele Konsumgüterunternehmen jedoch einen kontinuierlichen Rückgang der Markentreue feststellen. Diese schleichende Markenerosion ist für die Markenhersteller sehr gefährlich, da sie dem Handel gegenüber immer mehr an Einflussmöglichkeiten verlieren.

Das Markenmanagement von mySAP CRM unterstützt Sie dabei, die Marken Ihres Unternehmens erheblich präziser zu steuern:

- Sie erkennen, welche finanziellen Ressourcen Sie wirklich für Ihre Marketingaktivitäten aufwenden.
- Sie berechnen den jeweiligen Erfolg Ihrer Marketingaktivitäten und bestimmen deren ROI.
- Sie analysieren, für welche Produkte die Konsumenten tatsächlich Geld ausgeben.
- Sie senden die richtige Produktnachricht an den Markt.

### Stärken Sie Ihre Marken

Im Markenmanagement hilft SAP-Software Ihrem Unternehmen dabei, alle erforderlichen Prozessschritte abzudecken: die strategische Planung, die Jahresplanung, die kreative Entwicklung ebenso wie das regelmäßige Reporting und umfassende Analysen. Zusätzlich schaffen Sie mit mySAP CRM klare Sicht auf den aktuellen Stand der Umsetzung Ihrer Marketingziele: Die Anwendung kann Sie dabei unterstützen, Marktanteile, Distribution, Preisspiegel, Image- und Bekanntheitsgrad, sowie die Käuferreichweite anhand integrierter Berichte im Arbeitsbereich des Brand Managers ausweisen. Diese Informationen geben Ihnen wichtige Anhaltspunkte für die Gestaltung der Markenpersönlichkeit.

Die SAP-Anwendung unterstützt Sie zudem dabei, neue Marken zu entwickeln oder Produktlinien zu erweitern. Dazu können Sie auf unterschiedliche Arbeitsschritte in der Anwendung zurückgreifen:

- Sammeln Sie Ihre Ideen!  
Bündeln Sie Ideen nach Kriterien oder lassen Sie diese von verschiedenen Parteien bewerten. Sie haben zudem die Möglichkeit, externe Kundenideen zu verarbeiten.
- Erstellen Sie durchgängige Konzepte!  
Legen Sie standardisierte Dokumentvorlagen im System ab und verfolgen Sie gezielt die weiteren Arbeitsschritte.
- Segmentieren Sie wichtige Zielgruppen!  
Bilden Sie Zielgruppen nach unterschiedlichen Kriterien und verändern Sie diese dynamisch, so dass alle wichtigen Geschäftspartner berücksichtigt werden.

### Erreichen Sie die „richtigen“ Kunden

Existieren in Ihrem Unternehmen bereits Daten zu Endverbrauchern, können Sie diese für gezielte Konsumentenkampagnen aufbereiten. Informationen zu Kaufverhalten, Lifestyle oder sozio-demografischem Hintergrund zeichnen ein klares Bild Ihrer Konsumenten. mySAP CRM unterstützt darüber hinaus Prognosemodelle (Predictive Modeling). Durch diese Werkzeuge analysieren und segmentieren Sie Ihre Zielgruppen schnell und wirkungsvoll.

**Beispiel:** Bauen Sie unter Zuhilfenahme der Szenariomodellierung zwei verschiedene Rabattmarkenkampagnen auf und vergleichen Sie diese anhand von Einflussgrößen wie Einlöserate, Kosten und Zielgruppe miteinander. So können Sie erkennen, welches der beiden Szenarien, das für Ihr Unternehmen geeignete ist und Sie bestmöglich ans Ziel führt.

## WARENGRUPPENMANAGEMENT KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Nur wenn Handel und Konsumgüterbranche eng zusammenarbeiten, agieren sie langfristig erfolgreich am Markt. So lassen sich Zufriedenheit und Treue der gemeinsamen Kunden steigern – und damit auch der gemeinsame geschäftliche Erfolg. Wichtige Grundlage für eine derartige Zusammenarbeit ist es, Warengruppen als strategische Geschäftseinheiten zu führen. Nur dann können Sie die Kundenresonanz analysieren und für Ihren Geschäftserfolg nutzen:

- Erkennen Sie, welche Rolle einzelne Warengruppen für den jeweiligen Händler spielen.
- Beobachten Sie, welche Aktionen Ihre Mitbewerber am Point of Sale (POS) durchführen.
- Erkennen Sie, wie Markenstrategie und Warengruppenstrategie miteinander harmonieren und optimieren Sie dadurch Reichweite, Potenzialausschöpfung, Penetration und Bedarfsdeckung.
- Analysieren Sie, ob Ihre Marken in der Warengruppe auch wirklich führend sind.

### Erzielen Sie mehr Kundenresonanz

SAP bildet alle acht Schritte ab, die laut ECR<sup>1</sup>-Empfehlung für die Aufgaben des Warengruppenmanagements definiert wurden: Erfassen Sie beispielsweise die Struktur der Kundenbedürfnisse und definieren Sie Warengruppen. Kontrollieren Sie darüber hinaus Warengruppen, indem Sie Daten aus unterschiedlichen Quellen zusammenführen. Mit diesen Informationen können Sie weitere Ziele, Strategien und Taktiken für eine konsequente Marktbearbeitung ableiten.

**Beispiel:** Sie stellen Ihrem Außendienst den Soll-Zustand der Regalpläne zur Verfügung. Die Rückmeldungen zeigen Ihnen, ob und welche Abweichungen in den Filialen bestehen und danach können Sie deren Auswirkungen genau ermitteln. Ihre Mitarbeiter senden die Analysen und Berichte über wichtige Marktkennzahlen standardisiert zurück, da mySAP CRM entsprechende Vorlagen zur Verfügung stellt.

Die Key Account Manager von Konsumgüterunternehmen verantworten Entwicklung und Durchsetzung von Marketingkonzeptionen maßgeblich. Sie fungieren deshalb als wichtige Drehscheibe zwischen Marketing, Warengruppenmanagement, Verkaufsaußen- und Innendienst und nicht zuletzt den Händlern. Wenn die Key Account Manager über eine optimale Informationsbasis verfügen, erzielt Ihr Unternehmen vielfältige Effekte:

- Sie erhöhen die Händlerprofitabilität für Ihre Produkte.
- Sie ermitteln, welche Preise der Händler für die Produkte verlangt und wie sich Endverbraucherpreise gemeinsam gestalten lassen.
- Sie wissen, welche Konditionen in der Vergangenheit gültig waren, wie sie in Zukunft sein müssen und wie hoch der Gewinn war.
- Sie gestalten Werbeaktionen gemeinsam mit dem Handel und führen sie zu optimalen Bedingungen durch.
- Sie wissen, welche Produkte der Handelspartner in sein Sortiment aufnehmen möchte und für welche Filial(typen) sie geeignet sind.

1) Efficient Consumer Response

### **Optimieren Sie Ihre Key Accounts**

mySAP CRM unterstützt Ihr Key Account Management dabei, alle geplanten Erlöse differenziert darzustellen, sowie die verbundenen Kosten aufzulisten. Durch diese umfangreiche Datenbasis simulieren Ihre Key Account Manager etwa Erlösspannen und Deckungsbeiträge pro Handelsaccount und legen danach ihre optimale Strategie fest. Eine komfortable Planungs-umgebung ermöglicht es, regelmäßige Umsätze pro gewünschtem Zeitraum oder kundenbezogene Kosten zu planen.

Die Ergebnisse von Jahresgesprächen, beispielsweise Produktein- oder -auslistungen, dokumentieren Sie in der CRM-Account-Planung und machen sie auch für andere Abteilungen und Funktionen einsehbar. Darüber hinaus erfassen und planen Sie Aktionskosten und -volumen.

### **Vorteile des integrierten Key Account Managements**

- Durch mySAP CRM vermeiden Sie Medienbrüche zwischen Anwendungen oder Abteilungen.
- Sie dokumentieren die Kundenvereinbarungen und verteilen sie mit Hilfe der Anwendung an die beteiligten Händler oder andere Organisationseinheiten.
- Sie stellen Transparenz über Planungen, Kennzahlen und Vorgänge pro Key Account her.
- Sie reduzieren Fehlerquellen und reagieren schneller auf veränderte Marktbedingungen, indem Sie beispielsweise Warnmeldungen bei der Überschreitung von vorgegebenen Schwellenwerten (Limits) ausgeben können.
- Sie erhalten komfortable Planungs- und Simulationsfunktionen.

## **AKTIONSMANAGEMENT**

Konsumenten treffen mehr als die Hälfte ihrer Kaufentscheidungen direkt im Einzelhandelsgeschäft. Daher sind Handelsaktionen (Trade Promotions) ein wichtiges Werkzeug, um kurzfristig Nachfrage zu stimulieren. Die angestrebten Erfolge können Sie allerdings nur dann erzielen, und die vorhandenen Ressourcen nur dann optimal einsetzen, wenn die Aktionen genau nach den Vorgaben der Jahresgespräche umgesetzt werden. Zusätzlich sorgt eine genaue Analyse dafür, dass Sie die Ergebnisse in Zukunft Gewinn bringend nutzen können.

- Sie klären, welche Promotionen erfolgreich waren und in welcher Höhe ein Uplift realisiert werden konnte.
- Sie berechnen, bei welchem Händler, mit welchen Produkten und Taktiken Sie diesen Gewinn erzielt haben.
- Sie stellen die Gesamtkosten der Aktionen zusammen.
- Sie überprüfen, welche Aktionen Ihre Wettbewerber im Vergleichszeitraum durchführen.

### **Steuern Sie Ihre Aktionen effizienter**

mySAP CRM hilft Ihnen, ein zielgerichtetes Aktionsmanagement aufzubauen. So können Sie etwa die Situation vor und nach Aktionen analysieren oder neue Handelsaktionen auf verschiedenen Kunden- und Produkthierarchieebenen für beworbene und nicht-beworbene Volumen planen.

Im Rahmen von Promotionen reduzieren Händler mitunter die Preise. Dazu umfasst die Anwendung eine Umgebung für das Abzugsmanagement, womit unklare Rechnungsabzüge behandelt werden können. Zudem bilden Sie mit mySAP CRM Ihre Geschäftsprozesse der oftmals aufwändigen Klärungsverfahren bei Rechnungsabzügen besser ab und erstellen Statuskonzepte.

### **Erhöhen Sie die Erträge Ihrer Aktionen**

mySAP CRM unterstützt Sie dabei, Aktionen effektiv auszuführen und die Umsätze damit direkt zu steigern. Zudem erleichtern Sie durch die zentrale Datenhaltung Ihre Möglichkeiten, Zahlen zu validieren und zu kontrollieren. So erzielen Sie beispielsweise niedrigere Abzugsraten bei Preisen und vermeiden leere Regale oder überhöhte Lagerbestände durch eine bessere Absatzplanung.

mySAP CRM hilft Ihnen dabei, einen zählbaren ROI zu generieren, indem Sie Ihre Aktionen effizienter durchführen und Potenziale ausschöpfen:

- Reduzieren Sie die hohen Kosten für eine Neuprodukteinführung, indem Sie die nötigen Aktionen zielgerichtet planen.
- Verwenden Sie Werbekostenzuschüsse und sonstige Konditionen effizient
- Verringern Sie Ihren manuellen Administrationsaufwand, indem Sie Tätigkeiten automatisieren.
- Reduzieren Sie das eingesetzte Arbeitskapital, indem Sie Lagerbestände abbauen und die ausstehenden Forderungen begrenzen können.
- Optimieren Sie Handelsaktionen durch regelmäßige Analysen.

### **Greifen Sie auf Analysedaten zurück und optimieren Sie Ihre Aktionen**

In der Anwendung können Sie zudem mit Hilfe von SAP NetWeaver™ interne Daten und Analysen durch externe Daten aus Haushaltspanel wie GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) oder Handelspanel Daten von ACNielsen anreichern. Diese umfassende Informationsbasis nutzen Sie etwa zur Optimierung von Handelsaktionen mit Hilfe von quantitativen Simulationen. Diese Simulationsmodelle versetzen Sie in die Lage, Veränderungen am Markt oder im Käuferverhalten vorab zu untersuchen und in der Praxis dann schnell und effektiv zu bewältigen. Die Simulationen beruhen auf Verhaltensmustern real vorhandener Daten: Softwareagenten „lernen“ automatisiert auf der Datenbasis von beispielsweise Kassensbondaten, Kundenkarten oder externe Analysen.

## FÜHREN SIE VERTEILTE UND HETEROGENE DATEN ZUSAMMEN

Die meisten Hersteller erhalten üblicherweise wenig Informationen über die Verkaufszahlen einzelner Filialen. Die Folge: Sie erkennen Veränderungen im Verhalten der Käufer nicht und sind über die Bestandsdaten der Lager oftmals nicht informiert. Das kann beispielsweise dazu führen, dass geminderte Bestellvolumina aufgrund hoher Lagerbestände als rückläufige Verkaufszahlen interpretiert werden.

mySAP CRM unterstützt Sie dabei, Fremddaten von Filialen und Kunden zu erfassen und zusammen mit Erkenntnissen aus Warengruppenmanagement und Key Account Management nutzbar zu machen:

- Vergleichen Sie Ihre Warengruppen mit denen anderer Hersteller und identifizieren Sie regionale Ausprägungen oder Effekte, die durch verschiedene Verkaufskanäle entstehen.
- Berechnen Sie Absatzsteigerungen basierend auf konkreten Verkaufsdaten. So erkennen Sie Absatzhöhepunkte und können dadurch Aktionszeitpunkte besser festlegen.
- Evaluieren Sie den Erfolg Ihrer Werbeaktionen, indem Sie aufgrund von Absatzmengen und Steigerungsraten die fixen und variablen Kosten der Aktion ermitteln. An diesen Zahlen können Sie darüber hinaus auch Kaufgewohnheiten erkennen, die sich etwa auf Packungsgrößen oder Wochentage beziehen.

## UNTERSTÜTZEN SIE IHREN AUßENDIENST

Damit die Vertriebsmitarbeiter ihre Aufgaben optimal ausführen können, unterstützt mySAP CRM Sie bei der Klärung wichtiger Vorgaben:

- Sie legen fest, welche Informationen die Mitarbeiter im Einzelhandel erheben sollen.
- Sie unterstützen Ihre Mitarbeiter bei der Auftragserfassung vor Ort.
- Sie helfen Ihren Mitarbeitern, das Außendienstgebiet optimal zu bearbeiten. Dazu gehört beispielsweise eine Tourenplanung nach Prioritäten oder geographischen Gegebenheiten.
- Sie evaluieren, ob die vereinbarten Werbeaktionen in den einzelnen Filialen ausgeführt werden.
- Sie analysieren alle verfügbaren Informationen zu Handelsfilialen mit Hilfe von konfigurierbaren Besuchsberichten.

### Machen Sie mobil!

Mit Handhelds, PDAs oder Laptops können Sie Effektivität Ihres Vertriebs steigern – das zeitraubende und fehlerträchtige Doppelerfassen von Informationen entfällt. Da Ihre Außendienstmitarbeiter mit Hilfe der mobilen Geräte Zugriff auf relevante Daten des Key Account Managements haben, können Sie am jeweiligen POS überprüfen, ob alle Leistungsvorgaben eingehalten werden. Dieses Wissen ermöglicht Ihrem Unternehmen, zeitnah zu reagieren und den Verlust von Umsätzen zu vermeiden:

- Sie informieren die Außendienstmitarbeiter über die zentralen Preisvorgaben. So können Sie Preisspiegel erstellen und Abweichungen am POS erfassen und auswerten.
- Sie teilen Ihren Außendienstmitarbeitern automatisch mit, welche Aktionen bei den zugeordneten Händlern geplant sind. Dabei vermitteln Sie auch Informationen zu Zeitraum, Ziel, beteiligten Produkten oder Preisen und Aufmachungen der Aktionen.
- Sie unterstützen die Wettbewerbsbeobachtung, indem Ihre Außendienstmitarbeiter beispielsweise Lage, Art und Preise der Wettbewerberprodukte direkt in Regalbilder eintragen.

## **LERNEN SIE IHRE ENDKUNDEN BESSER KENNEN**

Durch Dialog bauen Sie eine profitable und tragfähige Beziehung zu Ihren bestehenden und zukünftigen Endverbrauchern auf, denn diese wissen die Möglichkeit zum Dialog sehr zu schätzen.

### **Nutzen Sie alle verfügbaren Daten**

Um diese Bindung herstellen zu können, müssen Sie kundenbezogene Informationen insbesondere für das Endverbraucher-geschäft für alle beteiligten Abteilungen in Marketing und Vertrieb verfügbar machen. mySAP CRM unterstützt Sie dabei:

- Sie speichern alle Informationen zu Verbrauchern zentral in einer Datenbank ab.
- Sie kennzeichnen die Daten beispielsweise sozio-demographischen Angaben und können dadurch Zielgruppen segmentieren.
- Sie verwenden die Daten bei Serviceanfragen, für Kundenbindungsprogramme oder Marketingaktionen.

Mit Hilfe von mySAP CRM verbessern Sie die Betreuung und Beratung Ihrer Endverbraucher mit integrierten Prozessen und aufgabenorientierten Anwenderoberflächen. Dazu stehen verschiedene Kontaktkanäle wie Telefon, Brief oder E-Mail zur Verfügung. Alle Mitarbeiter verfügen zusätzlich über eine Kontakthistorie, ihrer zu betreuenden Kunden.

### **Ziehen Sie Rückschlüsse auf Ihre Produkte**

Mithilfe von mySAP können Sie den Kundendialog und Serviceanfragen gewinnbringend nutzen:

- Sie werten die Hintergründe von Serviceanfragen aus.
- Sie erfassen Ideen für Produktentwicklungen oder -verbesserungen.
- Sie differenzieren besser zwischen Beschwerden, Anfragen und Anregungen.
- Sie ziehen die integrierte Wissensdatenbank zur Unterstützung Ihres Endverbraucherservices heran.
- Sie führen zukünftige Werbeaktionen zielgerichteter durch und versenden Materialien direkt an Endverbraucher.

### **Vermindern Sie Ihre Abhängigkeit vom Handel**

Als Hersteller setzen Sie den direkten Kundenkontakt besser um, weil mySAP CRM unterschiedliche Kanäle umfasst und zudem Funktionalitäten zur Handhabung Ihrer Stammdaten enthält. Das erleichtert vertikale Distributionskonzepte und sie können Ihre Marketingkonzeption durchgängig bis zum Konsumenten durchsetzen.

mySAP CRM unterstützt Sie dabei, mit Hilfe der Endverbraucherdaten Ihre Kundenorientierung zu verbessern und damit Ihren Unternehmensgewinn zu erhöhen:

- Sie steigern den Mehrwert Ihrer Marke durch Serviceangebote.
- Sie erkennen Verbesserungspotentiale für Produkte durch standardisierte Rückmeldungen.
- Sie binden die Verbraucher durch schnelle und direkte Erreichbarkeit ein und erhöhen damit die Kundenzufriedenheit.
- Sie nutzen neue Angebotsmöglichkeiten wie beispielsweise das Internet.

## **IHRE KOMPLETTLÖSUNG FÜR INTEGRIERTE MARKETING- UND VERTRIEBSPROZESSE**

mySAP CRM bietet als weltweit einzige voll integrierte CRM-Lösung ein leistungsstarkes und umfassendes Funktionsspektrum, das Ihnen durchgängige Prozesse in Marketing, Vertrieb und Service ermöglicht. Dadurch können Sie die Erwartungen Ihrer Händler und Konsumenten besser erfüllen oder sogar übertreffen – ein großer Schritt zu treuen Kunden. Innerhalb Ihres Unternehmens verknüpfen Sie mySAP CRM nahtlos mit Ihren SAP-Lösungen in den Bereichen Supply Chain Management, Finanzmanagement, Business Intelligence und Strategic Enterprise Management. Damit stehen unternehmensweit einheitliche Daten zur Verfügung.

Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, wie Sie mit SAP-Software Marketing- und Vertriebsprozesse integrieren können, dann besuchen Sie unsere Webseite [www.sap.de/consumer](http://www.sap.de/consumer).



[www.sap.com/contactsap](http://www.sap.com/contactsap)

50 081 644 (06/10)

© 2006 SAP AG. Alle Rechte vorbehalten. SAP, R/3, mySAP, mySAP.com, xApps, xApp, SAP NetWeaver 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.

THE BEST-RUN BUSINESSES RUN SAP™

