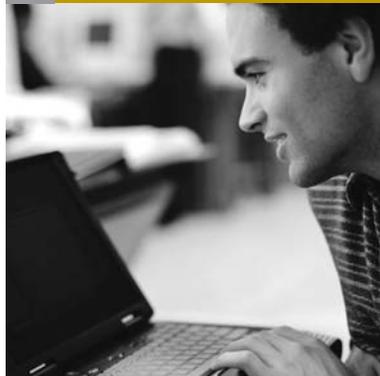
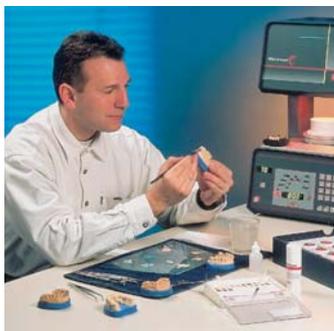


SAP Customer Success Story



Heraeus Kulzer ist ein führendes Unternehmen der Dentalindustrie. Unter dem Leitspruch: „Partnership-First.“ bringt das Dentalunternehmen zum Ausdruck, dass es die Kundenorientierung als treibende Kraft für seine Geschäftsprozesse sieht. Mit der Einführung der wegweisenden mySAP CRM-Lösung gelingt es Heraeus Kulzer, einen einheitlichen, kundenorientierten Auftritt in allen Vertriebskanälen in die Tat umzusetzen. Der Kunde kann über drei verschiedene Kanäle Serviceangebote in Anspruch nehmen oder Produkte bestellen. Sämtliche Informationen über ihn werden zentral gebündelt und stehen allen Mitarbeitern mit Kundenkontakt gleichermaßen zur Verfügung: „One face to the customer“ par excellence.

**Heraeus
Kulzer**
Partnership-First.



MIT mySAP™ CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ZUM KUNDEN-ORIENTIERTEN AUFTRITT

WELTWEIT FÜHREND IM DENTALBEREICH

Heraeus Kulzer produziert all das, was man zur Zahnerhaltung oder zur Herstellung von Zahnersatz benötigt. In der Zahnmedizin und Zahntechnik ist Heraeus Kulzer heute Komplettanbieter. Das Unternehmen ist ein wichtiges Standbein des renommierten Edelmetall- und Technologiekonzerns Heraeus, der in den Bereichen Edelmetalle, Dentalwerkstoffe, Quarzglas, Sensoren, Speziallichtquellen und Medizintechnik tätig ist. Der Heraeus-Konzern erwirtschaftete im Jahr 2000 einen Umsatz von 8 Milliarden Euro. Mehr als 10.000 Mitarbeiter sind in mehr als 100 Tochter- und Beteiligungsgesellschaften beschäftigt. Der Geschäftsbereich für Dentalwerkstoffe und Zahngesundheit firmiert nach diversen Zukäufen als Heraeus Kulzer GmbH & Co KG. Ende 2000 beschäftigte diese Dentaltochter weltweit rund 1.500 Mitarbeiter und erwirtschaftete einen Umsatz von über 400 Millionen Euro.

KUNDENZUFRIEDENHEIT ALS MAßSTAB ALLER DINGE

Austauschbare Produkte und sinkende Kundenloyalität machen auch der Dentalindustrie das Leben schwer. Aus diesem Grund entschied sich Heraeus Kulzer schon frühzeitig zu einer strategischen Neuausrichtung, die den Kunden und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt stellt und durch überlegenen Service besticht. Die Umsetzung dieser groß angelegten Offensive, in der Kundenzufriedenheit als Maßstab aller Dinge gilt, mündete in ein durch-

dachtes Konzept. Dieses sah weitreichende interne und organisatorische Umstrukturierungen vor und bedeutete die völlige Neuaufstellung der durch Zukäufe verstreuten Vertriebsorganisationen. Die neue kundengetriebene Organisation sollte durch leistungsfähigste Informations- und Kommunikationstechnologien unterstützt werden.

EFFIZIENTE KUNDENBETREUUNG MIT mySAP CRM

Im wettbewerbsintensiven Dentalmarkt reicht die Differenzierung nach Produkten nicht mehr aus, um der bevorzugte Partner der Kunden zu werden. Was zählt, sind ausgeklügelte Servicestrategien und auf den Kunden abgestimmte Komplettsysteme aus einer Hand. Um diese schnüren zu können, muss ein Unternehmen zunächst sämtliche Informationen über den Kunden sammeln, um sie dann gezielt auswerten zu können.

Nicht nur aus diesem Grund war die Einführung des CRM-Systems von SAP eine strategische Säule des Gesamtkonzepts. Allein in Deutschland betreut Heraeus Kulzer einen Kundenkreis von rund 45.000 Zahnärzten sowie 9000 Dentallaboren. Die Kundenbasis erreicht damit eine Größenordnung, die nur noch mit Unterstützung professioneller CRM-Systeme effizient bearbeitet werden kann. mySAP CRM stellt sicher, dass die breite Kundenbasis über alle Kontaktkanäle hinweg effizient und zielgerichtet betreut werden kann. Aussagefähige Kundenprofile geben detaillierte Auskunft über Kundenhistorie, Produktbereiche, Interessenschwerpunkte und die Inanspruchnahme von Services.

Diese Informationen bieten Ansatzpunkte für den Ausbau bestehender Kundenbeziehungen und ermöglichen gleichzeitig die strukturierte Akquisition neuer Kunden. Eine perfekte Lösung, um Kundenbeziehungen zu intensivieren und zusätzliche Marktanteile gewinnen zu können.

INTEGRATION IST TRUMPF

Im Zuge der strategischen Neuausrichtung reduzierte Heraeus Kulzer zunächst die Anzahl der Vertriebsorganisationen von vier auf zwei Einheiten und richtete sie konsequent nach zwei Kundengruppen aus. Die Strategie lautet: „One face to the customer“. Die Grundlage für einen abgestimmten Auftritt gegenüber dem

Kunden bildet eine zentrale Datenbank, die sämtliche Informationen über den Kunden bündelt und auf die jeder Mitarbeiter bei Anfragen gleichermaßen Zugriff hat. Da Firmenteile früher eigenständig waren, waren Daten unterschiedlich gepflegt worden. Deshalb war es eine der vordringlichsten Aufgabenstellungen, die Datenstruktur zu vereinheitlichen und auf eine saubere und konsistente Basis zu stellen.

Gleichzeitig war das eines der Hauptargumente, die für das CRM-System von SAP sprachen. Denn durch die nahtlose Integrationsmöglichkeit in das R/3-System von Heraeus Kulzer waren Stammdaten wie Kunden- oder Konditionensätze von vornherein in derselben Art und Weise hinterlegt. Damit konnten hohe Schnittstellenaufwände, die viel Zeit und Geld gekostet hätten, bereits im Ansatz vermieden werden. Weiterer Pluspunkt für die mySAP-Lösung war ihre Multi-Channel-Fähigkeit. Während die Mitbewerber größtenteils Speziallösungen für einzelne Kontaktkanäle bereitstellen, bietet SAP eine umfassende Lösung für sämtliche Kontaktkanäle.

Die Entscheidung fiel aus folgenden Gründen zu Gunsten von mySAP CRM: mySAP CRM bot eine hohe Integrationsfähigkeit mit dem R/3-System – was die Sicherheit konsistenter Daten bedeutete – außerdem enthielt es die Möglichkeit, alle Kontaktkanäle mit einem einzigen CRM-System zu unterstützen.

BEISPIELHAFTE CRM-LÖSUNG IN NUR ZWÖLF MONATEN IMPLEMENTIERT

Heraeus Kulzer entschied sich zur zeitgleichen Einführung der CRM-Lösung in allen Kontaktkanälen, um Prozesse von Anfang an durchgängig abbilden zu können. Vom Kick-off bis zum „Go live“, vergingen nur zwölf Monate, die mit engagierter Projektarbeit angefüllt waren. Zuvor waren im Rahmen der strategischen Neuausrichtung die Geschäftsprozesse kundengerecht gestaltet und das Unternehmen marktgerichtet umstrukturiert worden. Das beispielhafte und überaus komplexe Projekt implementierte Heraeus infosystems in enger Zusammenarbeit mit der CRM-Beratung von SAP Deutschland und den Beratern von PricewaterhouseCoopers.

EIN EINZIGES CRM-SYSTEM FÜR ALLE KONTAKTKANÄLE

Ausgangspunkt für die Definition der Kontaktkanäle waren die Bestellwege der beiden Kundengruppen. Dentallabore werden vom Außendienst besucht, rufen im Customer Service Center an oder bestellen über das Internet. Damit nutzen sie alle möglichen Kontaktkanäle. Zahnärzte werden vom Außendienst besucht oder melden sich im Customer Service Center: Aus diesen Bestellungen werden Transferaufträge erzeugt, die dann beim Handel platziert werden.

mySAP CRM wurde optimal auf die Bedürfnisse der beiden Kundengruppen zugeschnitten. Folgende Komponenten von mySAP CRM kommen bei Heraeus Kulzer zum Einsatz:

- mySAP CRM Mobile Sales für den Außendienst, den Innendienst sowie einen externen Dienstleister, der Telekampagnen durchführt.
- mySAP CRM Interaction Center mit Computer-Telefonie-Integration (CTI) als Lösung für das Customer Service Center.
- mySAP CRM E-Selling für den Verkauf via Internet.

Damit ist Heraeus Kulzer der erste SAP-Kunde in Europa, der über mySAP CRM Außendienst, Innendienst, Interaction Center und Web innerhalb des Unternehmens sowie über Unternehmensgrenzen hinaus konsequent und vollständig integriert hat. Zusätzlich wurde die Datawarehouse-Lösung mySAP Business Intelligence (mySAP BI) mit dem CRM-System verknüpft, um so den CRM-Anwendern umfangreiche, flexible Auswertungen über Kunden und Umsätze zur Verfügung zu stellen.

Deutschland ist Pilot für das System. Ein Roll-out ist zunächst für Europa vorgesehen und später für die USA geplant. Derzeit arbeiten weit mehr als 200 Anwender mit mySAP CRM: 120 Außendienstmitarbeiter, 80 Innendienst-Mitarbeiter, 25 Mit-

arbeiter im Customer Service Center sowie vier Mitarbeiter eines externen Dienstleisters.

KOMFORTABLE UNTERSTÜTZUNG FÜR MARKETING UND VERTRIEB

Heute stehen jedem Mitarbeiter auf Knopfdruck aktuelle Auftragsdaten, individuelle Konditionen, Kundenhistorie, Umsatzdaten sowie umfangreiche Statistiken zur Verfügung. Davon profitiert insbesondere der Außendienst, der gegenüber früher

aussagefähige Potenzialdaten zur Verfügung hat, die er flexibel auswerten kann. Über mySAP CRM Mobile Sales, das der Vertriebsmitarbeiter für die Besuchsvor- und -nachbereitung nutzt, können diese Daten via Notebook auch von unterwegs abgefragt werden. Auf der Grundlage dieser Informationen kann der Außendienstmitarbeiter den Bedarf des Kunden genau analysieren und seine Beratung darauf abstimmen.

Mitarbeiter im Innendienst nutzen für die Auftragsbearbeitung ebenfalls mySAP CRM Mobile Sales. Und die Mitarbeiter des externen Dienstleisters, der im Auftrag von Heraeus Kulzer Telesales-Kampagnen durchführt, greifen auf das in Mobile Sales integrierte Kampagnenmanagement zu.

AUTOMATISCHE ANRUFERIDENTIFIZIERUNG UND GEZIELTES ROUTING BEI EINGEHENDEN ANRUFEN

Im Customer Service Center werden Aufträge erfasst, Auskünfte erteilt und Serviceaufgaben wahrgenommen. Für jede Kundengruppe hat Heraeus Kulzer eine eigene Freecall-Nummer eingeführt. Geht heute über eine dieser Nummern eine Kundenanfrage im Customer Service Center ein, wird der Anrufer über die CTI-Schnittstelle SAPphone automatisch identifiziert und systemgesteuert an den für ihn zuständigen regionalen Betreuer weitergeleitet. Durch die Integration des SAP-Systems mit der



**SAP Deutschland
AG & Co. KG**
Neurottstraße 15a
69190 Walldorf
T +49/1805/34 34 24*
F +49/1805/34 34 20*
*EUR 0,13/Minute (in Deutschland)
www.sap.de/crm

Telefonanlage ist sichergestellt, dass der Kunde immer bei denselben Ansprechpartnern landet. Auf diesem Weg kann sich mit der Zeit auch zu den Beratern im Innendienst ein intensiver Kontakt entwickeln. Denn auf dem Weg zu mehr Kundenzufriedenheit ist die persönliche Ansprache ein wichtiger Mosaikstein.

BESTELLABWICKLUNG ÜBER DAS INTERNET

Rund um die Uhr und unabhängig von den Arbeitszeiten des Customer Service Centers können registrierte Dentallabore bei Heraeus Kulzer online bestellen. Dahinter steht die mySAP CRM E-Selling-Lösung, die das Direktgeschäft mit den Zahntechnikern zuverlässig abwickelt. 2500 Artikel werden über das Web an Dentallabore verkauft, die dort automatisch ihre individuellen Konditionen einsehen und den Status ihrer Bestellungen online verfolgen können. Des Weiteren werden kundenindividuelle Produktvorschlagslisten erzeugt und der Kunde kann eigene Favoritenlisten für die Bestellabwicklung erstellen. Bisher existieren ein Shop und ein Katalog. Mit dem Roll-out in weiteren Ländern werden weitere Kataloge hinzukommen.

EFFEKTIVERE MARKTBEARBEITUNG UND INTENSIVIERUNG DER KUNDENBINDUNG

Nach der Einführung von mySAP CRM hat es sich bestätigt: Die Lösung ist ein wesentlicher Baustein im Rahmen der Gesamtstrategie von Heraeus Kulzer. Jede neue Information, die heute im Kontakt mit dem Kunden entsteht, führt zu einer Aktualisierung der zentralen Datenbank und steht damit automatisch und aktuell jedem Anwender zur Verfügung. Um diese Daten im Rahmen eines analytischen CRM noch gezielter auswerten zu können, plant das Unternehmen im nächsten Schritt die Einführung weiterer Marketingfunktionalitäten von mySAP CRM.

Die Strategie des „One face to the customer“ hätte ohne mySAP CRM nur schwer realisiert werden können. mySAP CRM hat sich seit seiner Einführung als ein strategischer Baustein der Unternehmensneuausrichtung erwiesen. Heraeus Kulzer kann die Kunden heute von jeder Stelle aus und unabhängig vom Kontaktkanal gleichermaßen qualifiziert beraten. Dadurch wird die Kundenzufriedenheit gesteigert, was nachhaltige erfolgreiche Geschäftsbeziehungen aufbaut.