

genesisWorld bei Barteroder Feinkost

Mit CRM neue Absatzkanäle erschließen

Neben dem klassischen Lebensmitteleinzelhandel forciert die Barteroder Feinkost GmbH auch das Endverbrauchergeschäft. Seine vertrieblichen Aktivitäten hat der Lebensmittelhersteller komplett mit genesisWorld abgebildet.

Lachsforellen-Cremesuppe, Kartoffelsuppe mit Sahne oder Bami Goreng – wer sich die Produktpalette von Barteroder Feinkost aus dem südlichen Niedersachsen ansieht, bekommt unweigerlich Appetit. Zu einem besonderen Verkaufschlager hat sich die Bihun-Suppe entwickelt, eine pikant gewürzte Glasnudelspeise aus Indonesien. Jährlich gehen davon fünf Millionen Dosen über den Ladentisch. Barteroder Feinkost produziert seit über 30 Jahren Premium-Suppen und Fertiggerichte, vor allem für Handelsketten wie Edeka, Rewe und Spar. Das Unternehmen, das über 50 Mitarbeiter beschäftigt, forciert zudem das Endverbrauchergeschäft: Über Werksverkauf und Online-Shop erreicht Barteroder Feinkost immer mehr Suppenfreunde. Um dieses Geschäftsfeld weiter auszubauen, hat der Vertrieb bereits 20.000 Adressen aus Kundenkontakten zusammengetragen. Und mit Preisausschreiben und Marketingaktionen wie dem jährlichen Bihun-Fest wird der Bestand an Kundenadressen laufend größer.

Hohe Flexibilität gefordert

Wer so gezielt seine Kunden ansprechen will, braucht ein Kundenbeziehungsmanagement. Nach zwei Anläufen mit CRM-Systemen hat Geschäftsführer Thomas Loibl jetzt mit genesisWorld die richtige Software für Vertrieb, Außendienst, Marketing und Verwaltung gefunden. Die beiden Vorgängerversionen hatten sich nicht bewährt: „Wir hätten unsere Vertriebsabläufe an die Software anpassen müssen und nicht umgekehrt“, so Thomas Loibl. „Das kam für uns nicht in Frage.“ Eine hohe Flexibilität bei der Abbildung der Geschäftsprozesse war daher die zentrale Anforderung von Barteroder Feinkost. Außerdem wollte der Lebensmittelhersteller eine benutzerfreundliche Oberfläche, damit die Mitarbeiter sich schnell einarbeiten können.

Neben verschiedenen Lösungen testete Loibl auch die erste Version von Microsoft CRM, kam aber zu dem Schluss, dass das Produkt für

Feinkost zahlreiche Aktivitäten, die alle mit genesisWorld abgebildet wurden.

Vereinfachte Prozesse

Bei erklärungsbedürftigen Produkten werden mit der CRM-Software bis zu 400 Teilschritte in einem Projekt zusammengefasst, vom Marketing über Vertrieb und Außendienst bis zur Logistik. Am Anfang steht die Definition der Zielgruppe, zum Beispiel der Fachhandel in Deutschland und im angrenzenden Ausland. Daran schließen sich Mailing, individuelle Angebotserstellung, Versand von Mustern, Besuchstermine und Erfolgskontrolle an. Auch beim Ausbau der Kundenkommunikation und der Steigerung des Direktabsatzes unterstützt genesisWorld Marketing und Vertrieb. Benutzerfreundlichkeit und übersichtliche Oberflächen trugen wesentlich dazu bei, die Mitarbeiter schnell auf die neue Software einzustellen.

„Mit genesisWorld können wir den Stand der vertrieblichen Aktivitäten jederzeit produkt- und kundenbezogen nachvollziehen“, so Thomas Loibl. „Außerdem sind unsere Prozesse seit der Umstellung im letzten Frühjahr deutlich einfacher geworden.“ Ein Vorteil, der auch im Rahmen der Zertifizierung des Unternehmens nach dem International Food Standard zum Tragen kommen wird. ✖



seine Branche und seine Anforderungen nicht geeignet war. Er entschied sich für genesisWorld und beauftragte Pollak Software mit Installation und Implementierung. Der CAS-Vertriebspartner hat die CRM-Groupware innerhalb von vier Wochen bei dem Lebensmittelhersteller eingeführt.

Im Zentrum steht die umfangreiche Adressdatenbank: „Darin sammeln wir alle unsere Kundenkontakte, ganz gleich ob es sich um

„Mit genesisWorld können wir den Stand der vertrieblichen Aktivitäten jederzeit produkt- und kundenbezogen nachvollziehen.“

Thomas Loibl, Geschäftsführer

Briefe, Faxe, E-Mails, Telefonanrufe oder Berichte von Vertreterbesuchen handelt“, erklärt Thomas Loibl. Auch Adressen aus dem Online-Shop können per Datenimport mit wenigen Schritten in die Kundendatenbank von genesisWorld übernommen werden. Die Einführung eines neuen Produkts umfasst bei Barteroder



Zum Bihun-Fest 2003 kamen 24.500 Besucher auf das Werksgelände von Barteroder Feinkost.

www.indonesia.de
www.pollak-software.de

