



Im Bereich der Hausgeräte ist LIEBHERR Spezialist für Kühlen und Gefrieren und fertigt hochwertige Kühl- und Gefriergeräte mit allen Vorteilen modernster Kältetechnik.

CAS genesisWorld

Auf einen Blick

Branche: Handel / Außendienst

Ziele / Anforderungen:

- ▶ Ganzheitliche Vertriebsunterstützung mit Kundenmanagement, Tourenplanung und Warenwirtschaft
- ▶ Gezielte Steuerung des Vertriebs
- ▶ Transparente Dokumentation der Kundenkontakte
- ▶ Offene Kommunikation zwischen Innen- und Außendienst
- ▶ Zentrale, strukturierte Informationsbasis für alle Mitarbeiter
- ▶ Optimale Ausschöpfung des Kundenpotenzials
- ▶ Anbindung / Integration des Außendienst (Home Office, PDA)

Nutzen und Vorteile

- ▶ Erhebliche Umsatzsteigerung mit gleichbleibender Mitarbeiterzahl
- ▶ Einsparung eines Außendiensttages und 5.000 gefahrene Kilometer pro Vertriebsmitarbeiter
- ▶ Klare Wettbewerbsvorteile, da Kunden- und Wettbewerbsinformationen für eigene Verkaufsaktionen nutzbar
- ▶ Für alle Mitarbeiter transparente Kundeninformationen mit geringerem administrativen Aufwand
- ▶ Zeit und Geld sparen mit zielgruppen-genauen Mailings
- ▶ Keine überzähligen Werbeunterlagen und Hochglanzbroschüren aufgrund unsicherer Schätzungen
- ▶ Umfassende Kundeninformationen verleiht dem Kundenmanagement eine persönliche Note

Anwenderbericht

LIEBHERR
Kleimann
 Überzeugende Produkte & Dienste

Ganzheitliche Vertriebssteuerung

Die Liebherr-Hausgeräte GmbH gehört zu den führenden Herstellern von hochwertigen Kühl- und Gefriergeräten. Eine der 6 Werksvertretungen von Liebherr ist die Firma Detlev Kleimann Handelsvertretung. "Mit unserer ganzheitlichen Vertriebssteuerung können sich die Außendienstmitarbeiter ganz auf das Verkaufen konzentrieren," erklärt der Inhaber Detlev Kleimann.

Detlev Kleimann hat Anfang 1999 die Liebherr-Werksvertretung Mitte übernommen. Schnell stellte der Existenzgründer fest, dass keine Instrumente zur Vertriebssteuerung vorhanden waren. Kundenkontakte wurden noch auf Karteikarten erfasst und mit dem bestehenden Warenwirtschaftssystem war eine gezielte Auswertung von Umsatzzahlen nicht möglich.

Das Ziel: eine integrierte Lösung

Im Zuge der Neustrukturierung des Unternehmens wollte der Unternehmer eine ganzheitliche Lösung einführen, um Besuchstouren zu planen, Besuchsberichte zu erstellen, eine offene Kommunikation zwischen Innen- und Außendienst zu schaffen sowie Kundendaten auszuwerten. Über das interaktive Tourenplanungssystem Sales + Service der PTV AG (Karlsruhe) wurde Kleimann auf die Kunden- und Informationsmanagementlösung CAS genesisWorld von CAS Software (Karlsruhe) und den CAS genesisWorld Partner Pollak Software (Karlsruhe) aufmerksam.

Gemeinsam entstand ein integriertes Vertriebssteuerungssystem mit der CRM-Lösung im Zentrum, flankiert von Tourenplanung und Warenwirtschaft MM von Liebherr. "Mit unserer Schnittstelle PS-Ware stehen dem Vertrieb wichtige Daten aus der Warenwirtschaft zur Verfügung," erklärt Rainer-Matthias Pollak, Geschäftsführer von Pollak Software. "Die Zusammenarbeit hat sich sehr bewährt", lobt Kleimann seinen Partner. "Auf der Anforderungsliste ist kein Punkt unerledigt geblieben. Und die Kosten sind für ein mittelständisches Unternehmen erschwinglich."

Optimierte Besuchstouren

Die Kundenbesuche werden abhängig vom Potenzial des einzelnen Kunden, der notwendigen Besuchsfrequenz und -dauer, den Öffnungs- oder gewünschten Besuchszeiten sowie vom letzten Besuch geplant. Diese Informationen sind im zentralen Kundeninformationssystem CAS genesisWorld hinterlegt. Sales + Service greift auf diese Kundendaten zu, stellt die Besuchstour für jeden einzelnen Vertriebsmitarbeiter zusammen und gibt das Ergebnis zurück in den Terminkalender des CRM-Systems. Per Datenabgleich kommen die fertigen Touren zu jedem Außendienstmitarbeiter auf den PC im HomeOffice.

Die sorgfältige Vor- und Nachbereitung

Aufgrund der Einführung von Sales + Service konnten die Touren so optimiert werden, dass jetzt der Freitag als allgemeiner Bürotag für die Vor- und Nachbereitung von Kundenbesuchen zur Verfügung steht. Früher wurde diese Aufgabe entweder am Wochenende erledigt oder einfach vernachlässigt.





„CAS genesisWorld verschafft uns einen klaren Vorteil im Wettbewerb. So konnten wir mit der gleichen Anzahl von Mitarbeitern unseren Umsatz ganz erheblich steigern und

Kosten senken – das geht nur mit einer perfekten Organisation.“

Detlev Kleimann, Inhaber LIEBHERR Werksvertretung Mitte, Neu-Isenburg

Projektdaten

- ▶ 1999 CRM-Thema angegangen
- ▶ Seit Januar 2001 im Einsatz
- ▶ Unterstützung der Liebherr-Hausgeräte GmbH: Empfehlung der ganzheitlichen Vertriebssteuerung als Standardlösung
- ▶ Im Einsatz bei allen LIEBHERR Werksvertretungen

Kunde

Liebherr-Hausgeräte GmbH, Biberach an der Riss
www.liebherr.de

- ▶ Teil der multinationalen Firmengruppe LIEBHERR mit mehr als 26.000 Mitarbeitern und über 60 Gesellschaften weltweit
- ▶ Produziert über 2 Mio. Kühl- und Gefriergeräte jährlich
- ▶ Vertrieb in Deutschland über 6 eigenständige Werksvertretungen

LIEBHERR Werksvertretung Mitte Detlev Kleimann
Handelsvertretung, Neu-Isenburg
www.kleimann-web.de

- ▶ 1999 Unternehmen übernommen
- ▶ Rund 1.700 Kunden mit über 5.000 Ansprechpartnern
- ▶ Beliefert Elektrogroßhandel, zahlreiche Einzelhändler (v. a. Küchenstudios), Elektromärkte und Getränkeindustrie

Betreuender Partner

Pollak Software GmbH, Karlsruhe
www.pollak-software.de

CAS genesisWorld

- ▶ Professionelles Kundenmanagement
- ▶ Unterstützt interne Prozesse, steigert Effizienz
- ▶ Speziell für die Bedürfnisse des Mittelstands
- ▶ Sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis
- ▶ Flexibel, integrierbar, erweiterbar
- ▶ Etabliertes, mehrfach ausgezeichnetes Produkt
- ▶ Über 110 CRM-Spezialisten unterstützen vor Ort

Dank des CRM-Systems ist die Vor- und Nachbereitung so standardisiert und vereinfacht worden, dass die Vertriebsmitarbeiter diese Aufgabe mit der notwendigen Sorgfalt erledigen. Zentral sind dabei die Masken ‚Besuchsvorbereitung‘ und ‚Besuchsbericht‘, die wie eine Checkliste aufgebaut sind: Verschiedene Aufgaben wie ‚Termin bestätigt‘, ‚Prospektmaterial angefordert‘ oder ‚besprochene Werbemaßnahmen‘ können mit wenigen Mausklicks erledigt werden. Der Innendienst kann zudem zielgruppenspezifische Sonderaktionen und einzelne Kundenwünsche in den Termin einsteuern.

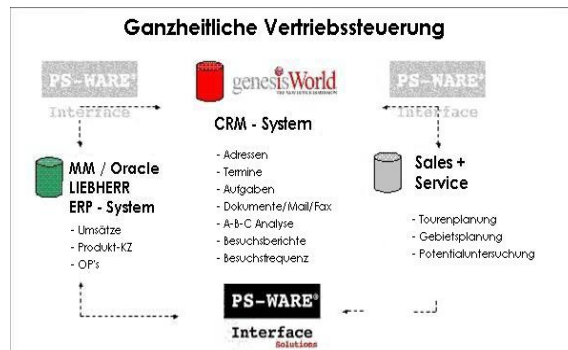
Informationsplattform für Innen- und Außendienst

„Unsere Mitarbeiter müssen die Kundenkorrespondenz einschließlich Fax und E-Mail kennen, damit sie auf dem Laufenden sind“, so Detlev Kleimann zum Thema Dokumentenmanagement. CAS genesisWorld lässt sich so einstellen, dass jeder Mitarbeiter alle Auftragsbestätigungen und Konditionsvereinbarungen übersichtlich aufgelistet erhält, die seinen Kunden betreffen.

Weitere Unterstützung erhält das Team von Detlev Kleimann auch von activePIA, dem persönlichen Informationsassistenten von CAS genesisWorld. activePIA listet u. a. die Geburtstage von Geschäftspartnern und Mitarbeitern auf und informiert über aktuelle Termine. „Es ist peinlich, wenn ein Kunde anruft und man übersehen hat, dass er an diesem Tag Geburtstag hat“, so Kleimann. „Damit verleiht activePIA dem Kundenmanagement eine persönliche Note.“

Die Vertriebssteuerung

Die Außendienstmitarbeiter der LIEBHERR-Werksvertretung erstellen auf diese Weise wöchentlich ca. 200 Berichte. Mit den Filtermöglichkeiten von CAS genesisWorld kann sich Detlev Kleimann auf die Ausnahmen konzentrieren – wenn beispielsweise kein Auftrag erteilt oder eine Teilnahme an einer Werbeaktion abgelehnt wurde. „Auf dieser Basis können wir zeitnah die weiteren Schritte besprechen,“ hebt Kleimann hervor.



Integrierte Lösung mit Kundenmanagement, Tourenplanung und Warenwirtschaft

kommen, aus seiner Datenbank. Diese werden dann mit einem gezielten „Alternativangebot“ angesprochen. „Das nenne ich eine praxisorientierte und qualifizierte Vertriebssteuerung,“ betont der clevere Unternehmer.

Investition in Vertriebssteuerung zahlt sich aus

Nach Ansicht von Kleimann werden Kundenservice und Kundenbindung im Vertrieb immer wichtiger. „Da sich die Produkte in punkto Ausstattung, Qualität, Preis und Lieferservice immer mehr angleichen, bleibt als wichtigstes Unterscheidungsmerkmal die Art und Weise, wie ich meine Kunden bediene. Wir haben in das Kundenbeziehungsmanagement investiert und damit ein starkes Wachstum bei gleichbleibender Mitarbeiterzahl erzielt“, so der Unternehmer rückblickend. Aus meiner Sicht bietet CAS genesisWorld das Optimum für jedes Vertriebsunternehmen!“

Zusätzliche Kundeninformationen wie beispielsweise Sortimentschwerpunkte (inklusive Mitarbeiterprodukte), Produktpräferenzen und Teilnahme an Vertriebsaktionen lassen sich für eine gezielte Kundenansprache nutzen. Startet ein Mitarbeiter eine Verkaufsaktion, filtert Detlev Kleimann alle Kunden, die für den Konkurrenten in Frage