



BSH entwickelt CRM-Softwarestrategie

B/S/H/

Kunde

BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH

Branche Industrie

Unternehmensbeschreibung:
Die BSH ist Marktführer in Deutschland, in Westeuropa die Nummer Eins und gehört zu den weltweit führenden Hausgeräteherstellern.

Rolle der ec4u:

Die ec4u erhob zunächst alle für eine Entscheidung relevanten Parameter, um diese in einem nächsten Schritt zu analysieren und schließlich eine Empfehlung auszusprechen.

Nutzen:

Die Entscheidung über die CRM-Softwarestrategie konnte durch die BSH auf Basis valider und nachvollziehbarer Kriterien getroffen werden.

Die BSH betreibt umfangreiche CRM-Aktivitäten im B2B-Bereich, die durch ein eigen entwickeltes CRM-System unterstützt werden. Für die neu konzipierte B2C-CRM-Strategie stellte sich die Frage, ob das vorhandene System erweitert wird oder eine Standardsoftware integriert wird.

Die BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH ist ein weltweit führender Hersteller von Hausgeräten. Das Unternehmen produziert in einem weltweiten Verbund von 45 Fabriken in Europa, Asien, Nord- und Lateinamerika. Bei 40 Millionen verkauften Hausgeräten lag der Konzernumsatz 2006 bei 8,3 Milliarden Euro.

Der Beziehung zu ihren Geschäftspartnern misst die BSH eine besondere Bedeutung zu: Im Leitbild des Unternehmens heißt es dazu „Wir setzen alles daran, dass Handel und Konsumenten die BSH weltweit als kompetenten, verlässlichen und fairen Partner erleben“.

Um diesem Selbstverständnis gerecht zu werden bedarf es nicht nur einer entsprechenden CRM-Strategie, sondern auch der Unterstützung durch geeignete Software.

AUSGANGSPUNKT: BESTEHENDE CRM-LÖSUNG FÜR B2B

Die BSH verfügt für die CRM-Aktivitäten im B2B-Bereich seit 2003 über eine umfassende Softwarelösung mit direkter Integration in das SAP-System. Dieses System umfasst alle relevanten Anwendungsbereiche wie bspw. Kundenmanagement, Aktivitätenmanagement, Kampagnenmanagement, Servicemanagement bis hin zu einer Mobile Sales Komponente. Die Anwendung ist international ausgerollt und wird laufend optimiert.

VERÄNDERTE KUNDENBEZIEHUNGSSTRATEGIE ZU KONSUMENTEN

Neben den bisher vorwiegend auf den Handel fokussierten Kundenbeziehungsmaßnahmen war es die Absicht der BSH eine CRM-Strategie in Richtung der Konsumenten umzusetzen, um den Handel bei der Kundenbetreuung zu unterstützen. In diesem Zusammenhang stellte sich die Frage der Systemunterstützung für dieses Vorhaben.

GRUNDSÄTZLICHE ENTSCHEIDUNG ÜBER EIGENENTWICKLUNG VS. STANDARDSOFTWARE

Im Kern sollte durch die ec4u eine Entscheidungsgrundlage erarbeitet werden, bei der das eigen

entwickelte System einer CRM-Standardsoftware gegenüber gestellt werden sollte. Dabei wurden im Wesentlichen drei Aspekte betrachtet:

1. Ermittlung und Gegenüberstellung von Kosten im Rahmen einer TCO-Betrachtung (Total Cost of Ownership) und TBO-Betrachtung (Total Benefit of Ownership) sowie Abwägen von zeitlichen Aspekten
2. Simulation und Bewertung eines multinationalen Rollout-Szenarios
3. Analyse und Bewertung grundsätzlicher Erfolgsfaktoren für die jeweiligen Alternativen

„Die Datenbasis für eine Alternativbetrachtung, Eigenentwicklung vs. CRM-Standardsoftware“ lag uns weitestgehend vor. ec4u hat uns dabei unterstützt, diese Informationen zu strukturieren, zu hinterfragen und Erfahrungswerte einzubringen, um so eine valide Entscheidung herbeizuführen.“

Matthias Frenzel (Sales Processes and Customer Relationship Management)

Frank Vandrey (ECommerce and Service Management)

Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH

Durch die Mitwirkung der ec4u konnte für die CRM-Systementscheidung eine belastbare Entscheidungsvorlage geschaffen werden.

Die Ergebnisse wurden in einem mehrstufigen Vorgehen innerhalb von 4 Wochen generiert, um eine schnelle Entscheidung zu ermöglichen. Grundlage war ein straff organisiertes Projektmanagement und die Einbringung der Methodik und Best Practices der ec4u.

Die Darstellung der TCO und TBO schafften Transparenz für das Management hinsichtlich der Kosten und des Nutzens der verglichenen Alternativszenarien. Es erfolgte eine klare Handlungsempfehlung durch die ec4u, wobei sowohl quantitative als auch qualitative Aspekte berücksichtigt wurden, auf dessen Basis eine Entscheidung für eine Alternative getroffen wurde.