



Customer Relationship Management (CRM) | Automotive

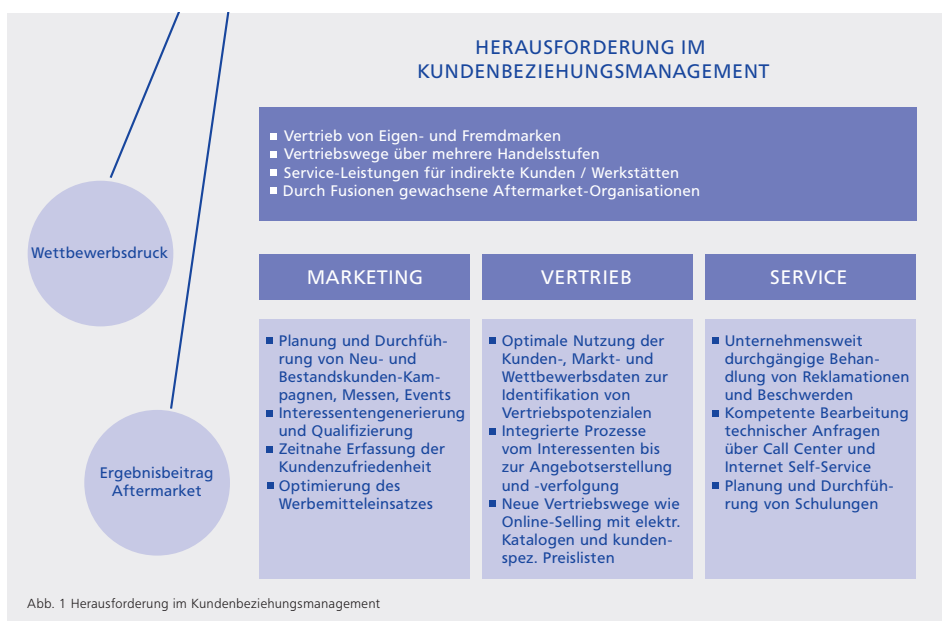
SAP CRM für den Automotive Aftermarket

Reparatur und Ersatzteilgeschäft gewinnen an Bedeutung

Das Reparatur- und Ersatzteilgeschäft hat aufgrund der höheren Margen für die Automobilzulieferer eine besondere Bedeutung; zum Teil wurden eigene Handelsorganisationen gegründet, die für den Vertrieb der Eigen- und Fremdmarken über mehrere Handelsstufen verantwortlich sind. Da sich die gesetzlichen Rahmenbedingungen durch die neue GVO zugunsten der Zulieferunternehmen verschoben haben, wird dieses Geschäft zukünftig noch stärker in den Fokus rücken und das Kundenbeziehungsmanagement mit den Handelspartnern muss weiter professionalisiert werden.

Herausforderungen im Kundenbeziehungsmanagement

Die Herausforderungen für Ihr Kundenbeziehungsmanagement liegen beim Marketing in der Planung und Durchführung von Neukunden- und Kundenbindungs-Kampagnen, beim Vertrieb in der Identifikation und Erschließung von Vertriebspotenzialen durch die Verknüpfung von Kunden-, Markt- und Wettbewerbsdaten sowie in der Unterstützung des Online-



Selling mit elektronischen Katalogen und kundenspezifischen Preislisten. Im Service fordert Ihr Kunde eine kompetente Bearbeitung seiner Anfragen durch Ihre Mitarbeiter sowie im Internet-Self-Service (Bild 1).

SAP CRM für den Automotive Aftermarket

Customer Relationship Management (CRM) betrachtet alle wichtigen Unternehmensprozesse des Kundenbeziehungsmanagements. Ein CRM-System unterstützt Sie dabei, Ihre kundennahen Prozesse im Service, Vertrieb und Marketing zu optimieren und dadurch die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Die Grundlage ist eine zentrale Kundendatenbank, in der die vollständige Kontaktgeschichte über alle Kontaktkanäle abgelegt wird. Über diese 360-Grad-Kundensicht stellen Sie den unternehmensweit einheitlichen Wissensstand über Ihre Kunden sicher und gewährleisten eine konsistente Kommunikation in allen Unternehmensbereichen über alle Kontaktkanäle wie Call Center, Internet, Mail etc.



Die Transparenz Ihrer Kunden ermöglicht Ihnen ferner Ihr Kundenportfolio wertbasiert zu segmentieren und Ihre Kunden entsprechend segmentspezifisch zu betreuen.

SAP hat sich als ERP-System bei einem Großteil der Unternehmen in der Automobilindustrie durchgesetzt. Auch im Bereich des Kundenbeziehungsmanagements können Sie eine SAP-Lösung einsetzen. MHP bietet Ihnen auf Basis erfolgreicher SAP CRM Implementierungen in Aftermarket-Organisationen bedeutender Automobilzulieferer branchenspezifische Erweiterungen typischer CRM-Szenarien (Bild 2).

Die Szenarien Marketingplanung und Kampagnenmanagement unterstützen Sie bei der effizienten Planung und Durchführung Ihrer Mailings, Messen und sonstigen Events. Die dabei generierten Leads erfassen, qualifizieren und verfolgen Sie im CRM-System. Eine weitere Unterstützung im Marketing bietet Ihnen das CRM-System bei den Werbemitteln, wobei die Kunden ihre Werbemittel online bestellen können.

Im Vertrieb unterstützt das CRM-System die Vorbereitung und Dokumentation von Kundenbesuchen sowie die Planung und Verfolgung zugehöriger Aufgaben. Das Online-Selling hat sich neben den herkömmlichen Vertriebswegen zwischenzeitlich fest etabliert. Das CRM-System bietet deshalb elektronische Kataloge und kundenspezifische Preislisten für die Umsetzung an.

Der Service und hier insbesondere der Internet Self-Service für den Kunden haben sich als CRM-Schwerpunkt für den Automotive-Aftermarket heraus kristallisiert. Neben den

Vorteile der CRM-Branchenlösung	
Optimierung der Geschäftsprozesse	... durch Verwendung branchenspezifischer und praxiserprobter Best Practice Prozesse
Schnelle Implementierung	... durch toolgestützte Implementierung des Business Blueprints unter Verwendung des SAP Solution Manager
Hohe Realisierungssicherheit	... durch standardisierte Projektvorgehensweise und transparentes Risikomanagement
Kostengünstige Realisierung	... durch vorgefertigte Business Blueprints und Bereitstellung vorgefertigter Konfigurationen
Hohe Zukunftssicherheit	... durch permanente Weiterentwicklung des Business Blueprints

Abb. 3 Vorteile der CRM-Branchenlösung

normalen Artikeln kann der Kunde auch die benötigten Werbemittel über den elektronischen Beschaffungsweg bestellen und sich eigenständig über den Auftragsstatus informieren. Für die artikelbezogene Anfragebearbeitung stellt Ihnen das CRM-System eine Lösungsdatenbank bereit, die Bestandteil des übergreifenden Wissensmanagements ist.

Wenn Ihr Kunde lieber den direkten Kontakt zu Ihren Mitarbeitern wünscht, unterstützt ein CRM-System Sie bei der systematischen Erfassung und zeitnahen Bearbeitung von kunden-, themen- oder artikelbezogenen Anfragen. Definierte Service Levels werden systemgestützt sichergestellt. Die Auswertungsmöglichkeiten der Kundenanfragen ermöglichen es Ihnen, Schwachstellen zu identifizieren und Ihren Kundenservice zu optimieren.

Mit MHP von der CRM-Strategie zur schlüsselfertigen Lösung

Durch eine erprobte Vorgehensweise und branchenspezifische Templates wird die Implementierungsphase verkürzt und die Realisierung wird kostengünstiger (Bild 3). Mieschke Hofmann und Partner verbindet fundiertes Prozess-Know-how mit langjähriger IT-Erfahrung. MHP verfügt durch zahlreiche Referenzprojekte in der Automobilzulieferindustrie und strategische Partnerschaften über das erforderliche Know-how, um Sie bei Ihrer CRM-Initiative zu begleiten. MHP unterstützt Sie bei der Neuausrichtung Ihrer kundennahen Unternehmensprozesse von der Planung über die Einführung bis zum Support des laufenden Systems.

KUNDENNUTZEN	
Steigerung des Unternehmensergebnisses	... durch <ul style="list-style-type: none"> ■ Ausschöpfung der Marktpotenziale aufgrund der Verknüpfung von Kunden-, Markt- und Wettbewerberdaten ■ Implementierung durchgängiger Best-Practice-Vertriebsmethoden ■ Effizienzsteigerung in den Arbeitsabläufen ■ Verlagerung von Kundenanfragen zum Internet Self-Service
Erhöhung der Kundenzufriedenheit	... durch Verbesserung von Kundenservice und -betreuung
Verbesserung der Kundenkenntnis	... durch <ul style="list-style-type: none"> ■ 360-Grad-Kundensicht bzw. integriertes Kundeninformationssystem ■ Kenntnis und Transparenz des Kundenwertes
Professionelle Kommunikation zum Kunden	... durch optimalen Kunden-Dialog über alle Handelsstufen mit allen Bereichen

Abb. 4 Kundennutzen

Ihr Nutzen der branchenspezifischen CRM-Lösung

Der Nutzen des CRM-Systems wird letztendlich am Unternehmenserfolg gemessen (Bild 4). Ein CRM-System kann entscheidend zur Steigerung Ihres Unternehmensergebnisses im Aftermarket und der Erhöhung der Zufriedenheit Ihrer Kunden beitragen.

Weitere Informationen

Telefon +49 (0)7141 7856-0
 eMail info@mhp.de
 Internet www.mhp.de