





Langfristige Kundenbindung gezielt forcieren

## In der Pole-Position

Porsche Cars North America hat ein integriertes Customer Relationship Management (CRM) eingeführt. Das IT-System mySAP CRM bietet eine 360-Grad-Sicht auf Interessenten, Kunden und Fahrzeugdaten und schafft neue Möglichkeiten im Kundenbeziehungsmanagement.

■ Hochleistungsmotoren, beeindruckende Beschleunigungswerte, straffe Federung und sportliches Handling – seit mehr als einem halben Jahrhundert gilt Porsche weltweit als Synonym für reinrassige Sportwagen. In der wettbewerbsintensiven Automobilbranche definiert sich der Erfolg einer Automarke jedoch nicht nur über Leistung, Styling und Sicherheit. Die Kundenloyalität gewinnt immer mehr an Bedeutung. Eine 360-Grad-Sicht auf Interessenten-, Kunden- und Fahrzeugdaten sowie die Kenntnis des Beziehungsgeflechts zwischen Kunden, Fahrzeugen und Handelsorganisation schaffen die Voraussetzung, um die Vertrauensbasis zur Marke kontinuierlich zu festigen. Ist es doch ein großer Unterschied, ob im Falle einer Beanstandung

stundenlang nach den Historiedaten von Kunde und Fahrzeug geforscht und dabei in unterschiedlichen IT-Systemen gesucht wird oder ob die relevanten Informationen sich in wenigen Augenblicken aufrufen lassen. Porsche Cars North America (PCNA) hat sich deshalb für die Einführung eines integrierten Customer Relationship Managements auf der Basis von mySAP CRM entschieden.

### **Mailingaktion in 30 Minuten vorbereitet**

Früher waren wichtige Informationen über Kunden und Interessenten in zehn verschiedenen Datenbanken abgelegt, die nicht miteinander verknüpft und nur wenigen Experten und Anwendern zugänglich waren. Heute greifen Manage-

Die Prozess- und IT-Beratung Mieschke Hofmann und Partner (MHP) ist seit ihrer Gründung 1996 auf Wachstumskurs. Mit rund 300 Mitarbeitern hat das Unternehmen mit Hauptsitz in Freiberg am Neckar im vergangenen Geschäftsjahr einen Umsatz von rund 40 Millionen Euro erwirtschaftet. Um sich die Branchenkompetenz der Prozess- und IT-Berater langfristig zu sichern, beteiligte sich die Porsche AG 1999 an MHP und erhöhte bis 2003 ihre Beteiligung schrittweise auf 74,8 Prozent. Mieschke Hofmann und Partner ist der erste „Special Expertise Partner SAP for Automotive“ und hat sich als führende Prozess- und IT-Beratung im deutschen Automotive-Markt etabliert. Mehr als 250 Kunden aus der Automobilindustrie und anderen Wirtschaftszweigen profitieren mittlerweile vom MHP-Know-how. [www.mhp.de](http://www.mhp.de)

ment und Keyuser über mySAP CRM auf alle relevanten Daten zu. Der Informationspool bei Porsche North America umfasst rund 2,7 Millionen historische Geschäftsvorgänge, 1,2 Millionen Kunden und Interessenten in Kanada und den USA sowie mehr als 650.000 Fahrzeuge. Auf der Grundlage dieser Informationen eine Mailingaktion zu generieren, geschah bislang weitgehend manuell und dauerte nicht selten sechs Stunden. Seit der Einführung von mySAP CRM hat sich der Aufwand auf 15 bis 30 Minuten verringert – gleichzeitig sank die Zahl der Rücksendungen aufgrund fehlerhafter Kontaktdaten ebenfalls deutlich.

### **Mitarbeiter arbeiten kreativer mit neuer Software**

Die Entscheidung für SAP begründet Porsche mit der führenden Rolle des Walldorfer Softwareunternehmens im Bereich Customer Relationship Management und der bereits vorhandenen Abdeckung zahlreicher Geschäftsprozesse durch SAP-Lösungen. Die Standardeinstellungen der IT-Lösung bildeten die Basis, um relevante Schlüsselfunktionen, aber auch neue Prozesse einzuführen. Ein gutes Beispiel dafür ist das vorausschauende Beschwerdemanagement. Dabei erhalten die Customer-Commitment-Spezialisten bei Porsche Cars North America frühzeitig Warnhinweise, wenn sich beispielsweise längere Werkstattaufenthalte durch Verzögerungen in der Ersatzteilbelieferung abzeichnen, sicherheitsrelevante Reparaturen am Fahrzeug durchzuführen sind oder andere das Besitzerlebnis trübende

Ereignisse auftreten. Diese Fälle werden nun zeitnah analysiert und der Kunde wird gemeinsam mit der Handelsorganisation angesprochen und betreut – idealerweise, bevor dieser, unzufrieden mit seinem Fahrzeug oder dem Service, selbst die Initiative ergreift.

### **Erfolgreiches Projekt dank kompetentem Partner**

Voll in die Prozesse der Automotive-Lösung mySAP CRM integriert ist zudem der Fahrzeugstamm mit sämtlichen Fahrzeugdaten. Von der Fahrgestellnummer über das Modell, das Interieur, die Farbe sowie den Bestell- und Produktionstag ist alles gespeichert. Selbst das Datum des letzten Service und die damit verbundenen Aktionen sind erfasst und jederzeit abrufbar. Damit hat der Sportwagenhersteller die 360-Grad-Sicht auf die Interessenten-, Kunden- und Fahrzeugdaten und die Voraussetzung geschaffen, um langfristige Beziehungen mit aktuellen und potenziellen Porsche-Fahrern aufzubauen. Begleitet wurde die Einführung der Software über einen Zeitraum von zehn Monaten von der IT- und Prozessberatung Mieschke Hofmann und Partner (MHP). Das auf Automotive spezialisierte Unternehmen hat in diesem Projekt Porsche bei der Definition der Sollprozesse in den Bereichen Marketing, Vertrieb und After-sales sowie bei der organisatorischen und systemtechnischen Einführung bei Porsche Cars North America unterstützt.

*Dr. Robert Marek, Mieschke Hofmann und Partner (MHP) ■*