

Zurück zu Stift und Papier: Wie innovativ muss Kundenorientierung sein?

Familienunternehmen aus dem Harz führt Emnis CRM ein und gewinnt damit CRM Best Practice Award 2011

Kundenorientierung steht in den Chefetagen ganz oben auf der Agenda. Nach einer aktuellen Umfrage der Marktforschungsfirma Gartner fließt 2011 der größte Teil aller EDV-Budgets in CRM-Software. Besonders kleine und mittlere Unternehmen investieren, um Vertrieb und Kundendienst effizienter zu organisieren. So auch die Jesse GmbH & Co KG aus Seesen, die Emnis CRM eingeführt hat und dafür mit dem CRM-Innovationspreis ausgezeichnet wurde.

Nürnberg, 06.10.2011 – Einmal im Jahr treffen sich in Nürnberg Vertriebsleiter, Marketing-Beauftragte, EDV-Verantwortliche und Software-Hersteller zur CRM-expo – der europäischen Leitmesse für Kundenbeziehungsverwaltung (engl. CRM). Alle fiebern schon Wochen vorher dem Höhepunkt des Ereignisses entgegen: Denn im Mittelpunkt dieses zentralen Branchentreffs steht die Verleihung des CRM Best Practice Awards, mit dem herausragende Projekte zur Kundenorientierung ausgezeichnet werden. Der Sonderpreis für wegweisende Lösungsansätze ging heuer an die Jesse GmbH & Co. KG aus Seesen, die gemeinsam mit der Emnis GmbH ein besonders innovatives CRM-Vorhaben realisiert hat.



Emnis-Gründer Tobias Zimmer und Jesse-Geschäftsführer Max Richter (v.l.n.r.) bei der Preisverleihung.

Wie retten wir das Notizblock-Wissen über unsere Kunden?

Im Hause Jesse ist seit Jahren ein professionelles Warenwirtschaftssystem im Einsatz. Die Abläufe von Angebotserstellung über Lieferschein bis hin zur Rechnung sind dementsprechend straff durchorganisiert – typisch für viele kleine und mittlere Unternehmen, die solche Software Mitte der 1990er Jahre eingeführt haben. Qualitative Aussagen hingegen sind dabei außen vor: die persönliche Meinung des Einkäufers, E-Mails mit Nebenabsprachen, Telefonnotizen mit Anmerkungen zur Angebotsanbahnung. Diese Infos stehen bestenfalls unstrukturiert in Notizblöcken, sind häufig jedoch einfach nur im Kopf des Kundenbetreuers abgespeichert. „Wie retten wir das Wissen über unsere Kunden“, hinterfragt Jesse-Geschäftsführer Max Richter die zentrale Herausforderung.

Besuchsberichte legen oft lange Wege zurück

Besuchsberichte legen oft lange Wege zurück – in Aktentaschen oder auf dem Postweg. Sie gehen dabei verloren, werden falsch abgelegt oder fehlerhaft abgetippt. Alternativen, wie z.B. Laptops, stellen eine unhandliche Mauer im Kundengespräch dar, iPads stehlen die Aufmerksamkeit. Die Lösung: Digitalstifte. Kundenberater schreiben weiterhin mit Stift auf Papier – mit Digitalstiften auf besonderem Papier. Die Formularstruktur unterstützt die Kundenberater bei der Gesprächsführung. Gesprächsnotizen landen direkt im CRM-System – und damit beim Innendienst.

Barriere-freier Kundenkontakt ohne Laptop-Mauer

Jesse hatte schon erste Erfahrungen mit dem Einsatz solcher Stifte gesammelt. Nun sollten Besuchsberichte von einer breiten Nutzerschaft im gesamten Unternehmen in Echtzeit und leicht zugänglich verwendet werden. Die Idee „Digitaler Stifte“ an sich ist durchaus nicht neu. Die Methode kam bisher vor allem dann zum Einsatz, wenn große Mengen gut strukturierter Daten zu erfassen waren. Neuartig ist die Verarbeitung aussagekräftiger Außendienstberichte und deren Kopplung mit einem CRM-System. „Durch die Kombination der traditionellen Stift-und-Papier-Methode mit einem

modernen CRM-System rückt der Kunde wieder in den Mittelpunkt“, weiß Emnis-Geschäftsführer Tobias Zimmer.

Außendienst fährt vom Hof, Angebot flattert ins Haus

Jeder Stift ist mit einer kleinen Infrarot-Kamera ausgestattet und funkt die Hausaufgaben per Handy an den Innendienst. Die Handschrift wird automatisch erkannt und in Maschinenschrift umgewandelt, zur Qualitätssicherung gibt es eine optionale Sichtprüfung mit Schriftkorrektur. Ergänzende Notizen sind stets dem richtigen Vorgang und Bearbeiter zugeordnet. Der Außendienst löst so bereits während des Kundenbesuches vor Ort die Angebotserstellung oder Reklamationsbearbeitung durch den Innendienst aus. Er muss sich um weitere Schritte nicht kümmern und kann sich direkt auf den nächsten Kunden fokussieren.



Viele Vorteile bringen hohe Akzeptanz

Die Lösung ist als webbasiertes Mietmodell abonniert. „Einstmals sehr teure Lösungen werden somit auch gerade für kleine und mittelständische Unternehmen erschwinglich“, so Emnis-Gründer Tobias Zimmer. Das Einführungsprojekt dauerte inkl. Pilotphase vier Monate und wurde anhand des Projektleitfadens von Emnis organisiert – ein wichtiger Aspekt, da solche Vorhaben oft an fehlender Zielorientierung und schlaffem Ablaufplan krankten.

Entscheidend war auch die Akzeptanz der Mitarbeiter, vor allem der älteren Kollegen. Die wurden frühzeitig eingebunden, sparen viel Zeit bei Besuchsberichten (bis zu 70%), freuen sich über weniger interne Rückfragen (bis zu 50%) und die einfache, übersichtliche Handhabung. Die Kundenzufriedenheit erhöht sich durch schnellere Reaktionszeiten des Innendienstes (am gleichen Tag) und den Wegfall der Laptop-Barriere im Beratungsgespräch. Die Unternehmensleitung greift auf aktuellere und umfassendere Daten zu und ist über Konkurrenzaktivitäten besser informiert. Gut die Hälfte der Belegschaft profitiert von dem Projekt direkt – insgesamt gewinnt das ganze Unternehmen entscheidende Wettbewerbsvorteile.

Über den CRM Best Practice Award



Der CRM Best Practice Award wird jährlich anlässlich der CRM-expo, der europäischen Leitmesse für Kundenbeziehungsmanagement, von einer unabhängigen Experte-Jury verliehen. Er ist ein ideeller Preis mit hohem Ansehen in der Öffentlichkeit und in der CRM-Branche ohne Vergabe von Geld- oder Sachzuwendungen. Es werden beispielgebende

Anwendungsfälle ausgezeichnet, die als Maßstab für andere Unternehmen gelten können und das Thema Kundenorientierung ins Bewusstsein unserer Gesellschaft bringen. Der Preis wird in den Kategorien Einführung und Weiterentwicklung vergeben – als Erstplatzierte wurden 2011 der Tischwasserfilter-Hersteller Brita und der Autobauer Porsche prämiert. Der Sonderpreis in der Kategorie „Innovation“ ging an die Jesse GmbH & Co. KG aus Seesen am Harz.

Über die Jesse GmbH & Co. KG

Der technische Großhandel liefert aus einem Sortiment von über 50.000 Artikeln an Geschäftskunden: Arbeitsschutz, Antriebstechnik, Lagerbetriebseinrichtung, Schlauchtechnik, allgemeiner Industriebedarf und Werkzeuge. Zudem bietet es elektronische Lösungen für Beschaffungs- und Einkaufsprozesse von C-Teilen im Mittelstand und bei Konzernen. Das 1945 in Seesen am Harz gegründete Familienunternehmen beschäftigt 60 Mitarbeiter an 2 Standorten.



www.JesseOnline.de

Über die Emnis GmbH

Emnis ist ein Hersteller von Web-CRM mit aktuell 700 Installationen und arbeitet bundesweit mit 30 Rollout-Partnern zusammen. Das Unternehmen wurde 2005 gegründet und hat seinen Sitz in Plauen. Emnis Web-CRM wurde im Mai dieses Jahres in Berlin mit dem „Cloud-Award 2011“ als eine von fünf beliebtesten SaaS-Lösungen ausgezeichnet.

www.Emnis.de