

WISAG: Umsatzsteigerung mit integrierter CRM-Lösung



Maximales Ausschöpfen des Cross-Selling-Potenzials



Dirk Scherer, Martin Stinner

1. Management Summary

Deutschlands zweitgrößter Facility-Management-Dienstleister, die WISAG-Gruppe mit Sitz in Frankfurt am Main, verpasst seinem langjährig eingesetzten Kundenbeziehungsmanagement eine neue Basis.

Mit der aktuellen CRM-Lösung hält die sparten- und niederlassungsübergreifende Akquisition Einzug. Neben erhöhten Cross-Selling-Chancen profitiert das Unternehmen von unternehmensweit einheitlichen und integrierten Informations- und Kommunikationsstrukturen, die Vertriebsaktivitäten unterstützen und viele interne Prozesse bündeln.



Abbildung: „Die Kunst der Dienstleistung“ – unter dieser Überschrift präsentiert der FM-Spezialist WISAG sein breit gefächertes Portfolio.

2. Ausgangssituation

1965 von Claus Wisser als Ein-Mann-Betrieb für Gebäudereinigung gegründet, hat sich die WISAG inzwischen zu einem der führenden deutschen Dienstleistungskonzerne für Facility Management (FM) entwickelt. 22.600 Mitarbeiter betreuen von 120 Niederlassungen aus mehr als 8.500 Kunden. 2006 wurde ein Umsatz von 682 Millionen Euro erzielt.

Als Kerngeschäft bietet WISAG ihren Kunden eine breite Palette an technischen und infrastrukturellen Dienstleistungen rund um die Immobilie an. Das Leistungsspektrum umfasst eine Vielzahl an Aktivitäten von Gebäude- und Betriebstechnik, Gebäudereinigung, Sicherheit, Consulting bis hin zu Grünpflege oder Catering.

Der Markt der Gebäudedienstleistungen ist gekennzeichnet durch einen scharfen Preiswettbewerb und den zunehmend ausgeprägten Kundenwunsch nach integrierten FM-Angeboten. In diesem Umfeld kommt dem Vertrieb und damit dem Kundenbeziehungsmanagement eine herausragende Bedeutung zu. Gefragt sind IT-Werkzeuge, die die Vertriebsprozesse genau abbilden und die Mitarbeiter bei Kundenpflege und Neugeschäft unterstützen. Die WISAG hat daher schon früh ein leistungsfähiges CRM-System eingeführt. Mit der Entscheidung für die CRM-Software des Gießener Systemhauses CURSOR Software AG fand man bereits im Oktober 1998 eine Lösung, die den aktuellen Einsatzzweck abdeckte, aber zugleich offen war für weitere Anwendungen.

3. Aufgabe

Seit Beginn des „CRM-Zeitalters“ bei der WISAG ist das Unternehmen auf Wachstumskurs, was umfassende organisatorische Veränderungen mit sich brachte: Neue Dienstleistungen wurden ins Portfolio aufgenommen, die Zahl der Standorte ausgebaut. Einhergehend mit dieser Expansion passte das Unternehmen auch den Leistungsumfang der eingesetzten Software den veränderten Rahmenbedingungen an. Neu hinzu kamen beispielsweise die Anbindung an das vorhandene Kommunikationssystem (MS Outlook) und diverse Reportingtools auf verschiedenen Aggregationsebenen.

Das Vorhalten der kundenbezogenen Informationen in dezentralen, bei den Sparten an unterschiedlichen Standorten verorteten Datenbanken erwies sich zunehmend als Hemmschuh für die Fortentwicklung des für den Geschäftserfolg so wichtigen Kundenbeziehungsmanagements. Die WISAG suchte nach einer neuen CRM-Plattform, die folgende Anforderungen erfüllen sollte:

- punktgenaue Abbildung des Vertriebsprozesses
- standort- und spartenübergreifender Zugriff auf Kundendaten nach einem ausgefeilten Berechtigungskonzept
- Kontaktmanagement, Projektverfolgung, Angebotserstellung
- Vertragsmanagement (Kalkulation, Rahmenverträge, Neuausschreibungen, Preis-anpassungen, Leistungsanpassungen)
- Objektverwaltung
- Import von Interessenten-/Adressdaten für Akquiseaktionen (Serienaktionen, Call-Center)
- Cross-Selling-Unterstützung
- numerisch unbegrenzte Mandantenverwaltung
- Real-Time-Verfügbarkeit

- Integration in die Office-Welt
- uneingeschränkte Release-Fähigkeit
- Schnittstellen mit der Möglichkeit, später flexibel weitere DV-Systeme (z.B. ERP) einzubinden

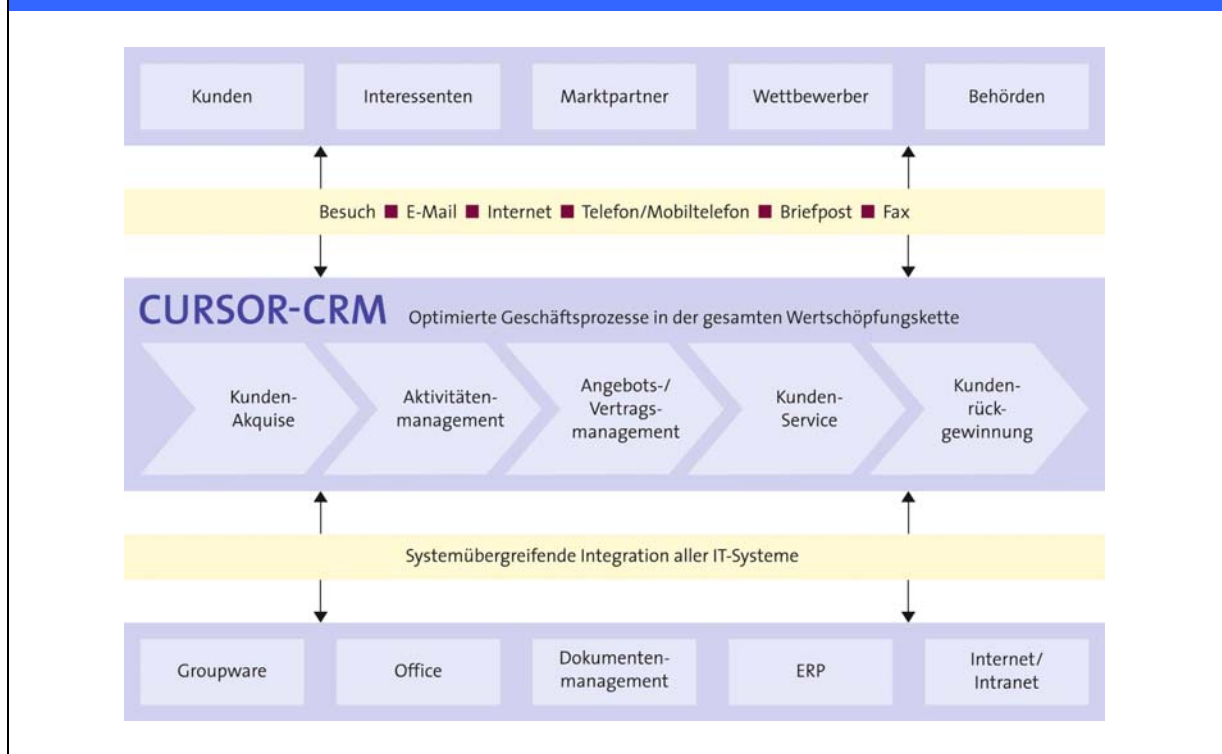
4. Lösung

Aufgrund der sehr guten Erfahrungen während der fast zehnjährigen Zusammenarbeit entschied man sich, auf das aktuelle CURSOR-CRM zu migrieren. IT-Leiter Michael Futterer: „Service, Flexibilität und Leistungsfähigkeit überzeugen. Mit CURSOR-CRM haben wir eine ideale IT-Basis für das Unternehmenswachstum.“ Der Umstieg auf die neue Lösung verlief dank hervorragender Leistungen im Projektteam reibungslos.

Die aktuelle CRM-Generation arbeitet mit einer leistungsstarken Client-Server-Architektur, Anwender im Innen- und Außendienst greifen in Echtzeit ortsunabhängig über Terminalserver (CITRIX) auf die CRM-Applikation zu. Die Verwendung einer leistungsstarken MS-SQL-Datenbank sichert Datenverfügbarkeit ohne Kapazitätsengpässe. Sämtliche unternehmensspezifischen Softwareanpassungen (Stichwort Customizing) bleiben bei Release-Wechseln erhalten.

Bei der Erschließung neuer Umsatzpotenziale spielt die Zusammenführung der zuvor isoliert geführten Spartendatenbanken eine wichtige Rolle. Der gemeinsame Datenpool über alle Niederlassungen hinweg bietet die ideale Voraussetzung für effizientes Cross-Selling und die Spartenübergreifende Optimierung von Vertriebsprozessen. Alle Vertriebsmitarbeiter haben nun Zugriff auf sämtliche Geschäftspartnerdaten. Bei der Zusammenführung legte man großen Wert auf die Datenqualität: Informationen zu Geschäfts- und Ansprechpartnern wurden zusammengeführt und redundante Datensätze gelöscht.

Abb. 1: Optimierung der Wertschöpfungskette



Akquiriert nun ein Vertriebsmitarbeiter bezüglich eines konkreten Objektes, so informiert er sich zunächst, ob es bereits bei anderen WISAG-Sparten einen Kontakt oder ein Vertragsverhältnis zu diesem Objekt bzw. dem zugeordneten Geschäftspartner gibt und kann diese Informationen dann gezielt einsetzen. Umgekehrt gilt: Falls eine Sparte bereits Kontakt zu einem Geschäftspartner hat und Potenzial für andere Sparten sieht, so werden diese informiert.

Den Zugang zur integrierten Datenbank regelt ein ausgefeiltes Berechtigungskonzept: Auf oberster Ebene gibt es den Pool an Geschäftspartneradressen – Kunden, potenzielle Kunden und Interessenten –, die für alle Anwender freigeschaltet sind. Eine zusätzliche Information existiert in Form von Profilen, die dem Anwender Hinweise liefern, welche WISAG-Bereiche bereits Geschäftsbeziehungen zu diesem Geschäftspartner haben. Weiter „unterhalb“ sind die Kontakte, Projekte und Verträge auf Basis der Niederlassung mittels des leistungsfähigen Berechtigungskonzepts eingegrenzt. Mitarbeiter benötigen die Berechtigung für die jeweilige

Niederlassung, um die zugehörigen Daten sehen zu können.

5. Nutzen

Mit der neuen CRM-Lösung optimiert die WISAG Geschäftsprozesse in Vertrieb, Marketing und Kundenservice. Informationen aus allen Sparten und Niederlassungen können gezielt in Vertriebsfolge umgemünzt werden.

Rund 400 Mitarbeiter nutzen das System als zentrale, integrierte Plattform für die Kundenbetreuung. In standardisierten Abläufen werden sämtliche Vertriebsprozesse vom Anlegen eines Projektes über Angebotserstellung, Vertragsabschluss bis hin zur Vertragsverlängerung abgebildet. Auch steuert die Applikation das gesamte Informations- und Kommunikationsmanagement der WISAG. Dank direkter Anbindung an die Office-Welt erfolgen die Kommunikation per Brief und E-Mail direkt aus der Anwendung heraus. Auch lassen sich spartenspezifische Kalkulationstools aufrufen, deren Ergebnisse ins

Angebot übernommen werden. Das Word-Dokument wird per Post oder per E-Mail an den Kunden verschickt, alle Vorgänge werden sauber dokumentiert und sind jederzeit nachvollziehbar. Umfassende Reportingoptionen für kundenspezifische Auswertungen oder das Umsatzcontrolling runden das Leistungsspektrum ab.

Ziel der WISAG ist, nachhaltig zu wachsen und Umsatz und Ertrag zu steigern. Das maximale Ausschöpfen des Cross-Selling-Potenzials spielt dabei eine wichtige Rolle. Weiterhin plant man neue Dienstleistungsangebote im technischen FM und weitere Akquisitionen. CURSOR-CRM unterstützt diese Unternehmensstrategie in allen Aspekten. Neu hinzukommende Bereiche wie jüngst die von ABB übernommene Sparte „GTE

Gebäude- und Elektrotechnik“ lassen sich von Anfang an nahtlos in das bestehende CRM-Konzept integrieren.

6. Fazit

Dienstleistungsunternehmen steigern mit dem Einsatz eines integrierten CRM-Systems Umsatz und Margen. Optimierte Geschäftsprozesse erleichtern Vertriebsmitarbeitern die Akquisition und ermöglichen eine stringente „One face to the Customer“-Kommunikation. Das im CRM-System vernetzte Wissen über Kunden und Märkte unterstützt die Entwicklung von maßgeschneiderten, integrierten Angeboten und gezieltes Cross-Selling.

Autorenhinweis



Martin Stinner

ist Consultant der CURSOR Software AG.

Kontakt: Martin.Stinner@cursor.de



Dirk Scherer

IT Projektleitung, Support, Administration der WISAG Service Holding GmbH & Co. KG

Kontakt: Dirk.Scherer@wisag.de

