

Mit integrierten Prozessen den **Vertrieb** und **Service** erfolgreich machen

08 November 2007 | CRM Expo Nürnberg

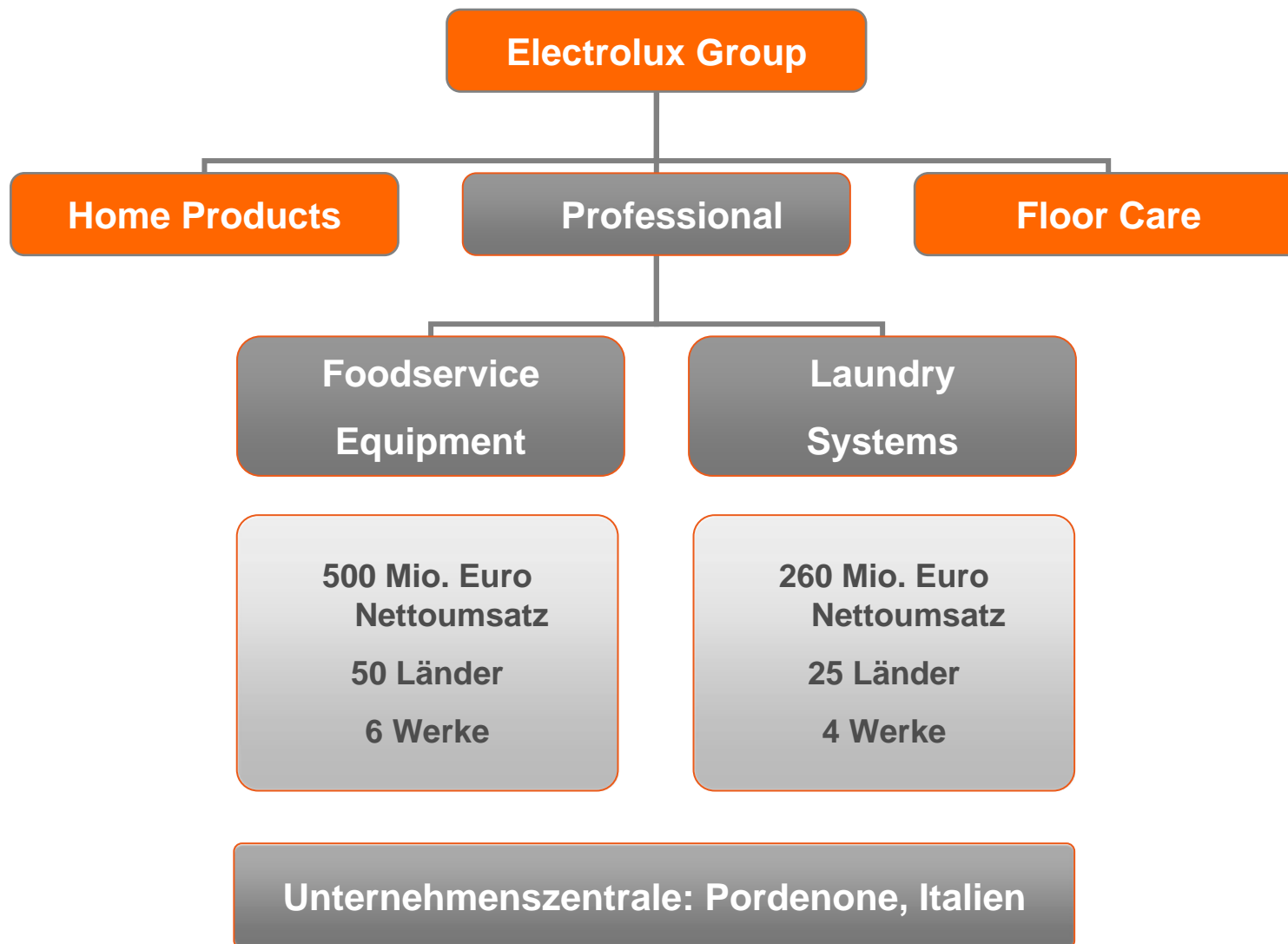
Gerhard Weber

**Global Director IT
Electrolux Professional
Gerhard.Weber@Electrolux.it**



 **Electrolux**
PROFESSIONAL





» Electrolux Professional: Marktpositionierung

Foodservice Equipment:



- » Weltweiter Key Player für die Ausstattung von professionellen Küchen
- » 50 % aller Europäischen Restaurants nutzen unsere Produkte
- » Produktportfolio: Professionelles Kochen, Spülen, Kühlen

Laundry Systems:



- » Weltmarktführer für professionelle Wäschereisysteme
- » Produktportfolio: Professionelles Waschen, Trocknen, Bügeln

Ready, steady, »go relate«! Sounds good. Feels good. Because relationships determine our lives. And our actions. Both professionally and personally. The world turns around them. We do too. We live relationships. »go relate«

» Electrolux Professional: Kundensegmente



- » Restaurants
- » Hotels
- » Caterer (Mobile Gastronomie)
- » Krankenhäuser, Altenheime
- » Schulen
- » Betriebskantinen
- » Schifffahrt
- » Lebensmittelhersteller
- » Textilhersteller
- » Öffentliche Institutionen
- » Waschsalons und Reinigungen

» **Mission:**

- » CRM ist für uns keine neue Datenbank und keine reine Sales-Force-Automation
- » CRM wird eingeführt, um den Neuen Anspruch am Kundenprozess gerecht zu werden
- » CRM muss bereichsübergreifend Synergien ausschöpfen
- » Mit CRM ist die Basis für eine neue Datenqualität
- » CRM wird zum Führungsinstrument im Vertrieb
- » CRM muss uns letztendlich ermöglichen, mehr zu verkaufen
- » CRM muss einen besseren und effizientern Service ermöglichen

Synergien ausschöpfen:

Prozessübergreifend

Marketing



Vertriebsplanung



Persönliche Ziele

- » Markt- & Kundenforschung
- » Regionale Betrachtung des Marktes
- » Mitbewerberbeobachtung

- » Umsatz-, Profitsteigerung, etc.
 - » + x % Bestands-, Neukunden
 - » + x % Produkte, -Familien

- » Klare Ziele in Abstimmung zum Jahresplan:
 - » Umsatz, Deckungsbeitrag
 - » Anzahl der Besuche, wann, bei wem, etc.
 - » Catching-Rate

Synergien ausschöpfen:

Bereichsübergreifend

Marketing

Vertrieb

Service

- » Markt- & Kundenforschung
- » Regionale Betrachtung des Marktes
- » Mitbewerberbeobachtung

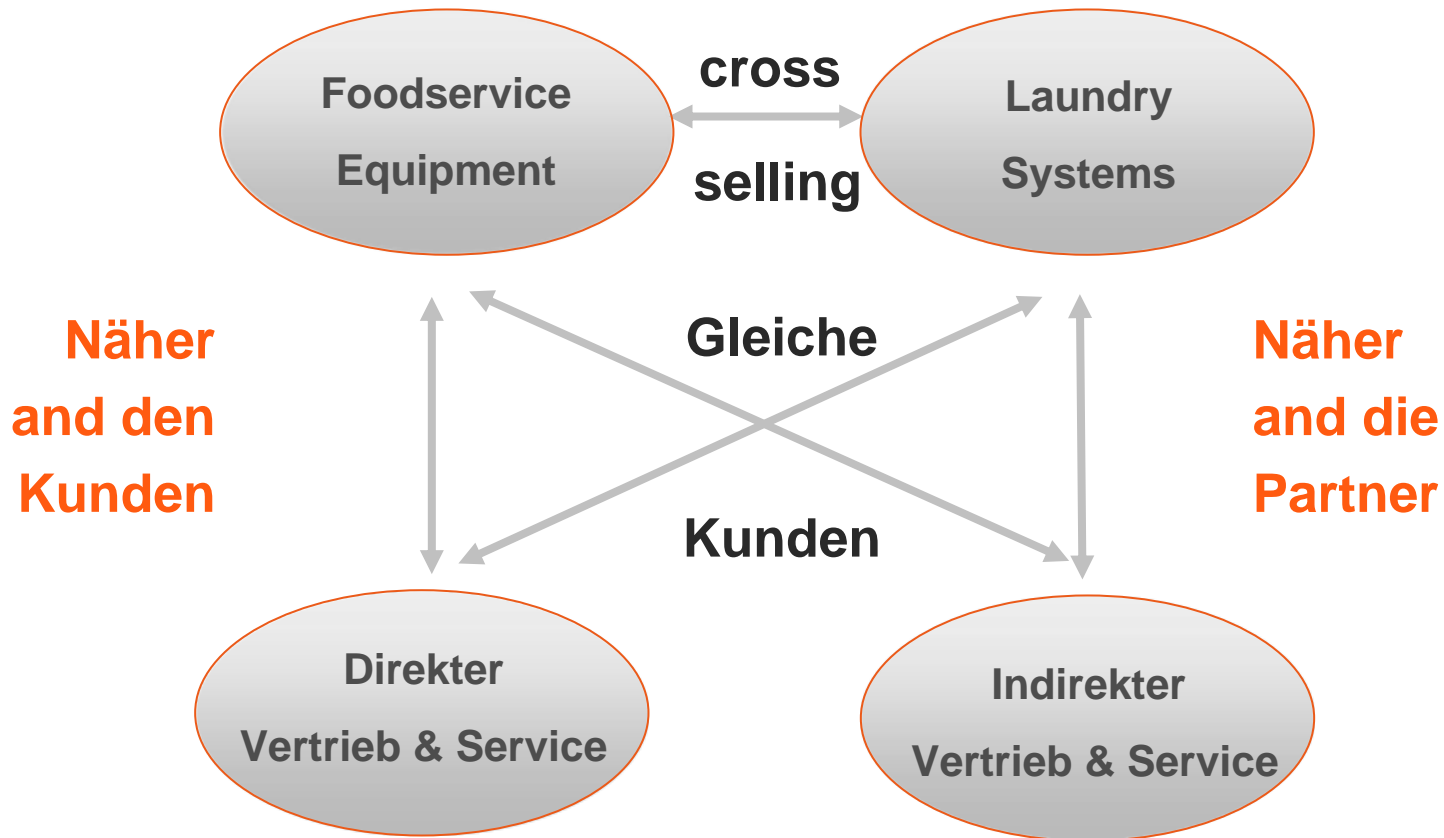
- » Aufbau von Vertriebsstrategien
- » Entsprechend der Erkenntnisse aus der
- » Markt- und Kundenforschung

- » Vertrieb:
 - » Kann die Daten aus dem Service nehmen und Pro-Aktiven Vertrieb führen
 - » Vertrieb wir zur Beratung

- » Service:
 - » Kann auf den viele Daten des
 - » Kundenstammblasses zurückgreifen

» Electrolux Professional: CRM Umsetzung

Synergien ausschöpfen:
Business Unit übergreifend



» Electrolux Professional: CRM Umsetzung

Neue Datenqualität:

1 Kunde

Qualifizierung
des Kunden

Daten
Integration

Daten
Verantwortung

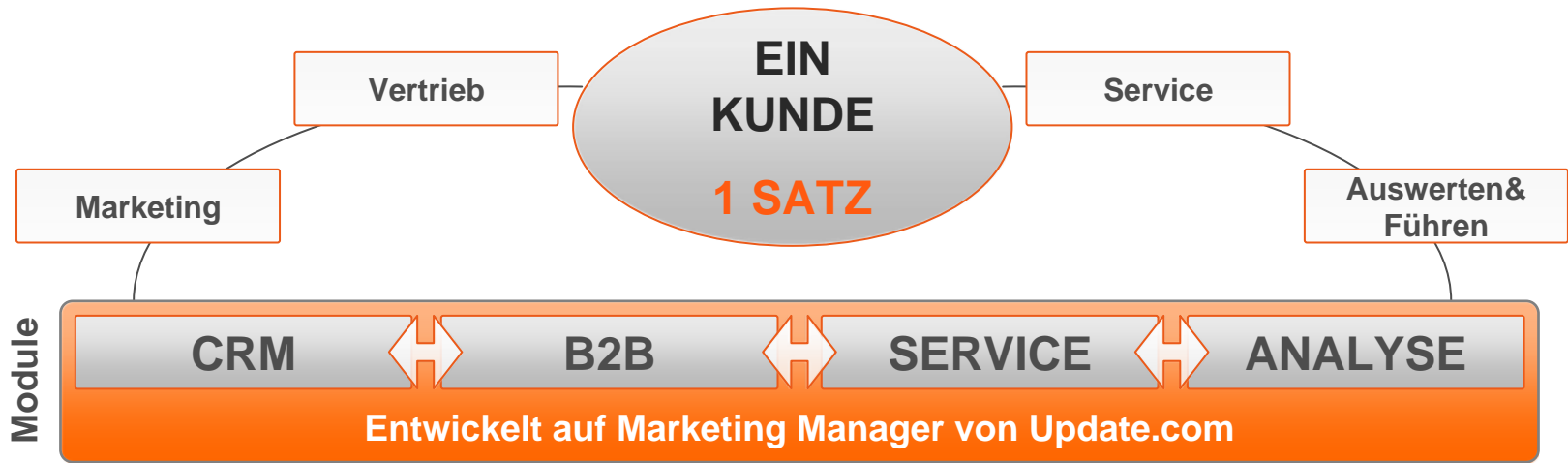
» Zusammenführen verschiedenster Info's, die je zu einem Kunden gespeichert wurden (in diversen Datenbanken, Excels, Access)

- » Kundenadresse, Telefon, email, etc.
- » Ansprechpartner, Position, Einfluss
- » 2 stufige Kundensegmentierung

- » Datenerhebungen aus Call-Center
- » Integration zu ERP Vertrieb, Finanzen
- » Integration von Sales- & Service Daten

» Klare Definition, wer für den Kunden und Kundenstamm verantwortlich ist

» Electrolux Professional: CRM Integrierte Lösung



Zielgruppe

Dir. Vertrieb
Ind. Vertrieb
Marketing
Call Center
Back office

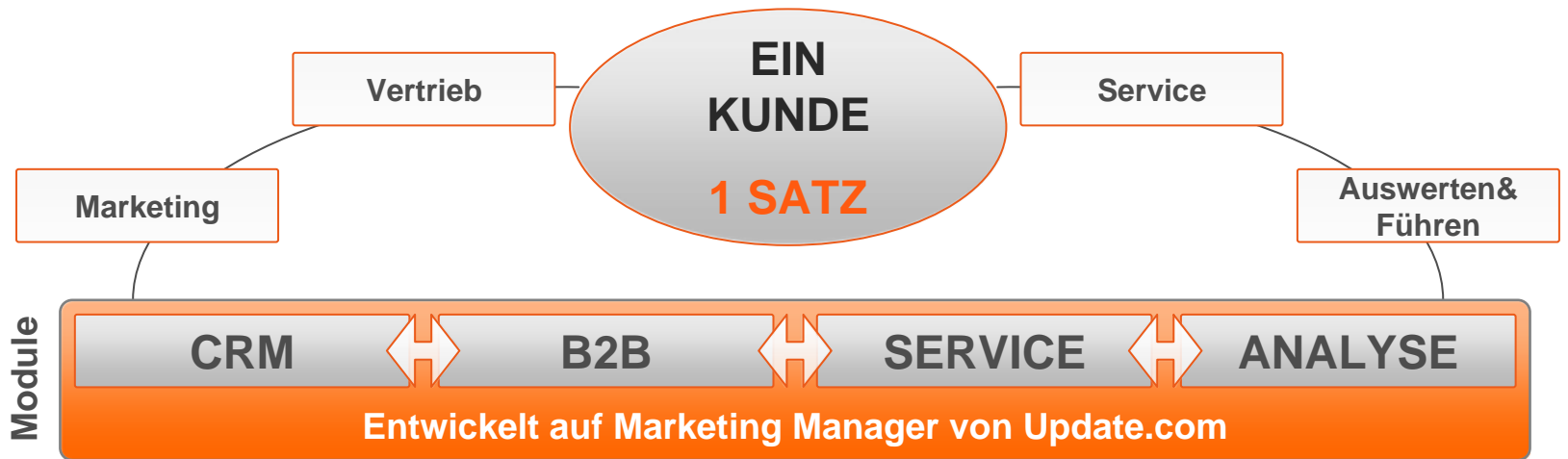
Mehr als 2.000
Händler weltweit

Service-Hotline
Service
Techniker
Back office

Management
Vertriebs-MA
Techniker

Ready, steady, »go relate«! Sounds good. Feels good. Because relationships determine our lives. And our actions. Both professionally and personally. The world turns around them. We do too. We live relationships. »go relate«

» Electrolux Professional: CRM Integrierte Lösung



CORE Functions

<ul style="list-style-type: none"> Kampagnen Mgmt. Kunden Mgmt. Ansprechpartner Verkaufte Produkte Kontakthistorie Servicehistorie Geschäftsbeziehung Mitbewerber-Info ERP Integration 	<ul style="list-style-type: none"> Online-Zugriff auf: <ul style="list-style-type: none"> Techn. Dokumente Marketingmaterial Online Shop mit: <ul style="list-style-type: none"> Preis Verfügbarkeit Auftragsstatus Online Forum 	<ul style="list-style-type: none"> Service Calls Einsatzplanung Service Reports Ersatzteile im Auto Ersatzteilverkauf Serviceverträge Vorauszahlung Digitale Signatur Online Rechnung 	<ul style="list-style-type: none"> Auswerten: <ul style="list-style-type: none"> Kunden Ku.Segmente Vertriebs-MA Regionen „Money-Maker“ <ul style="list-style-type: none"> Bestands Ku. Potentielle Ku.
---	--	--	---

Ready, steady, »go relate«! Sounds good. Feels good. Because relationships determine our lives. And our actions. Both professionally and personally. The world turns around them. We do too. We live relationships. »go relate«

- » **Eine zentrale Kunden-DB über Business-Units und Systeme hinweg.**
 - » Weil eine zentrale Datenbank, verschiedene Sichten, verschiedene Rollen für den Datenzugriff mit dem Motto „fast jeder“ sieht „fast alles“

- » **Integrierten Prozess abteilungsübergreifend und externe Partner einbindend.**
 - » Weil Interne und Externe ihren Beitrag leisten (Marketing, Vertrieb, Service, Partner-Netzwerk)

- » **Fokussierung des Außendienstes auf seine originäre Aufgabe**
 - » Ein Call-Center unterstützt den AD und macht die Vertriebstermine

- » **Vertrieb wird in die Lage versetzt Pro-Aktiv zu beraten und zu verkaufen.**
 - » Weil Potentiale im System auswertbar sind. Welcher Kundengruppe hat welchen generellen Bedarf. Welcher Kunde hat welchen konkreten Bedarf

- » **Wir heben ERP Daten auf die Ebene des Vertriebsprozesses**
 - » Auftragsstatus, Auftragsstatistik (Produktgruppe / Quartal / Umsatz)
Kreditlimits, Offen Rechnungen, Kundensperre, etc.
- » **Wir wissen, wen wir zu welchem Thema ansprechen müssen**
 - » Vorgegeben aus Marktforschung und Vertriebsstrategie, Abrufbar im CRM über Kundensegmente und die richtigen Ansprechpartner
- » **Wir erheben, wo nötig, die Aktivitäten der Mitbewerber**
 - » Um Wachstumspotentiale optimal ausschöpfen zu können
- » **Unser Außendienst kennt nicht nur die Bestandskunden, sondern auch das Potential seiner Kunden**
 - » Weil das System ein Umsatzpotential in Euro errechnet. „Hotel ABC hat ein Umsatzpotential von 500.000€ im Jahr 2008“
- » **Wir können Vergleichen und Schlussfolgerungen ziehen**
 - » Wir können Kundengruppen, Regionen und Außendienstmitarbeiter messen und vergleichbar machen

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Haben Sie Fragen? Besuchen Sie mich!

Consumer Lounge der update | Stand D40

Gerhard Weber

Global Director IT
Electrolux Professional
Gerhard.Weber@Electrolux.it



 **Electrolux**
PROFESSIONAL

