

Referenz Bericht

| H I G H T E C H |

ADVA Optical Networking

Das Unternehmen

- Führender Anbieter von Optical+Ethernet-Transportlösungen, die die Einführung von leistungsfähigen Netzen beschleunigen
- Gegründet 1994 in Meiningen und München
- Umsatz 2007: EUR 251,5 Millionen
- Mitarbeiter 2007: 1.040

Der Projektrahmen

- Prozessdefinition, Systemdesign, Implementierung, Mitarbeiterschulung
- April 2005 – Februar 2006
- Siebel 7.8
- Internationaler Rollout

Die Schlüsselstellen

- Verschiedene Bewertungsansätze der Verkaufschancen
- Crossfunktionale Zusammenarbeit innerhalb des Business Life Cycle
- Hochgradig diversifizierte IT-Infrastruktur

Die erzielten Erfolge

- Strukturierte Vertriebsunterstützung durch Einführung eines Target Account Sellings
- Verschlankeung der Systemlandschaft
- Optimiertes Dokumentenmanagement



CRM Gipfeltour
ADVA OPTICAL NETWORKING

„CRM-Lösungen bieten viele Firmen an. Wir haben uns für curexus entschieden, weil sie sich voll und ganz auf das Thema CRM-Geschäftsprozesse konzentriert und sich mit ihrem Wissensvorsprung klar vom Wettbewerb abgrenzt.“

Manfred Ahlders,
Global Inside Sales Manager, ADVA Optical Networking



Das Unternehmen

ADVA Optical Networking ist ein führender Anbieter von Optical+Ethernet-Transportlösungen, die die Einführung von leistungsfähigen Netzen für fortschrittliche Daten-, Datensicherungs-, Sprach- und Videodienstleistungen beschleunigen. Die Stärke von ADVA Optical Networking liegt bei seinen qualifizierten und engagierten Mitarbeitern. Sie haben das gemeinsame Ziel, die Bedürfnisse unserer Kunden frühzeitig zu erkennen und mit optimierten Lösungen schnell und individuell zu erfüllen. Die innovative Fiber Service Platform (FSP) und ausgeprägte Kundenorientierung von ADVA ermöglichen es Netzbetreibern und Unternehmen, ihre Netze zu skalieren und intelligente, wettbewerbsfähige neue Dienste anzubieten. Die Lösungen von ADVA Optical Networking werden weltweit von über 200 Netzbetreibern und mehr als 10.000 Unternehmen in der ganzen Welt eingesetzt.

Die Ausgangssituation

ADVA ist in einem extrem dynamischen und wettbewerbsintensiven Markt tätig, der schlanke, effiziente und skalierbare Kernprozesse erfordert. Durch Firmenzukäufe sind bei ADVA eine sehr diversifizierte IT-Systemstruktur und eine unterschiedliche Datenstruktur entstanden. Es bestehen aufgrund der gewachsenen Struktur keine einheitlichen und durchgängigen CRM-Prozesse.

Die Aufgabenstellung

Integration einer CRM-Lösung in das Business-Life-Cycle-System von ADVA. Das CRM-System soll die Bereiche Verkaufschance, Verkaufsleistung sowie Kundenservice abdecken und den kompletten Kontakt-Zyklus des Kunden bei ADVA abbilden – vom Erstkontakt über Auswahl, Planung und Implementierung der optischen Netzwerkkomponenten bis hin zu Serviceleistungen für Bestandskunden. Die CRM-Lösung soll dabei den gesamten Vertriebsprozess unterstützen und durch Kontrollpunkte (Checkpoints) die reibungslose Zusammenarbeit interner Organisationseinheiten, wie etwa Vertrieb, Business Development, Finance, Manufacturing, Business Operations, Technical Support, Marketing und Management absichern. Aufbauend auf der technischen Basis der CRM-Lösung

wollte ADVA auch ein Opportunity Delivery Assurance Framework (ODA) einführen, mit dem die Ertragsituation verbessert und Sales Leads optimal verwertet werden. Die Zusammenarbeit innerhalb des Business-Life-Cycle sollte optimiert und eine selbst lernende Vertriebsorganisation aufgebaut werden. Durch Reduzierung der eigenentwickelten Legacy-Systeme und die Integration der vertriebsrelevanten Tools in eine CRM-Lösung soll eine effizientere IT-Infrastruktur geschaffen werden. Ziel ist es, durch das ODA-Framework ein einheitliches Vorgehen und eine einheitliche Bewertung aller Verkaufschancen zu erreichen. Neben dem Abbilden des Kunden- / Kontaktmanagements und des ODA-Frameworks sollte zusätzlich das ERP-System BAAN von ADVA angebunden und die bestehende Intranet-Lösungen integriert werden, ebenso die Microsoft Outlook-, Sharepoint- und Biztalk-Applikationen.

Die Anforderungen an den CRM-Dienstleister

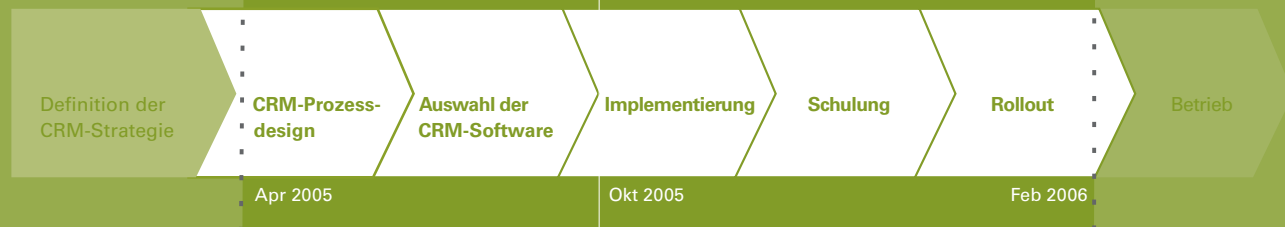
ADVA suchte für das Projekt einen flexiblen CRM-Spezialisten, der über langjähriges Prozess-Know-How und über ein breites Wissen bei der Anbindung von ERP-Systemen verfügt. Hierbei waren neben Erfahrungen in vergleichbaren CRM-Projekten vor allem die Kundennähe sowie die schnelle Einarbeitung in die Geschäftsprozesse der ADVA wichtig. curexus begleitete die Projektphasen CRM-Prozessberatung, System-Design, Customizing der Anwendung, Implementierung, Inbetriebnahme und Schulung der Key-User.

Das Projekt

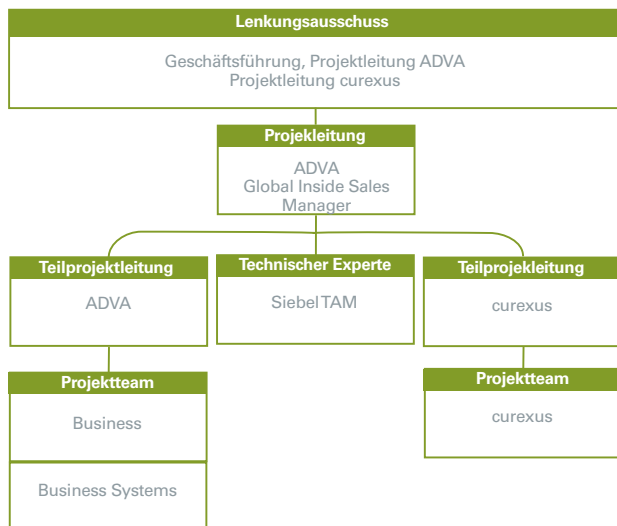
Nachdem sich ADVA für einen segmentierten Rollout der CRM-Lösung entschieden hatte, begann curexus im April 2005 mit ersten Anforderungs-Workshops. Offizieller Entwicklungsstart des Projekts war im Oktober 2005. Vorgefertigte Module machten nur wenige Anpassungen erforderlich. So fügte curexus beispielsweise Kundenprozesse für das ODA-Framework in die Siebel-Applikation ein. Ende Februar 2006 schloss ADVA Phase 1 des Projektes ab, in der die Target-Account-Selling-Module und das Workflow-Management etabliert wurden. Im Februar 2006 wurde das System nach intensiven Mitarbeiter-Schulungen in einem internationalen Rollout weltweit live gesetzt.



Projektphasen und Zeitrahmen



Projektorganisation



Implementierung

In der ersten Phase des CRM-Projekts wurden im Wesentlichen folgende Funktionen zur Unterstützung eines umfassenden Vertriebsmanagements umgesetzt:

- Kundenmanagement
- Kontaktmanagement
- Aktivitätsmanagement
- Verkaufsprojektmanagement
- Target Account Selling (TAS)
- Abgleich von Kontakten und Aktivitäten mittels Microsoft-Outlook-Integration
- Ablage von Dokumenten mittels Microsoft Sharepoint-Integration
- Abbildung komplexer Genehmigungsprozesse
- Abgleich der Stammdaten mit dem ERP-System BAAN (Kunden-, Produkt-, Preislisten-, Wechselkursdaten)
- Abgleich von Auftragsdaten an eine kundenspezifische Intranetlösung

Auswahl der CRM-Software

Zur Lösung der Aufgaben im Vertrieb hat sich ADVA für das branchenunabhängige CRM System Siebel der Firma Oracle entschieden, das alle benötigten Vertriebsprozesse unterstützt.

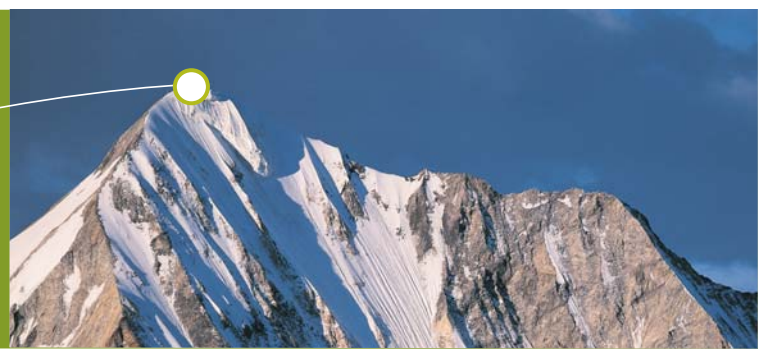
Entscheidung für das Siebel-CRM-System aus dem Haus Oracle:

- Flexible Webapplikation
- Hohe Bedienerfreundlichkeit und Performance
- Moderne Weboberfläche
- Umfassende Funktionalitäten und Best Practices bereits im Standard enthalten
- Vorgefertigte Datensynchronisation mit Microsoft Outlook
- Vorgefertigte Microsoft Sharepoint-Integration
- Flexible und umfassende Anpassungsmöglichkeit an individuelle Gegebenheiten
- Einfache Anbindung von externen Systemen (z.B. ERP-System)



DIE WESENTLICHEN SCHLÜSSELSTELLEN

- Evaluierung und optimale Verwertung von Verkaufschancen
- Crossfunktionale Zusammenarbeit innerhalb des Business Life Cycle
- Aufbau einer selbstlernenden Vertriebsorganisation
- Hochgradig diversifizierte IT-Systemlandschaft



Die erzielten Erfolge

- Vereinheitlichung der Verkaufsprojektbearbeitung
- Vereinheitlichung der Vertriebsprozesse durch Einsatz des Target Account Sellings
- Einheitliche Kunden- und Kontaktdatenbank
- Hohe Benutzerakzeptanz
- Erhöhung der Datenqualität
- Integrierte Kampagnenplanung
- Verschlankung der Systemlandschaft
- Optimiertes Dokumentenmanagement
- Einbindung von Microsoft Standard Applikationen
- Reduzierung der eigenentwickelten Legacy Systeme und Integration der vertriebsrelevanten Tools in ein CRM-Tool



DIE WESENTLICHEN ERFOLGSFAKTOREN

- Die Geschäftsführung steht geschlossen hinter dem CRM-Projekt
- Intensive Designphasen
- Klar definierte Verantwortlichkeiten innerhalb des Teams
- Schnelle und klare Entscheidungen
- Hervorragende Zusammenarbeit zwischen allen Projektbeteiligten
- Umfassendes Siebel Know-How bei curexus

Kurzportrait curexus

Als eines der führenden CRM-Beratungshäuser im deutschsprachigen Raum ist curexus spezialisiert auf die Beratung und Umsetzung ganzheitlicher CRM-Strategien mit Schwerpunkt auf die Branchen Industrie, High-Tech, Logistik, Finanzdienstleistungen und Pharma.

Unsere Kernkompetenzen reichen von der CRM-Strategieberatung über die Integration von CRM-Lösungen bis hin zum IT-Service & Datamanagement. Darüber hinaus beraten wir

bei den Begleitprozessen und Basisthemen Changemanagement, Lizenzmanagement und IT-Infrastrukturoptimierung. Größter Wert wird dabei auf eine stufenweise Umsetzung der CRM-Strategie gelegt. Von der Entscheidung bis zur Inbetriebnahme liegen kurzmöglichste Zeiträume. Durch eine iterative Vorgehensweise können schnell erste Erfolge erzielt und die Anwenderakzeptanz sichergestellt werden. Professionelle CRM-Prozesse in den Bereichen Vertrieb, Marketing und Service liefern den Schlüssel zum nachhaltigen Unternehmenserfolg.

curexus GmbH

Nordostpark 3, D-90411 Nürnberg

Fon: +49 911 99 987 0

Fax: +49 911 99 987 100

E-Mail: info@curexus.com

www.curexus.com

