

Referenz Bericht

| D I E N S T L E I S T U N G |

evosoft GmbH

Das Unternehmen

- Internationales Systemhaus mit den Bereichen Systemdevelopment & Integration und IT Solutions & Services
- Gegründet 1995 in Nürnberg
- Umsatz GJ 2008: EUR ca. 94 Millionen
- Mitarbeiter GJ 2008: 1.200

Der Projektrahmen

- CRM-Prozessberatung, Systemdesign, Implementierung, Support
- Februar - April 2008
- Microsoft Dynamics CRM 4.0
- Nationaler Rollout

Die Schlüsselstellen

- Gewachsene Unternehmensstruktur
- Diversifizierte Vertriebsprozesse
- Kein einheitliches Kampagnenmanagement

Die erzielten Erfolge

- Standardisierung der Anfragebearbeitung
- Zentrales Kampagnenmanagement
- Einheitliche Kunden- und Kontaktdaten
- Bereichsübergreifende Zusammenarbeit auf Basis einer einheitlichen Kundensicht



CRM Gipfeltour
evosoft GmbH

„Mit curexus haben wir einen flexiblen CRM-Spezialisten gefunden, der über ein hohes CRM-Prozess-Know-How und langjährige Erfahrung bei der Einführung ganzheitlicher CRM-Strategien auf Basis Microsoft Dynamics CRM verfügt und uns damit als Partner bei der Umsetzung unserer CRM-Strategie begleitet hat.“

Stefan Tausche,
Head of Sales, evosoft GmbH



Das Unternehmen

Als internationales Systemhaus mit mehr als 1.200 Mitarbeitern entwickelt die evosoft Unternehmensgruppe seit 1995 maßgeschneiderte Software-Lösungen und begleitet kompetent von der Beratung über das Design und die Implementierung bis hin zu Schulungsmaßnahmen und anschließendem Betreibermanagement. Die evosoft GmbH in Deutschland übernimmt die Abwicklung von internationalen Projekten sowie IT-Dienstleistungen und Services direkt vor Ort beim Kunden oder auch offshore in den evosoft Offshore Centern in Osteuropa. An der evosoft GmbH in Deutschland ist die Siemens AG mit 98 % beteiligt. Zusammen mit dem Tochterunternehmen evosoft Hungary Kft. und weiteren osteuropäischen Partnerunternehmen wird dabei für die Kunden eine größtmögliche Wertschöpfung erzielt.

Die Ausgangssituation

Bei evosoft existierten keine einheitlichen Prozesse zur systematischen Bearbeitung der Kundenkontakte sowohl in der Akquise- und Aufbauphase als auch in der langfristigen Betreuung. Mittels bestehender Tools wie Microsoft Outlook, Excel oder Sharepoint wurden individuelle Anfrage-, Kontakt- und Aktivitätslisten erstellt und geführt. Das führte zu einer geringen Transparenz in den Vertriebsprozessen und im Vertriebscontrolling.

Die Aufgabenstellung

Ziel war eine einfache und intuitive Heranführung der Anwender an einheitliche CRM-Prozesse in den Bereichen Vertrieb und Marketing durch die Nutzung bestehender Software wie Microsoft Outlook und Office. Mit der CRM-Lösung sollen standardisierte und workflowgestützte Vertriebsprozesse unterstützt werden. Hauptaugenmerk lag auf dem Erreichen einer täglichen Transparenz aller Vertriebsaktivitäten sowie einer einheitlichen Bewertung der Verkaufschancen. Die CRM-Einführung sollte innerhalb eines sehr kurzen Zeitraumes möglich sein.

Die Anforderungen an den CRM-Dienstleister

evosoft suchte für das Projekt einen flexiblen CRM-Spezialisten, der über hohes CRM-Prozess-Know-How und langjährige Erfahrung bei der Einführung ganzheitlicher CRM-Strategien auf Basis Microsoft Dynamics CRM verfügt. curexus begleitete die Projektphasen CRM-Prozessberatung, Systemdesign, Implementierung, Mitarbeiterschulung und Support.

Das Projekt

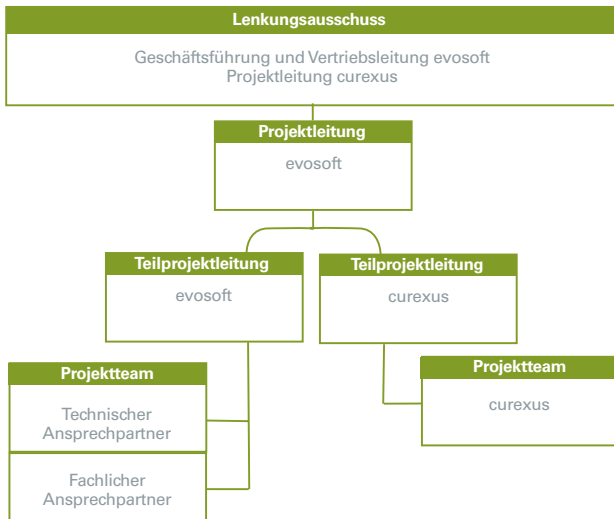
Nachdem sich evosoft für die Einführung der CRM-Lösung Microsoft Dynamics 4.0 entschieden hatte, begann curexus im März 2008 mit den ersten Anforderungs- und Prozess-Workshops. Die anschließende Erstellung des Feinkonzeptes erfolgte vor dem Hintergrund einer standardnahen Umsetzung. Die Implementierung erfolgte im April 2008. Nach Abschluss der Systemtests und Mitarbeiterschulungen Mitte Mai 2008 wurde die CRM-Lösung 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:

- Kontaktmanagement
- Standardintegration in Microsoft Outlook
- Abgleich von Kundenkontaktdaten mit dem Siemens-Adressbuch
- Aktivitätenmanagement
- Verkaufschancenmanagement
- Berichtswesen
- Kampagnenmanagement

Auswahl der CRM-Software

Zur Unterstützung der CRM-Prozesse im Vertrieb und Marketing hat sich evosoft für das CRM System Microsoft Dynamics 4.0 entschieden:

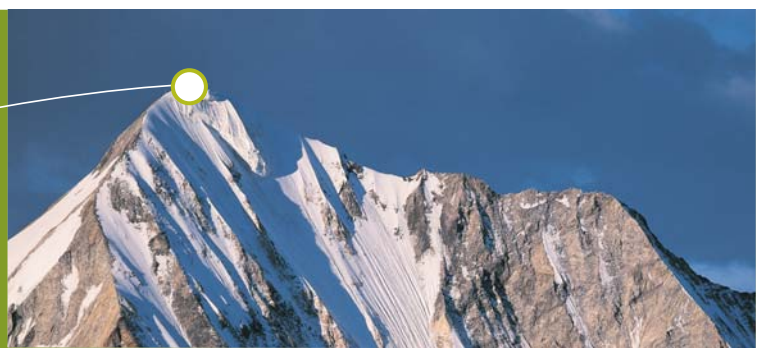
Entscheidungsfaktoren für Microsoft Dynamics CRM:

- Intuitive Bedienung dank vertrauter Bedieneroberflächen
- Nahtlose Einbindung in Microsoft Outlook
- Kontaktdatentransfer vom Siemens-Adressbuch
- Alle wesentlichen Anforderungen im Standard vorhanden
- Flexible Applikation durch moderne Web- oder Outlookanwendung
- Hohe Investitionssicherheit
- Flexible und einfache Anpassungsmöglichkeiten durch Microsoft Standardtechnologie
- Nutzung interner IT-Ressourcen



DIE WESENTLICHEN SCHLÜSSELSTELLEN

- Gewachsene Unternehmensstruktur
- Diversifizierte Vertriebsprozesse
- Zentrales Kampagnenmanagement
- Optimale und einheitliche Bewertung von Verkaufschancen



Die erzielten Erfolge

- Standardisierung der Verkaufschancenbearbeitung
- Einheitliche Kunden- und Kontaktdatenbank
- Hohe Benutzerakzeptanz durch eine gewohnte Benutzeroberfläche
- Erhöhung der Datenqualität
- Einheitliche Kampagnenplanung
- Einbindung von Microsoft Standard Applikationen



DIE WESENTLICHEN ERFOLGSFAKTOREN

- Die Geschäftsführung steht geschlossen hinter dem CRM-Projekt
- Klar definierte Verantwortlichkeiten innerhalb des Teams
- Schnelle und eindeutige Entscheidungen
- Iterative Projektvorgehensweise
- Umfassendes Microsoft Dynamics CRM 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 Gesundheit.

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

