



Cameras

Components

Modifications

Developments

VISION IS OUR PASSION.

Von der Vertriebssteuerung zum Kundenbeziehungsmanagement

Allied Vision Technologies GmbH

08. November 2006

 **ALLIED**
Vision Technologies

Inhalt.

- /// Einleitung / Unternehmensvorstellung
- /// Ausgangssituation (Vertriebssteuerung)
- /// Bedarf für neue Strukturen
- /// Stand heute (Kundenbeziehungsmanagement)
- /// Arbeitsweise CRM-Team

Allied Vision Technologies

*Allied Vision Technologies ist Vorreiter im Bereich der industriellen Bildverarbeitung, international auch **Machine Vision** genannt.*

***Machine Vision** hilft der Menschheit Dinge auf die Art wahrzunehmen, die weit über die Grenzen des menschlichen und natürlichen Sehens hinausgeht. Sie unterstützt uns dabei, die Grenzen unserer Erkenntnis immer mehr auszuweiten. Sie hilft uns, Menschen zu entlasten, Diagnosen zu erstellen, Prozesse zu steuern und zu verstehen, sie regelt den Verkehr, schafft Sicherheit und in Zukunft noch vieles, vieles mehr.*



++Entwicklung, Produktion, Vertrieb von Kameras und Komponenten für die industrielle Bildverarbeitung++

++ 1989 gegründet ++ Gesellschafter: Augusta AG ++ Mitarbeiter: 75 ++ Umsatz 2005: 18,4 Mio EUR ++ Sitz: Stadroda (Thüringen) ++

Allied Vision Technologies - Vertriebsstruktur

Die Vertriebsstruktur von AVT erfordert eine dezentral funktionierende, multinational einsetzbare und ausbaufähige CRM-Softwarelösung.

Nord-/Südamerika

Vertriebsniederlassung
in **Newburyport, MA, USA**
+ 1 Distributor

Europa, Asien, ROW

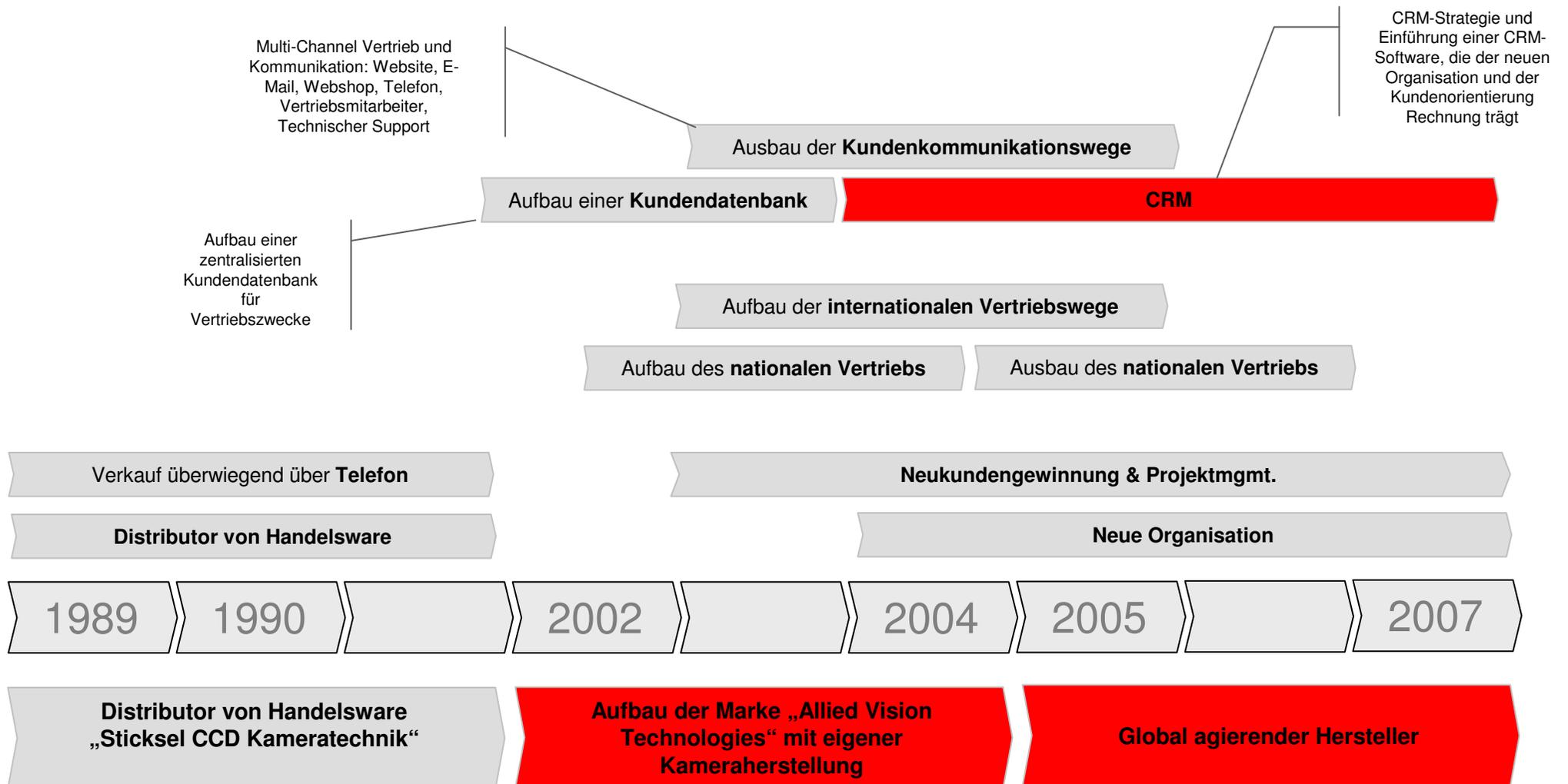
vertreten über 17 Distributoren
in über 27 Ländern bzw. Direktvertrieb,
betreut durch
Vertriebsleiter International und
Vertriebsinnendienst

Deutschland

Zentrale in **Stadtroda**,
Niederlassung in **Ahrensburg**
2 Pers. Außendienst
Vertriebsinnendienst
Vertriebsleitung
+ 1 Distributor
für D, A, CH

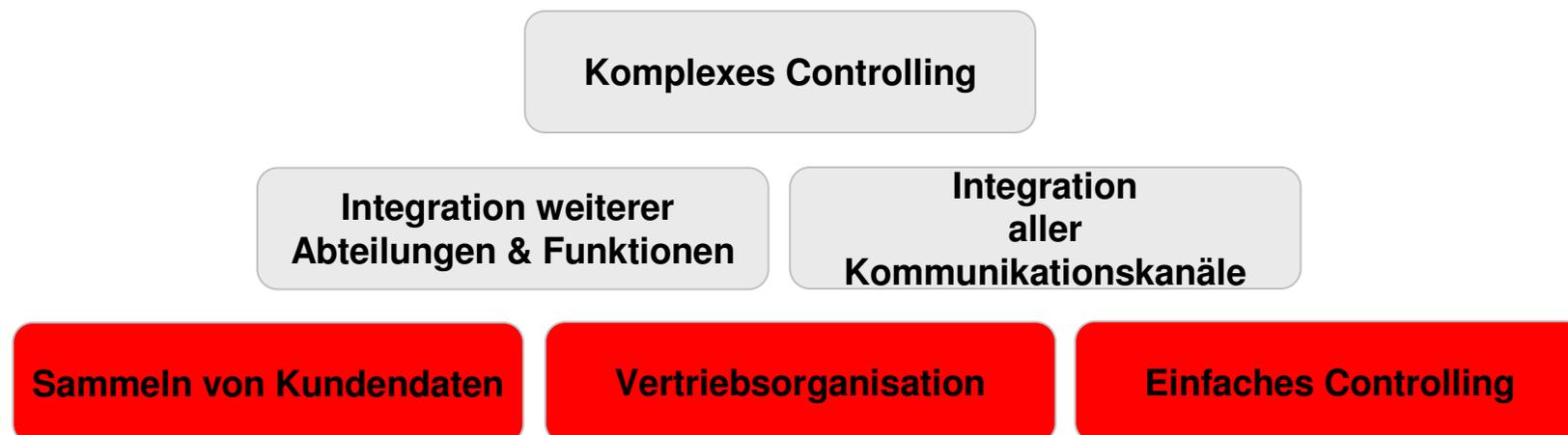
Für die Kundenorientierung des Unternehmens ist es unabdingbar, dass jeder Mitarbeiter jederzeit und an jedem Ort Zugriff auf die Daten der CRM-Software hat.

Die Entwicklung von AVT zum Markenhersteller

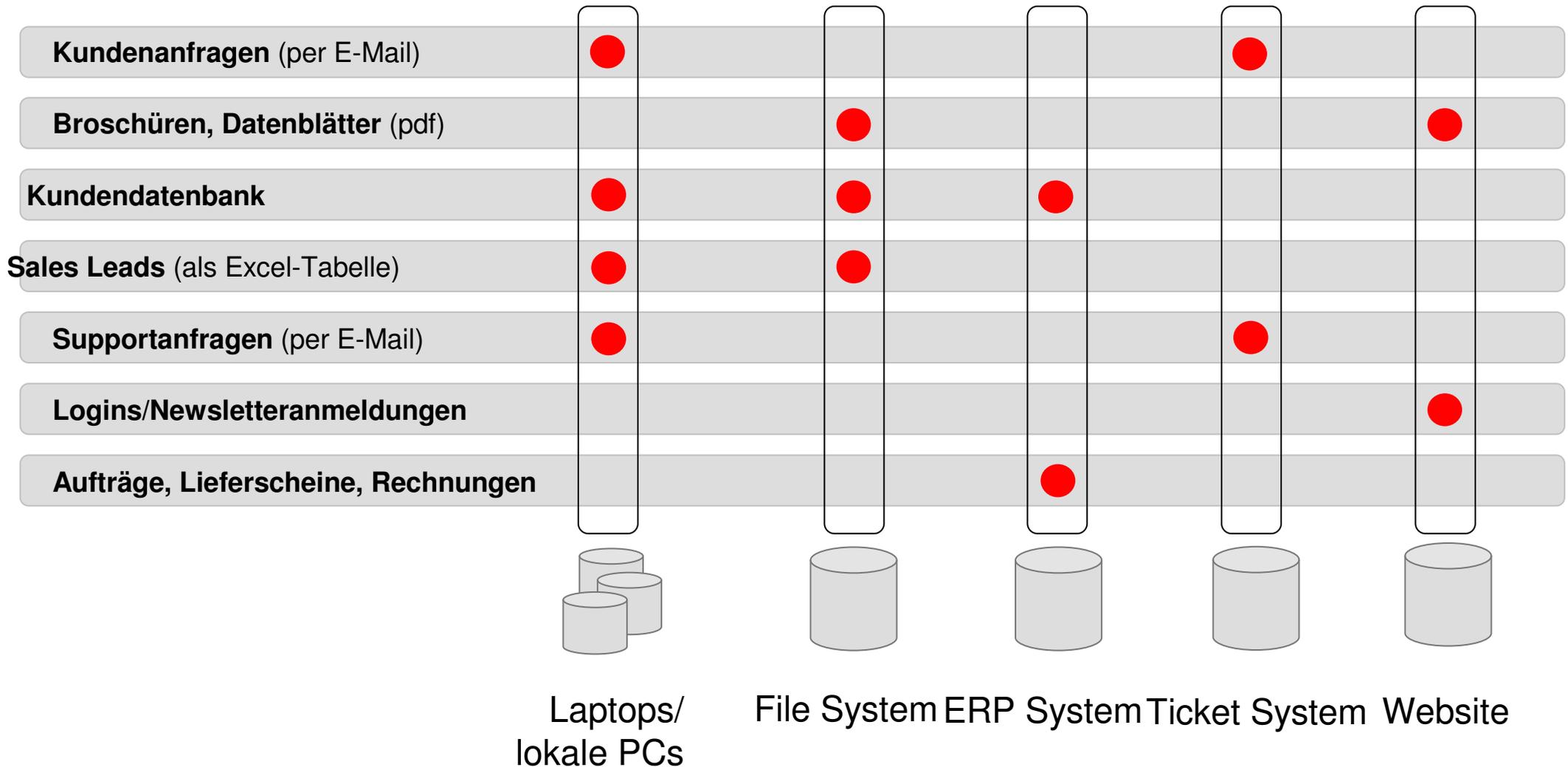


Vertriebssteuerung

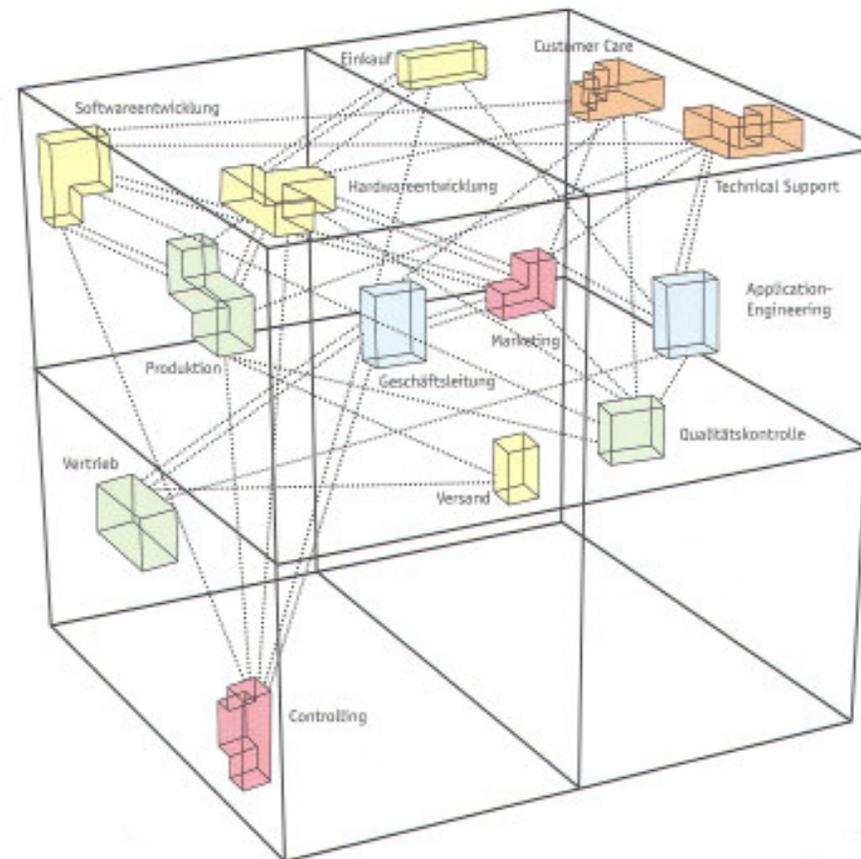
Aufbau des Fundaments für das zukünftige Kundenbeziehungsmanagement



Informationserfassung im Unternehmen bei Einführung CRM



Bedarf: Kommunikationskultur im Unternehmen

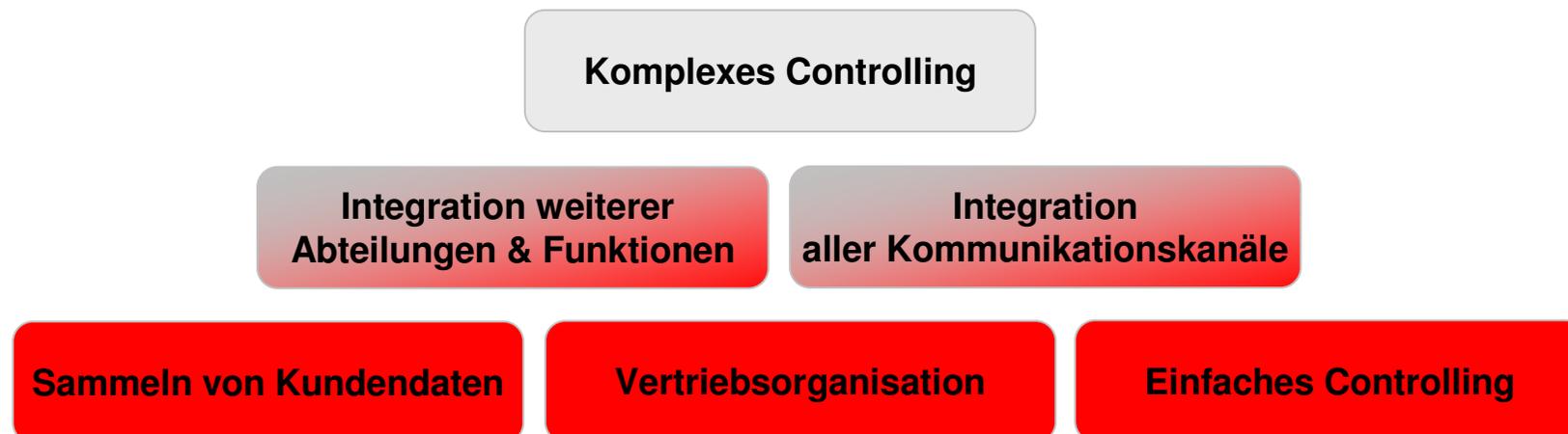


Flache Hierarchien, optimal strukturierter Informationsfluss und effektive Rückkopplungen

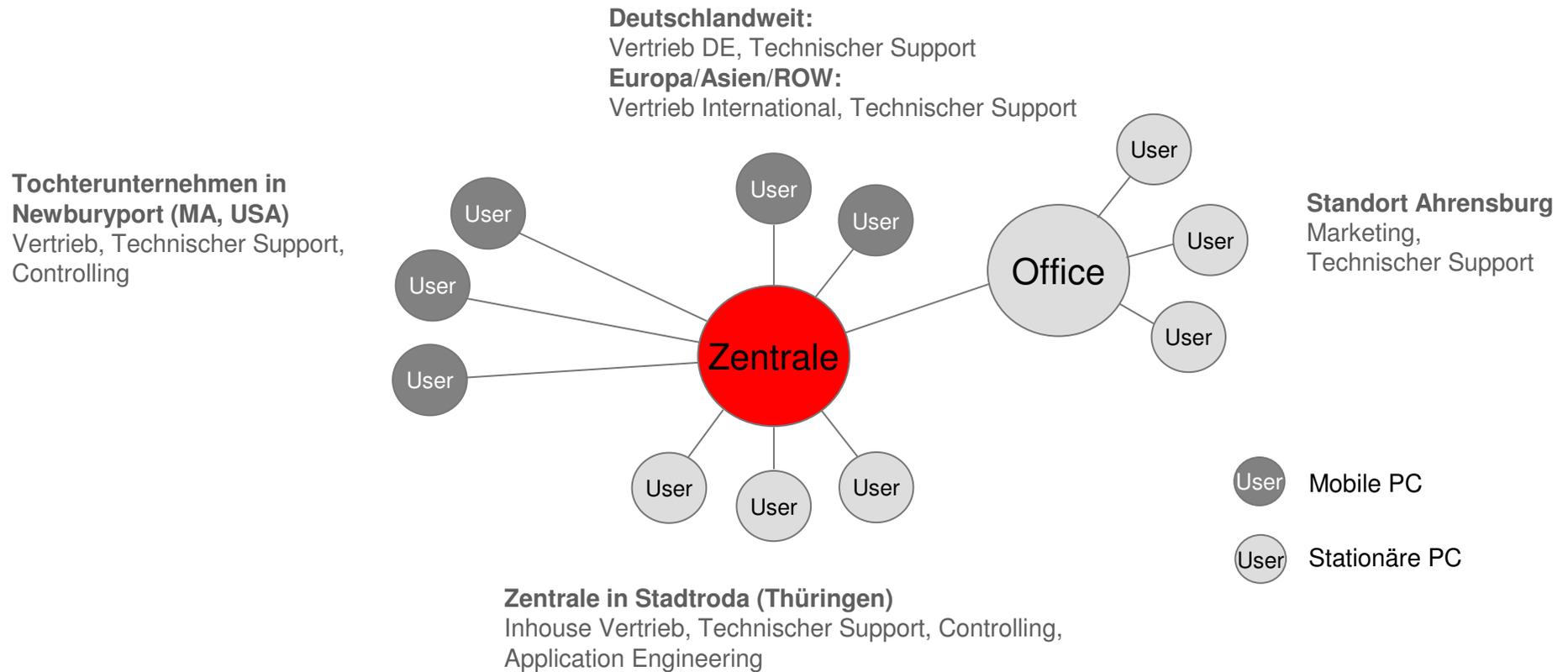
Das Ziel: Kundenbeziehungsmanagement

Die Grenzen zwischen den Abteilungen sind fließend:

Bei uns betreibt heute jeder Customer Care!



Stand heute: Standort- und abteilungsübergreifendes CRM



Stand heute: Multi-Channel Kommunikation und Zugriff



Stand heute: geplante Projekte

Vertriebs-Forecasts (DE, US, Asien)
als automatisierter Report, anwendbar für alle Vertriebsgebiete

Cockpit Funktionen inkl. Kundenwert (DE, US, Asien)
Aggregation wichtiger Informationen für das Management aus der Datenbank

Angebote (DE, US, Asien)
E-Mail/Fax/Brief, Anlegen via Remote mgl., zentrale Komplettierung,
Exportfunktion (ERP Systeme), Nachverfolgung (autom.)



Auftragsbestätigungen, Lieferdokumente, Rechnungen (DE, US, Asien)
Anbindung an verschiedene ERP System möglich

Rahmenaufträge (DE, US, Asien)
Abbildung von Absichtserklärungen bis hin zu genau definierten Rahmenverträgen,
automatisches Abtragen über ERP-Daten

SLX mobile
Ansicht/Änderung selektierter Daten via mobiler Endgeräte

Nutzen für AVT – Teil 1

- uneingeschränkter und unternehmensweiter Blick auf den Kunden
- Integration zuvor separater Informationssysteme
- Qualitätszuwächse und Zeitersparnisse bei der internen Kommunikation
- Schnelle und kompetente Ansprache von Sales-Leads, inkl. Tracking
- andere Abteilungen profitieren von dem wachsenden Daten- und Informationspool (z.B. Produktmanagement)
- Verbesserung der Qualität der Kundenberatung

Nutzen für AVT – Teil 2

Application Engineering

Kundenhistorie, Projekte, etc.

Controlling

Reporting Tools

Marketing

Kampagnen,
zielgerichtete Werbe-Aktionen

Produktmanager

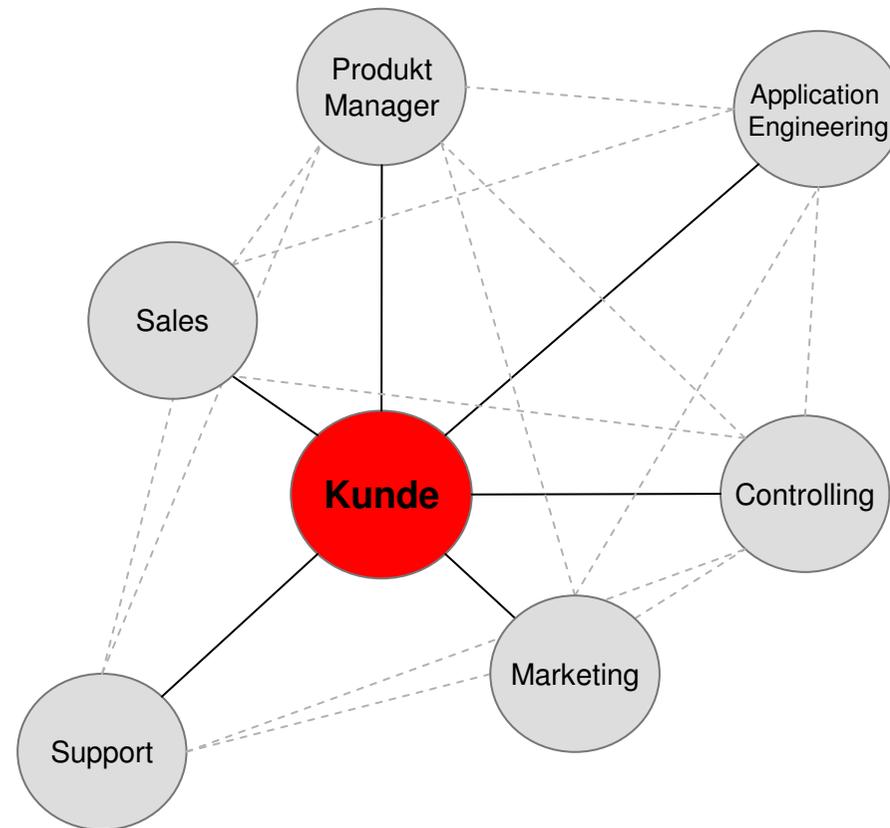
Lost/Won Projekte
Wettbewerb, Pricing, etc

Sales

Projekte,
Kundenkontakte
Historien, Forecast, etc.

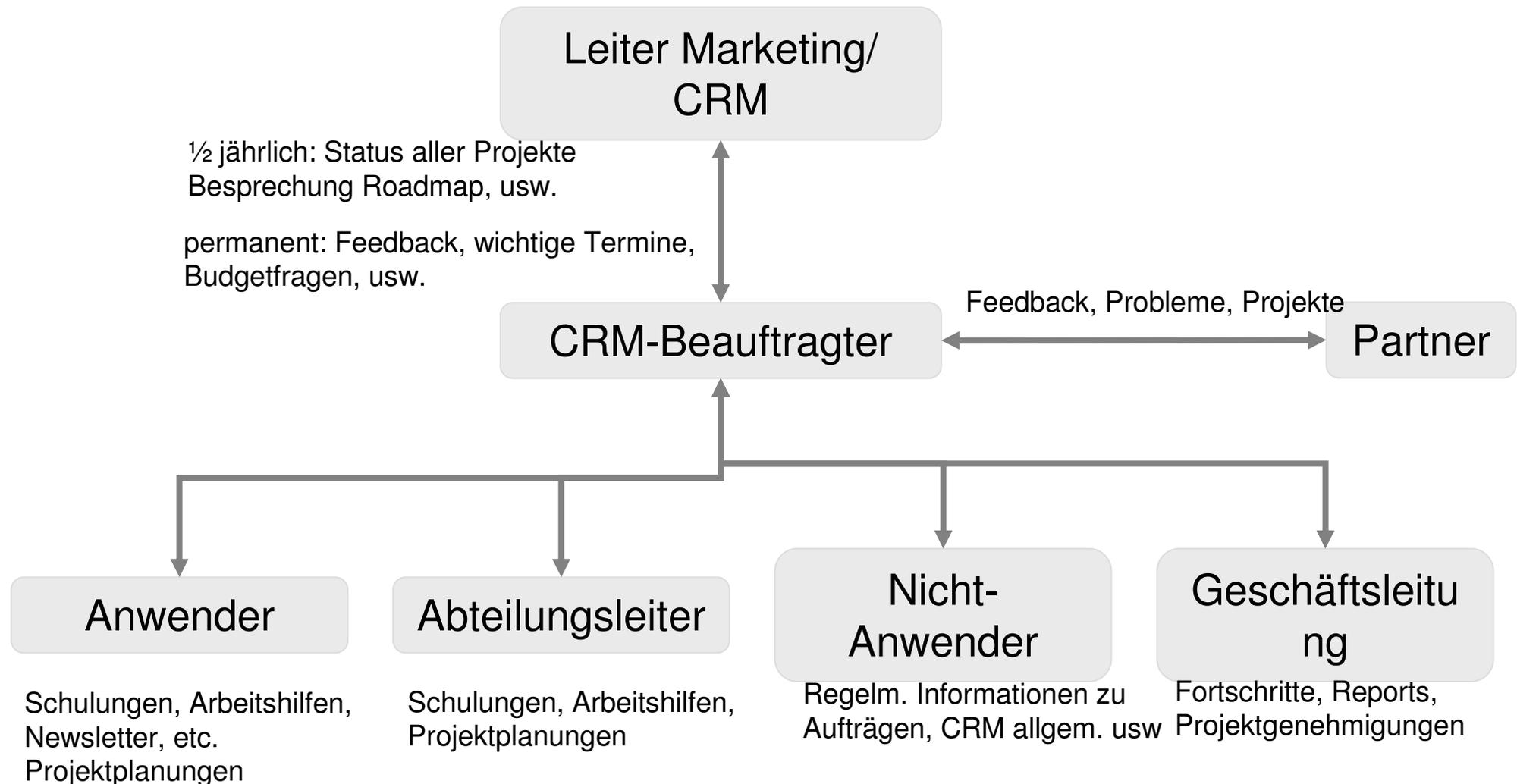
Support

Ticket Management,
Basis-Infos zu Kunden und Projekten



One view to the customer!

Arbeitsweise CRM-Team



Change Management

- Implementierung CRM in wachsenden organischen Strukturen
- Bewußtsein zur Kundenorientierung
- Integration der Mitarbeiter in Prozess
- Schrittweiser Ausbau des Systems
- Entwicklungsprozesse:
 - von freier Entwicklung hin zu festen Strukturen
 - vom reinen Informationssammeln hin zur Auswertung und Analyse

**Gemeinsame Ziele setzen: wirkliche Verbesserung des Kundennutzens,
nämlich bessere Produkte und besserer und gezielterer Service**

Schlussworte

1. ...

2. ...

3. ...

CRM ist kein Feature, dass man sich einfach so zukauft!