

SAP Customer Success Story

„Mit dem schrittweisen Aufbau unserer CRM-Landschaft minimieren wir Risiken und profitieren vom schnellen Erfolg kleinerer Projekte. Die Einführung von mySAP™ CRM in 14 Wochen bestätigt diese Strategie.“

Alois Eckert, Leiter Organisation Cherry GmbH



AUF EINEN BLICK

Kunde

Cherry GmbH (Auerbach und Bayreuth)

Deutsche Niederlassung der amerikanischen Cherry Corp.

Branche

Computer-Eingabegeräte,

Schalt-, Steuer- und Sensorsysteme

Ziele

Einführung eines modernen Customer Relationship Managements und Aufbau einer CRM-Landschaft zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit

Lösung und Service

Einsatz von mySAP CRM Marketing im ersten Schritt

vorhandene Systemlandschaft

SAP R/3 4.6c, SAP Enterprise Portal, mySAP SRM, mySAP CRM 3.1

Highlights der Implementierung

- Umsetzung innerhalb von 14 Wochen
- Einhaltung von Zeit- und Kostenplanung

Ergebnisse

- Mehr Marketingeffizienz durch exakte Zielgruppensegmentierung
- Mehr Response durch Personalisierung
- Mehr Flexibilität durch interne Steuerung
- Mehr Planungssicherheit durch erhöhte Transparenz
- Weniger Kosten durch Einsparung externen Aufwands
- Schnelle Amortisierung der Projektkosten

Hardware

Fujitsu Siemens Computers

Betriebssystem

Windows NT

CHERRY

UM WELTEN BESSERES KAMPAGNENMANAGEMENT FÜR TASTATUREN UND MÄUSE MIT mySAP™ CRM

Cherry zählt weltweit zu den führenden Anbietern im High-Tech-Bereich. Der Name Cherry steht insbesondere für Tastaturen und Mäuse sowie intelligente Peripherie im Umfeld von Computer-Eingabegeräten. Darüber hinaus entwickelt und produziert das Unternehmen mit den drei Kirschen im Logo aber auch Schalt- und Steuerungstechnik, Sensoren und Baugruppen für Autos, Haushaltsgeräte und Bürosysteme. Deutschland spielt im globalen Netzwerk der neun Produktionsstandorte des im amerikanischen Illinois beheimateten Unternehmens bereits seit 1965 eine bedeutende Rolle. Mittlerweile sind 1.500 der weltweit 3.500 Cherry-Mitarbeiter hier zu Lande tätig. Sie erwirtschafteten im Geschäftsjahr 2003 einen Umsatz von rund 200 Millionen Euro.

CRM – ANSTOSS DURCH WELTNEUHEIT

Kontinuierliche Produkt-Innovationen gehören für Cherry zu den Wegbereitern des Markterfolgs. Aktuelles Beispiel: eine solarbetriebene Designertastatur für umweltfreundliches und dank verschlüsselter Funktechnologie auch abhörsicheres Arbeiten ohne Kabel und Aufladen. Wer viele Innovationen produziert, braucht die treibenden Kräfte gezielter Marketingkampagnen, um Distributoren, Großhändler, Systemintegratoren und Endkunden von dem Nutzen derartiger Neuheiten zu überzeugen. Die informationstechnische Unterstützung dieser Aktivitäten hielt mit dem Innovationstempo allerdings nicht mehr Schritt. Was blieb, war der Rückgriff auf externe Dienstleistungen: „Aufwändig und nicht gerade ein Idealzustand“, urteilt Andreas Lindner, Leiter Multimedia im Marketing bei Cherry.

So bot die Einführung der jüngsten Innovation von Cherry einen guten Anlass, sich im Marketing auf eigene informationstechnische Füße zu stellen und ein modernes CRM-Tool einzuführen. „Dabei fiel die Wahl nicht schwer“, erklärt Josef Raab, CRM-Projektleiter bei Cherry. mySAP™ CRM entschied den Auswahlprozess für sich. „Funktional überzeugend und zukunftssicher“ präsentierte sich die Lösung in Auerbach. „Zudem spielte die problemlose Integration in die bestehende SAP-Anwendungslandschaft eine wichtige Rolle“, ergänzt Alois Eckert, Leiter Organisation.

NACH 14 WOCHEN MIT mySAP CRM PRODUKTIV

Im Juni 2003 nahm das CRM-Konzept festere Konturen an. Als erstes Glied ging die Lösung für das Marketing- und Kampagnenmanagement von mySAP CRM an den Start. Die Zeit drängte, denn mit der solargestützten CyMotion-Linie stand bereits ein bedeutendes Marketingprojekt an der CRM-Rampe. 14 Wochen später – und damit rechtzeitig zum geplanten Launch der neuen Produktfamilie – meldete das kleine Projektteam aus drei IT- und zwei Fachbereichs-Mitarbeitern Vollzug: termingerecht und im vorgesehenen Budgetrahmen ging mySAP CRM Marketing bei Cherry in den Produktivbetrieb.

Als „sehr hilfreiche Unterstützung“ erwies sich dabei nach den Worten von Projektleiter Raab die externe Begleitung durch drei Spezialisten der Triacos Consulting & Engineering GmbH, die ihr Know-how insbesondere in Prozessberatung und technische Umsetzung einbrachten. Ihrem guten Rat folgend hatte Cherry die Umsetzung des Projektes „CRM bei Cherry“ von Anfang an auf mehrere kleinere Schritte verteilt. „Überschaubare Laufzeiten und Umfänge erhöhen die Erfolgchancen“, begründet Organisationsleiter Alois Eckert – und sieht sich in dieser Einschätzung seit dem 6. Oktober 2003 bestätigt.

Mit dem Tag des Produktivstarts von mySAP CRM hat sich die Marketingwelt von Cherry verändert. Nunmehr können die Marketingexperten in Auerbach ihre Kampagnen eigenständig planen und dafür aus einem Adressenpotenzial von über 50.000 Geschäftspartnern schöpfen. Die projektbegleitende Schulung der 20 Anwender sorgte dafür, dass vom Start weg dafür die Weichen gestellt waren. „Wir haben nur Grundlagen vermitteln müssen“, urteilt Marketier Andreas Lindner mit Blick auf die benutzerfreundliche einfache Bedienung der neuen Lösungen.

„Wir können unsere Kampagnen mit mySAP CRM Marketing wesentlich zielgruppengenauer und zielorientierter steuern und brauchen dafür nicht mehr auf externe Ressourcen zurückzugreifen.“

Andreas Lindner, Marketing Cherry GmbH

MEHR MARKETINGPERFORMANCE DURCH ZIELGRUPPENSEGMENTIERUNG UND PERSONALISIERUNG

Im Cherry-Marketing findet mySAP CRM aber nicht nur wegen der leichten Bedienbarkeit breite Zustimmung. Andreas Lindner und seine Kollegen sind über die Möglichkeiten, die ihnen mit der neuen Lösung geboten werden, begeistert: „Um Welten besser als die Altsoftware“, urteilt Lindner. Im Vergleich zu früher kann das Marketing nunmehr Kampagnen, Mailings und Aktionen wesentlich zielgruppengenauer planen und steuern. Unspezifische Verteiler gehören der Vergangenheit an. Heute führen exakte Segmentierung und Personalisierung die Newsletter und E-Mails zielorientiert zum Empfänger – und das bei Bedarf auch in mehreren Sprachen. Die Voraussetzungen für diese Zielorientierung schafft der Segment Builder, mit dem die Cherry-Marketiers über

eine einfach zu bedienende grafische Oberfläche ihre Zielgruppen für den größtmöglichen Erfolg der Kampagnen auswählen können. Als ein weiterer Pluspunkt erweist sich die Business Server Page, die Empfängern von Mailings und Mails die eigenständige Pflege oder Eingabe von Kundendaten ermöglicht.

„Zudem sind wir nunmehr unabhängig von externen Dienstleistern“, lautet ein weiteres Argument – mit positiven Folgen. Denn das bedeutet nicht nur mehr Eigenständigkeit in der Planung und Realisierung von Kampagnen, sondern auch weniger Kosten. „Angesichts der Vielzahl von Aktionen und der damit verbundenen Einsparungen sind wir hinsichtlich der Amortisierung der Projektkosten schnell im grünen Bereich“, zeigt sich Organisationsleiter Eckert hinsichtlich des Return on Investments optimistisch.

APPETIT AUF MEHR CRM

Der Erfolg auf der ersten Wegstrecke von „CRM bei Cherry“ hat den Verantwortlichen Appetit auf mehr gemacht. Das nächste Projekt ist mit der Implementierung von mySAP CRM Interaction Center bereits angelaufen. Hierbei geht es vor allem darum, die über die Hotline einlaufenden Kontakte und Anfragen zu systematisieren und den internen Fluss ihrer Abwicklung zu automatisieren. Zudem verspricht sich Cherry vom Einsatz der mySAP-CRM-Lösung für das Kontaktmanagement sowohl mehr als auch qualitativ bessere und transparentere Kundeninformationen. Der weitere Fahrplan ist bereits vorgezeichnet. Er führt über die Strukturierung und gezielte Nutzung der Daten für Marketingaktionen zum SAP® Business Information Warehouse (SAP® BW), wo sie analysiert und ausgewertet werden sollen. Fundiertere Entscheidungen werden die Folge sein und dazu beitragen, Produkte mit dem Logo der drei Kirschen noch gezielter im Markt zu platzieren.

THE BEST-RUN BUSINESSES RUN SAP



**SAP Deutschland
AG & Co. KG**

Neurottstraße 15a

69190 Walldorf

T 08 00/5 34 34 24 *

F 08 00/5 34 34 20 *

* gebührenfrei in Deutschland

T +49/18 05/34 34 24 **

F +49/18 05/34 34 20 **

** gebührenpflichtig

E info.germany@sap.com

www.sap.de/hightech

Kostenloser Online Newsletter

www.sap.de/sapimfokus