



Anwenderbericht



CAS genesisWorld

Branche

Handel

Ziele/Anforderungen

- Daten in verschiedenen, voneinander isolierten Systemen
- Händischer und damit fehleranfälliger Datentransfer
- Keine standardisierten Prozesse
- Keine Automatisierung von Geschäftsprozessen möglich
- Informationen nur nach manuellen Recherchen verfügbar → zeitaufwändig und fehleranfällig
- Viele Auswertungen nicht möglich
- Zusammenführung der Unternehmensdaten in eine einheitliche Plattform

Nutzen und Vorteile

- Verbesserte Kommunikation insbesondere zwischen Vertrieb und Verwaltung
- Übersichtliche Bereitstellung wichtiger Informationen
- Bessere und schnellere Kundenbetreuung
- Effizienterer Einsatz der Mitarbeiter, verkürzte Bearbeitungszeiten
- Integration sämtlicher Kontakt- und Vertriebskanäle
- Zentraler Wissenspool gewährleistet ein gleichbleibend hohes Informationsniveau
- Richtige und fundierte Entscheidungen können getroffen werden
- Höhere Transparenz durch Auswertungen

Dreidimensionale Kundensicht

Kleider machen Leute, Displays Unternehmen. Die Nomadic Display GmbH (er)findet Lösungen für Firmen mit 500 oder fünf Mitarbeitern und sorgt für den Aufmerksamkeit erregenden Messestand ebenso wie für die individuelle und professionelle Präsentation bei der nächsten Veranstaltung. Intelligente Unterstützung erhält das Kreativteam dabei von CAS genesisWorld.

Vorstellungskraft war und ist für Ted Zeigler so wichtig, dass er im Vertrauen auf ihre Stärke 1975 nicht nur ein einzigartiges Display erfunden, sondern ein heute weltweit agierendes Unternehmen gegründet hat: Nomadic Display, führender Hersteller von tragbaren Faltdisplays und modularen Messebau-Systemen. Seit 1984 bietet die Nomadic Display GmbH als Vertriebsgesellschaft der mobilen Messestände auch in Deutschland Lösungen für die optimale Unternehmenspräsentation. In Maintal setzt ein 20-köpfiges Expertenteam nicht nur auf Kreativität und die Fortführung von Zeiglers Idee, sondern vor allem auf eine 360 Grad Kundensicht – realisiert mit CAS genesisWorld als das führende System für vertriebsrelevante Prozesse.

Von oben nach unten, von links nach rechts

Vor Einführung des CRM-Systems bei Nomadic Display war der Umgang mit Kundendaten wenig effizient: Ein nicht mehr zeitgemäßes ERP-System, Finanz- und Lohnbuchhaltung über isolierte Systeme, Datentransfer zwischen ERP und Verwaltung von Hand. Die Zusammenführung der Unternehmensdaten auf eine einheitliche Plattform war für eine wirkungsvollere Kundenbetreuung dringend erforderlich. Die vorhandenen Systeme ließen keine Automatisierung der Geschäftsprozesse zu und dafür benötigte Daten konnten nur durch manuelle Recherchen bereitgestellt werden. Wertvolle Informationen waren im gesamten Unternehmen auf verschiedensten Datenträgern verstreut, viele Auswertungen gar nicht möglich. Zeitaufwändig und fehleranfällig statt ressourcen- und kostensparend: Die Optimierung und Standardisierung der Prozesse wurde zwingend notwendig.

Die Philosophie vom passenden Puzzleteil

Bereits in die ersten CRM-Überlegungen bezog die Geschäftsleitung die Mitarbeiter entscheidend mit ein. Sowohl die Auswahl der CRM-Lösung als auch die des implementierenden Partners wurde von den Mitarbeitern intensiv begleitet. Eine Vorgehensweise, die den künftigen Anwendern schon früh Vorteile für die eigene Arbeit aufzeigte und so die Akzeptanz und Motivation sehr hoch schraubte. Tom Heidenreich, Geschäftsführer der Nomadic Display GmbH, kennt die Gründe: „Unsere Mitarbeiter sehen das neue System als Hilfe und Unterstützung. Sie bewerten es durch die Bank positiv und loben vor allem die verbesserte Kommunikation sowie die übersichtliche Bereitstellung wichtiger Informationen.“

Gemeinsam mit dem Nomadic-internen Projektteam aus Geschäftsführung und Mitarbeitern wurden die bestehenden Prozesse in Workshops analysiert und die Gestaltung der Soll-Prozesse ausgearbeitet. Ziel war die Prozessoptimierung im Hinblick auf unternehmerische Ziele wie bessere Kundenbetreuung und höhere Produktivität. „Außerdem sollte die Umsetzung zeitnah und mit bezahlbarer Standardsoftware erfolgen“, so Heidenreich weiter.



A SmartCompany of CAS Software AG

CAS Software AG
Wilhelm-Schickard-Str. 8-12
76131 Karlsruhe

Tel.: +49 (0)721 9638-188
Fax: +49 (0)721 9638-299
E-Mail: CASgenesisWorld@cas.de
Internet: www.cas-mittelstand.de

„Unsere Mitarbeiter bewerten CAS genesisWorld durch die Bank positiv. Sie loben vor allem die verbesserte Kommunikation sowie die übersichtliche Bereitstellung wichtiger Informationen.“

Tom Heidenreich, Geschäftsführer
Nomadic Display GmbH

Projektdaten

- Im Einsatz seit 2006
- CAS genesisWorld an 20 Arbeitsplätzen
- Anbindung der Warenwirtschaft und Buchhaltung Selectline
- itd report für Auswertungen
- Einführung mit vertretbar kleinem, wirtschaftlichem und organisatorischem Aufwand
- Hohe Akzeptanz und Motivation bei den Mitarbeitern

Kunde

Nomadic Display GmbH, Frankfurt
www.nomadic-deutschland.de

- Gegründet 1973
- Über 30 Jahre führend in der Display-Industrie
- Einzigartige Garantie- und Service-Leistungen
- Über 200 Ausstellungsräume weltweit
- Vertriebsgesellschaft in Deutschland seit 1984
- Über 20 Mitarbeiter in Deutschland

Projektpartner

SMC IT AG, Augsburg
www.smc-it.de

CAS genesisWorld

- Professionelles Kundenmanagement
- Unterstützt interne Prozesse, steigert Effizienz
- Speziell für die Bedürfnisse des Mittelstands
- Sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis
- Flexibel, integrierbar und erweiterbar
- Etabliertes, mehrfach ausgezeichnetes Produkt
- Über 200 CRM-Spezialisten unterstützen vor Ort
- Bei mehr als 20.000 Unternehmen erfolgreich im Einsatz

Interessiert?

Wir beraten Sie gerne zum Thema CRM im Handelsunternehmen.

Sie erreichen unsere Kundenbetreuung unter
+49 (0)721 9638-188 oder per Mail an
CASgenesisWorld@cas.de.

Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!

Auf dieser Basis wurde ein Softwarekonzept entwickelt, das vorsah, unter den genannten Bedingungen Vertrieb und Verwaltung auf eine einheitliche Datenplattform zusammenzubringen. Konkret: CAS genesisWorld als führendes CRM-System, parallel dazu ein Warenwirtschaftssystem mit kompletter Buchhaltung. Beide Systeme greifen dabei auf stets aktuelle, weil synchronisierte Daten zurück.

Das Display im Kopf, den Kunden in CAS genesisWorld

Anhand der Analyse-Ergebnisse wurde das Projekt in vier Phasen unterteilt.

- ▶ Einführung der CRM-Lösung CAS genesisWorld als führendes System (Phase 1)
- ▶ Installation des Warenwirtschaftssystems mit entsprechender Schnittstelle (Phase 2)
- ▶ Integration der Finanzbuchhaltung in die implementierten Systeme (Phase 3)
- ▶ Umstellung der Lohnbuchhaltung (Phase 4)

Dabei sollte die Einführung möglichst zügig erfolgen, den Mitarbeitern aber trotzdem genug Zeit geben, um sich mit dem neuen System vertraut zu machen. Nach Installation der Software waren die Aufbereitung des Datenbestands entsprechend der neu definierten Anforderungen, die Datenübernahme in die neuen Systeme sowie die Schulung der Mitarbeiter die nächsten Schritte. Heute läuft CAS genesisWorld auf allen Rechnern. Zahlreiche Abläufe sind automatisiert; die Kundenakte bietet nicht nur den vollständigen Überblick über alle Telefonate, Mailings etc., sondern ermöglicht das spezifische Eingehen auf jeden einzelnen Kunden oder Interessenten. So lassen sich verschiedenste Aktionen ideal aufeinander abstimmen.

„Zum ersten Mal ist es möglich, Marketingmaßnahmen mit Serienmails zu unterstützen und den idealen Kanal für jeden Kunden zu finden.“ beschreibt Heidenreich den Einsatz von CAS genesisWorld. Durch das Aufgaben- und Terminmanagement werden Anfragen und Beschwerden nicht übersehen oder gar vergessen. Angebote werden vom Außendienst selbstständig erstellt, Vertriebsmitarbeiter können vor Ort beim Kunden auf tagesaktuelle Daten zurückgreifen. „CAS genesisWorld hat entscheidend zur Verbesserung unseres Kontaktmanagements beigetragen.“ bringt Heidenreich die Veränderungen seit Start des CRM-Projekts auf den Punkt.

Die 360 Grad Kundensicht bei Nomadic Display

CRM wird bei Nomadic Display als Vertriebsunterstützung gesehen, die dem Unternehmen und den Mitarbeitern nutzt. Statt auf mehrere Systeme verteilt stehen alle relevanten Daten jetzt auf einer einheitlichen Plattform zur Verfügung. Mitarbeiter sind in der Lage, die richtigen Entscheidungen zu fällen und sind bereit, Daten in „ihr“ System einzupflegen bzw. auch an der Weiterentwicklung mitzuwirken. Fazit von Tom Heidenreich: „Seit Einführung von CAS genesisWorld haben sich die Bearbeitungszeiten in allen Prozessen erheblich verkürzt.“

Durch die Verzahnung von CRM und Warenwirtschaft wird die Fehleranfälligkeit reduziert, das bedeutet Zeit- und Kostenersparnis. Unsere Kundenbetreuung ist schneller und gleichzeitig individueller geworden.“ Umgekehrt sind Kunden weniger abhängig von der Verfügbarkeit einzelner Vertriebsmitarbeiter. Diese stellen ihr Wissen zentral zur Verfügung und gewährleisten so ein gleichbleibend hohes Informationsniveau. In Verbindung mit dem Auswertungstool itdreport lässt CAS genesisWorld Auswertungen quer über alle Datenbankfelder zu. Dazu wagt Heidenreich einen Blick in die Zukunft: „Zwar werten wir derzeit nur ad hoc aus, planen aber mittelfristig die Integration von Standardauswertungen.“