

# CRM Best Practice

Fallbeispiel Open Systems AG

---

## Inhalt

1. Was ist Best Practice?	3
2. Beteiligte	3
3. Ausgangslage und Problemstellung	3
4. CRM Vision des Unternehmens	4
5. Ziele des Projekts	4
6. Projektplanung und Vorgehen	5
7. Die Highlights der Umsetzung	6
8. CRM Best Practice aus Kundensicht	6
9. Wachstumsschub durch CRM	7
10. Projekterfolg in Zahlen	8
11. Statements der Geschäftsleitung	8

## 1. Was ist Best Practice?

Best Practice ist ein pragmatisches Verfahren. Es systematisiert vorhandene Erfahrungen erfolgreicher Organisationen. In diesem CRM Best Practice Fallbeispiel wird die effiziente CRM-Einführung am Beispiel eines Kundenprojekts aufgezeigt. Der klare Fokus der weburi.com GmbH, basierend auf mehr als 15 Jahren CRM-Erfahrung, und der Verzicht das Rad neu zu erfinden, schafft einen nachhaltigen Mehrwert für den Kunden, welcher bereits nach kurzer Zeit generiert wurde.

## 2. Beteiligte

### CRM Beraterfirma

weburi.com GmbH, CRM- und Lead Management Lösungen, Zürich  
[www.weburi.com](http://www.weburi.com)

### Kunde

Open Systems AG, Managed Security Services, Zürich  
[www.open.ch](http://www.open.ch)



Die Open Systems AG ist ein führender Anbieter von Managed Security Services mit Fokus auf Betrieb, Sicherung und Überwachung der businesskritischen Applikationen und IT-Netzwerken.

Renommierete, global tätige Unternehmen, Institutionen und NGOs in 179 Ländern weltweit sichern mit den Mission Control Security Services von Open Systems die Verfügbarkeit sowie den reibungslosen Betrieb ihrer IT- und Kommunikations-Infrastruktur. Rund um die Uhr, 365 Tage im Jahr.

## 3. Ausgangslage und Problemstellung

Die zuvor genutzte Adressverwaltung konnte mit den Anforderungen des dynamisch wachsenden Vertriebs nicht mehr mithalten. Die Lösung war nicht für die Verwaltung typischer CRM Informationen wie Verkaufschancen und die Dokumentation von Aktivitäten geeignet. Zudem fehlten Reporting- und Auswertungsmöglichkeiten.

Daher suchte die Open Systems AG nach einer Lösung, mit der die Verwaltung und Auswertung aller Opportunities des Vertriebs von der Qualifikation bis zum Abschluss möglich ist. Zudem sollten die Mitarbeiter des Professional Service Bereichs, die für die Umsetzung der Projekte verantwortlich sind, Zugang zur Kundenhistorie erhalten.

Die gesuchte Lösung sollte einfach, flexibel und ausbaufähig sein und innerhalb der eigenen Infrastruktur betrieben werden. Eine Herausforderung war dabei die heterogene IT-Landschaft, unter anderem bestehend aus Microsoft Exchange, Linux-Servern sowie Mac-Clients mit Microsoft Office for Mac.

Besonderes Augenmerk wurde auf Open Source Anwendungen gelegt, welche sich gut integrieren lassen und über flexible Schnittstellen verfügen.

#### **4. CRM Vision des Unternehmens**

Die Open Systems CRM Vision bis 2020: Sugar CRM ist Kernbaustein im Customer Relation Management einer 200-300 Mitarbeiter starken international Unternehmung mit Fokus of Opportunity Tracking und Marketing Initiativen.

Die Open Systems Mission Control Services schützen heute über 120 Kunden im internationalen Umfeld in 179 Ländern, inkl. UN Organisationen. Das avisierte Wachstum von Open Systems AG liegt zwischen 5-15% pro Jahr und wirkt direkt auf die Zielsetzung von Verkauf und Marketing ein.

Das CRM soll hierbei eine zentrale Rolle einnehmen. Um in diesem internationalen Verkaufsumfeld schnell und effizient agieren zu können, müssen die Open Systems Sales-Ressourcen, Opportunities und Kampagnen schnell und ortsunabhängig bearbeitet und eingesehen werden können.

Neben der Transparenz ist die permanente Verbesserung und Anpassung des Salesprozesses eine der wichtigsten Erwartungen an das CRM. Diese impliziert ein gezieltes Identifizieren von Schwachstellen in verschiedenen Bereichen (Sales Stufen, Sales Personen, Kunden) im Hinblick auf eine rasche Behebung.

Weiter ist die technische Flexibilität der CRM Lösung eine Grundbedingung für diese Unterstützung. Neben der wachsenden Mobilität der CRM Nutzer, den hohen Sicherheitsanforderungen (dedizierte Infrastruktur) sind offene Schnittstellen zu Office Infrastruktur und Meta-Analyse Tools nötig.

#### **5. Ziele des Projekts**

Der Schwerpunkt liegt auf der Unterstützung für den internationalen Vertrieb, aussagekräftige Reports für das Management und die Einbindung von Professional Services und Telesales.

Beispiele für Opportunity Tracking:

- Nachverfolgung und Management des gesamten internationalen Verkaufsprozesses
- Auswertung der Opportunities mit Kennzahlen für das Management

- Beispiele für Marketing Aktionen:
- 360° Kundenmagazin, weltweite Ausgaben in D und E - Marketing Kampagnen zu Hot Themen
- Customer Event Invitation Tracking
- Weihnachts-Aktionen (Karten, Geschenke)

## 6. Projektplanung und Vorgehen

Bei der Einführung wurde auf das bewährte Projektvorgehen von weburi.com gesetzt.

Im ersten Schritt wurden die Anforderungen mit dem weburi.com „Top 10“ Ansatz gesammelt und in einem Workshop mit allen Projektbeteiligten besprochen.

Dabei konnte bereits aufgezeigt werden, wie diese in Sugar umgesetzt werden können. Anschliessend wurden die Ergebnisse in einer detaillierten Spezifikation festgehalten.

Auf Basis dieser Spezifikation konnte von weburi eine Offerte mit Kostendach abgegeben werden.

Für die CRM Implementierung wurde das CRM schlüsselfertig vorbereitet und beim Kunden installiert.

Anschliessend wurde das CRM in einer sechswöchigen Pilotphase mit etwa 10 Benutzern aus Vertrieb und Marketing produktiv eingesetzt.

Nach Abschluss der Pilotphase, mit einem Review und der Projektabnahme, erfolgte die Schulungen weiterer Mitarbeiter und der Rollout auf alle Benutzer.

Ablauf nach Datum:

15.02. - 20.03.: Phase 1 mit Anforderungsanalyse und Spezifikation

01.04. - 25.04.: Phase 2 mit Systemvorbereitung und Installation

30.04. - 12.06.: Phase 3 mit Schulungen und Pilotbetrieb

13.06. Projektabnahme und Beginn Produktivbetrieb

Insgesamt dauerte die Einführung, inklusive Abstimmungen und Entscheidungen, sowie einer sechswöchigen Pilotphase, rund 4 Monate.

Das vereinbarte Kostendach wurde eingehalten. Das Vorgehen von weburi, zunächst eine Richtpreisofferte aufgrund der Projekterfahrungen zu erstellen und auf Basis der Spezifikation eine Offerte zu erstellen hat sich bereits vielfach bewährt und wurde auch von Open Systems sehr geschätzt.

## 7. Die Highlights der Umsetzung

Open Systems hat zusammen mit weburi.com die bisherige Adressverwaltung vollständig in Sugar Professional überführt. weburi konnte dabei auch alle bereits vorhandenen Aktivitäten und Notizen zu Kontakten migrieren.

Der Vertrieb hat die Lösung so gut aufgenommen, dass bereits kurz nach dem Start alle auf Professional Services Benutzer eingebunden wurden, um einen umfassenden Blick auf sämtliche Aktivitäten zu bekommen.

Besonders hervorzuheben sind folgende Funktionen:

- Umfangreiches Opportunity Tracking: Alle Verkaufschancen sind nun auf einen Blick verfügbar
- Verbessertes Management Reporting: Aussagekräftige Reports bilden jetzt die Grundlage für die wöchentlichen Management-Besprechungen.
- Bessere Datenverwaltung: Alle Abteilungen haben nun Zugriff auf die gesamte Kommunikationshistorie von Interessenten und Kunden.
- Mit dem von weburi entwickelten XML Document Creator können Briefe und Dokumente per Browser erstellt werden. Dies geschieht unabhängig von Microsoft Word und wird auch auf der Mac-Plattform unterstützt. Mittels Platzhaltern können dabei beliebige Felder aus Kontakten, Firmen und dem Benutzerprofil eingefügt werden. Das Dokument kann mit dem Erstellen auch gleich im CRM abgespeichert werden.
- Exchange-Synchronisation: Sugar CRM ist an Microsoft Exchange angebunden, so dass Kalendereinträge, Mails und Aufgaben in beiden Systemen automatisch synchronisiert werden, egal wo sie erstellt wurden.
- Mobile Anbindung: Mit Sugar Mobile per VPN können wichtige Kundendaten von überall her abgerufen werden.

## 8. CRM Best Practice aus Kundensicht

Durch den pragmatischen Ansatz, der sowohl von Open Systems als Kunde wie auch von weburi.com als Implementierungspartner geschätzt wurde, konnten schnell Projekterfolge realisiert werden, ohne ein zu komplexes und langwieriges Vorgehen.

Für Open Systems kann der Erfolg auf zwei Ebenen beleuchtet werden:

1. Technisch:

- Sugar ist einfach und übersichtlich strukturiert, alle wichtigen Sales und Marketing Prozesse sind abgebildet.
- Guter Admin Modus, viele Anpassungen können selber vorgenommen werden.

- Basiert auf standardisierten Open Source Komponenten. Zusätzliche APIs veredeln das Reporting und die Trendanalyse (Connector für Datameer, Metaanalyse direkt auf Datenbank)
- Spezialbedingungen erfüllt: Dedizierte Infrastruktur, Offene Schnittstelle, Mobil-Anbindung, XML Dokument Creator

## 2. Projektvorgehen und Zusammenarbeit Implementierungspartner:

- Strukturiertes Vorgehen in allen Projektphasen von beiden Parteien unter der Leitung von weburi
- Business Needs > Key Drivers > Parametrisierung > Umsetzung > Acceptance
- Opportunity Tracking, Resource Tracking, for Sales and Management
- Kampagnen
- Effizientes Support-Modell auf pay-as-you-go basis (Stunden-Packages)

Alles zusammen bewirkte das Projekt eine stark erhöhte Transparenz und somit Effizienz im Salesprozess für den Verkauf und das Management.

Den Kunden kommt dies in Form von besseren Kommunikationsprozessen (zum Beispiel Selektionsmöglichkeiten für Versand Kundenmagazin) und effizienten internen Abläufen (beispielsweise bessere Vernetzung Vertrieb und Professional Services) zugute.

## 9. Wachstumsschub durch CRM

Wie hat dieses Projekt das Unternehmenswachstum beeinflusst?

Sugar hat das Open Systems Opportunity-Management und die interne Ressourcen-Planung nachhaltig optimiert.

Im Opportunity-Management erlaubt das granulare Reporting eine gezielte Feinsteuerung des Sales-Prozesses in den verschiedenen Stufen. Dies erhöht die Marktdurchdringung bei gleichzeitig sinkendem internen Aufwand. Die Opportunity Reports spielen bei der Investitions-Planung eine Schlüsselrolle im Top-Level Management.

Die verbesserte interne Ressourcenplanung führte dazu, dass Sugar Professional Lizenzen nun neben Management, Sales, Marketing auf auch Professional Services (Engineering, Technical Account Managers) ausgeweitet wurden. Opportunities und Kunden können nun gezielt auf den verschiedenen Ebenen (Management, Sales, Engineering) koordiniert werden.

## 10. Projekterfolg in Zahlen

Die Einführung des CRM führte innert 9 Monaten zu folgenden Steigerungen:

- Erweiterung der Sugar CRM Benutzer von 15 auf 55
- Mitbeteiligung am 15% Wachstum der Pipeline im Verkauf

Der Return on Investment konnte daher bereits im ersten Jahr der Einführung realisiert werden.

Für die langfristige Planung bis 2020 ist ein weiteres Wachstum des Unternehmens und damit der CRM Benutzer um 100 bis 150 User wahrscheinlich.

## 11. Statements der Geschäftsleitung



„Sugar CRM war eine gute Wahl. Es ist einfach zu bedienen, flexibel und ausbaufähig. weburi.com hat mit Kompetenz, nationaler Präsenz und guten Referenzen gegenüber den Mitbewerbern überzeugt und sich als verlässlicher Partner für die Implementierung erwiesen.“

Sven Brülisauer, Senior Vice President Consulting, Open Systems AG



„Sugar CRM hat den Open Systems Sales-Prozesses durch effizientes Opportunity-, Ressourcen- und Kampagnen-Management nachhaltig professionalisiert. Die hohen Sicherheitsanforderungen sind durch die on-premise Architektur stets garantiert. weburi.com bewies sich beim gesamten Projekt als kompetent und zuverlässig.“

O. Stanovicic, CBO, Open Systems AG