

Paradigmenwechsel im CRM

Ein modernes Vertriebs- und Servicemanagement ist in der heutigen Zeit für Unternehmen essenziell, um bestehende Kunden an das Unternehmen zu binden und neue zu gewinnen. Mit der Version „V2“ modernisiert SAP sein CRM erheblich. Kunden profitieren von einer gesteigerten Effizienz und mehr Intuitivität in der Bedienung. **VON RASIM ÖZKAN**

Kunden wollen wissen, dass sie geschätzt und umsorgt werden – also „König“ sind. Doch das gelingt nur, wenn man sowohl im Vertrieb als auch im Service über eine 360-Grad-Sicht auf Neu- und Bestandskunden verfügt. Dafür aggregieren sie Daten, die von verschiedenen Kontaktpunkten stammen, über die ein Kunde mit dem Unternehmen in Berührung kommt, um Produkte zu kaufen sowie Service und Support zu erhalten. Dieses Wissen ist für Unternehmen mittel- bis langfristig essenziell, um ihren Kunden einen stets optimalen Service zu bieten und ihre Interessen im Blick zu behalten. Anhand von Analysen lassen sich Kunden so optimal begleiten und bei ihren Projekten strategisch unterstützen. Mit der neuen Version der Service & Sales Cloud hebt SAP die Kundeninteraktion sowohl technisch als auch optisch auf ein neues Level.

Digital Selling Workspace

Welche Infos braucht der Mitarbeiter, wenn er seinen Arbeitstag beginnt? Über die neue Funktion „Digital Selling Workspace“ findet der Mitarbeiter täglich die wichtigsten Aufgaben zum jeweiligen Arbeitsalltag.

Dieser Überblick fasst zusammen, welche Aktivitäten an diesem Tag sowie in nächster Zeit anstehen. Aus Vertriebsicht ist das optimal, da die Mitarbeiter jederzeit sehen, wen sie über den Tag gesehen anrufen sollen. Auf den Punkt gebracht: Der „Digital Selling Workspace“ bietet die wichtigsten Arbeiten im Überblick. Über die Drill-down-Funktion kann jeder zudem Infos zu einem Projekt- oder Service-Fall einholen.

Guided Selling

Vor allem in Zeiten des Fachkräftemangels ist es wichtig, Quereinsteigern Instruktionen via eines so genannten „Playbook“ mitzugeben, wie sie in bestimmten Situationen reagieren sollen. So erhält jeder Mitarbeiter unter der Rubrik „Allgemein“ die Recommendation-Tables – das umfasst Termine, Aufgaben und geplante Anrufe. Sie sind in einem „Playbook“ definiert. Auf den Punkt gebracht: Bekommt ein Mitarbeiter eine Opportunity, wird er Schritt für Schritt durch die geplanten Aufgaben geführt. Wie bei einem Leitfaden, der ihm zeigt, wie er die Opportunity identifiziert und qualifiziert.

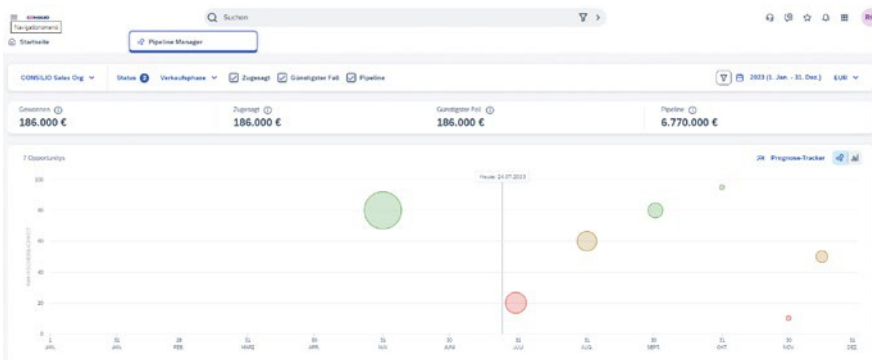
Für mehr Transparenz sorgt die Funktion „Listview“. Neben einer Übersicht über

alle Aufgaben bietet sie auch eine Kategorisierung der Opportunity mit einem Score. Dieser spiegelt unter anderem den Fortschritt der Lead-Qualifizierung wider. Um es noch intuitiver zu gestalten, hat SAP eine Kanban-Ansicht eingebaut. Das hilft den Mitarbeitern, alle Opportunities auf einen Blick nach Verkaufsphase und Score zu beurteilen. Bei Bedarf können sie diese in andere Stufen der Bearbeitung verschieben, damit möglicherweise ein Kollege die Daten selbst nachfasst. Die Sortierung ist nach eigenem Ermessen modellierbar.

MIT DER SERVICE & SALES CLOUD V2 HEBT SAP DIE KUNDENINTERAKTION SOWOHL TECHNISCH ALS AUCH OPTISCH AUF EIN NEUES LEVEL.

Pipeline Management & Forecasting

Unterfüttert wird die Qualifizierung der Opportunities mit neuen Techniken wie Machine Learning, das heißt, mit der Zeit lernt das System aus historischen Daten welche Leads ein hohes Potenzial besitzen und welche Opportunities mit hoher Wahrscheinlichkeit gewonnen werden. Die Daten lassen sich beispielsweise in Form von Bubble Charts (Blasen-Diagrammen) visualisieren. So sieht der Mitarbeiter auf den ersten Blick, welchen Umfang eine geplante Opportunity hat und in welchem Status sie sich befindet. Dadurch ist er schnell in der Lage, Prioritäten zu setzen. Benötigt er mehr Infos zum Projekt, kann er mit einem Klick auf die Blase einen Drill-down durchführen und bei Unregelmäßigkeiten eingreifen. Filtermöglichkeiten, um bestimmte Zeitperioden genauer unter die Lupe zu nehmen, gehören zum Standard.



Mit der Sales & Service Cloud lassen sich die Opportunities beispielsweise in Form von Blasen-Diagrammen (Bubble Charts) visualisieren.

Bild: Consolio



Bild: ipopba/AdobeStock

Kein Vertrieb ohne Service

Zwar ist der Vertrieb für jedes Unternehmen essenziell, doch den Service darf man nie aus den Augen verlieren. In der ganzheitlichen Betreuung kommt daher die Service Cloud V2 ins Spiel, bei der SAP ebenfalls deutlich nachgelegt hat.

In der Service Cloud V2 bietet SAP mit dem „Agent Desktop“ dem Service-Mitarbeiter ein ähnliches Dashboard wie dem Vertriebsmitarbeiter an, nur unter anderem Vorzeichen. Hier geht es vor allem darum, die Live-Interaktion mit Kunden in den Vordergrund zu stellen – also wenn ein Kunde anruft oder eine E-Mail schreibt.

Customer Hub und Case Management

Der Customer Hub bietet Zugriff auf die Stammdaten sowie Interaktionen mit dem Kunden, zum Beispiel auf alle offenen und geschlossenen Tickets. Über Filterfunktio-

nen lässt sich die Historie nachverfolgen und so passgenau auf Kundenanfragen eingehen. Diese Funktion war bereits in der Service Cloud V1 verfügbar, jedoch wurden die Funktionalitäten optimiert und verbessert.

Abgerundet werden die Funktionen in der Service Cloud V2 durch das „Case Management“. Bei dieser Funktion wird ein Kunde mit allen Interaktionen zusammengefasst, beispielsweise wer sind die Ansprechpartner, welche Unregelmäßigkeiten gab es, wie hat man sie gelöst oder welche Anfragen sind noch offen. Zudem unterstützt hier das System die Mitarbeiter beim Lösen von Problemen. So assistiert Machine Learning dabei, ähnliche Fälle zu identifizieren und eine künstliche Intelligenz (KI) gibt passende Lösungsvorschläge aus. Aus einem komplexen Servicefall wird so ein handtierbarer und unterstützter Prozess.

PLAYBOOKS: LEADS OPTIMAL VERSORGEN

Mit Playbooks definieren Unternehmen, welche Aktivitäten oder Aktionen sie in der Kundenkommunikation durchführen wollen und welche Regeln dafür gelten. Ein Beispiel: Die Vertriebs- und Service-Mitarbeiter aus Deutschland erhalten über das Playbook andere Vorschläge als die Kollegen in Spanien oder Belgien, weil hier beispielsweise die Beziehung zu Geschäftspartnern anderen Traditionen folgen. Gleiches lässt sich für Arbeitnehmer mit unterschiedlichen Aufgaben realisieren, etwa wenn sie Messe- oder Webinar-Leads bearbeiten, um dem Nurture-Prozess optimal mit Recommendations, Whitepaper oder Anrufen begleiten.

Das Playbook darf aber keineswegs statisch gesehen werden. Mitarbeiter haben stets die Möglichkeit, dynamisch in den Workflow einzugreifen und so das weitere Vorgehen situativ anzupassen.

Mit der neuen Version hebt SAP seine Sales & Service Cloud in punkto Integration, Transparenz, und Bedienerfreundlichkeit auf ein neues Niveau. Erfahrene und neue Mitarbeiter behalten so nicht nur jederzeit den Rundum-Blick auf die Kunden, sondern erhalten auch Vorschläge, wie sie am besten auf die Kunden eingehen. Ganz im Einklang mit dem Motto: Der Kunde ist König. **RT**

RASIM ÖZKAN ist Solution Architect SAP Customer Experience bei Consilio.

Bauteile transparent kalkulieren.

classmate DATA
classmate CAD
classmate FINDER
classmate PLAN
classmate CLOUD

simus classmate

Umfassendes Daten-Prozess-Management

Neue Bauteile und Baugruppen bereits während der Konstruktion präzise vorkalkulieren – classmate PLAN macht es möglich. Dafür werden die Geometriedaten des Bauteils direkt im CAD-System analysiert, die nötigen Bearbeitungsverfahren und Arbeitsgänge identifiziert und Zeiten wie Kosten aufgeschlüsselt. Kostentreiber spürt das System frühzeitig auf und macht sie farbig sichtbar. Automatisch per Knopfdruck, für treffsichere Angebote und wirtschaftliche Deckungsbeiträge.

Erfahren Sie mehr. Es lohnt sich.

simus systems

info@simus-systems.com
www.simus-systems.com