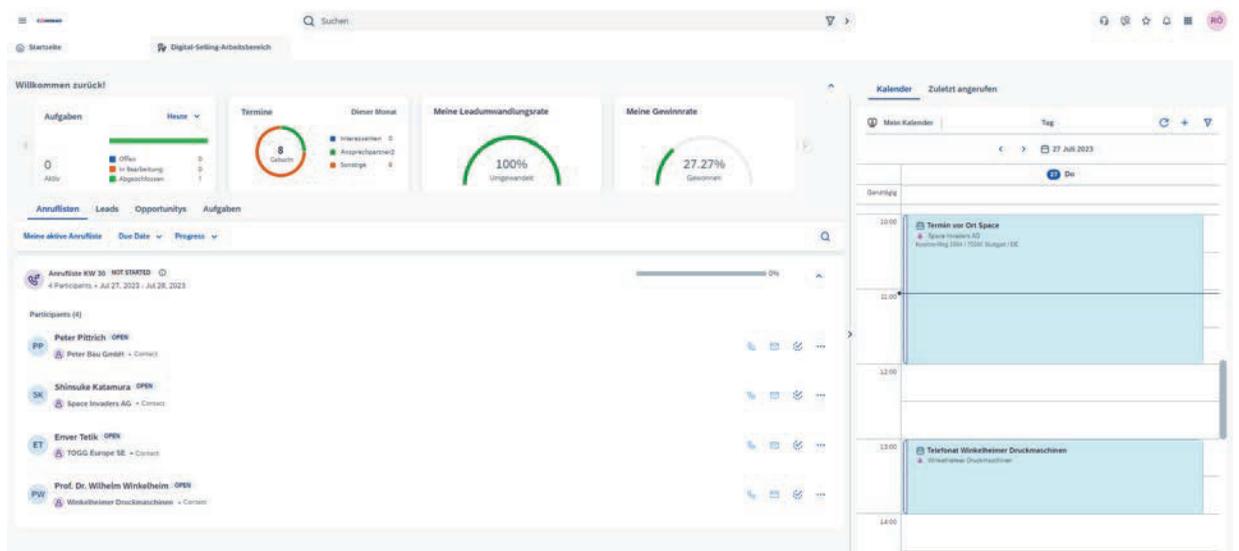


Neue Funktionen von Guided Selling bis Case Management

SAP-Cloudsoftware für Service und Vertrieb mit 2023er-Update

Vertrieb und Service sollen bestehende Kunden an das Unternehmen binden und neue gewinnen. Mit der Version V2 hat SAP seine dabei unterstützende CRM-Software erweitert. Der Anbieter verspricht unter anderem höhere Effizienz und intuitivere Bedienung.



Der Digital Selling Workspace fasst zusammen, welche Aktivitäten diesen Tag bzw. in nächster Zeit anstehen.

Kunden wollen sich geschätzt und umsorgt wissen – sich im besten Fall wie Könige fühlen. Daher sollte der Vertrieb alle Informationen nutzen können, die zu Neu- und Bestandskunden vorliegen. 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 essenziell, um ihren Kunden stets den bestmöglichen Service bieten zu können und ihre Interessen im Blick zu behalten. Mit Analysen lassen sich Kunden passgenau begleiten und bei ihren Projekten strategisch unterstützen. Mit der neuen Version der Service & Sales Cloud will SAP die Kundeninteraktion technisch und optisch deutlich verbessern.

Digital Selling Workspace

Welche Infos braucht der Mitarbeiter, wenn er seinen Arbeitstag anfängt? Über die neue Funktion 'Digital Selling Workspace' rufen die Mitarbeiter täglich die wichtigsten anfallenden Aufga-

ben ab. Über die Drill-down-Funktion kann jeder zudem Infos zu einem Projekt- oder Service-Fall einholen.

Leitfäden für Anfänger und Profis

Vor allem in Zeiten des Fachkräftemangels ist es wichtig, Quereinsteigern Instruktionen mitzugeben. Im Playbook erhalten die Mitarbeiter Hilfestellungen. Unter der Rubrik 'Allgemein' finden sie die Recommendation-Tables, in der Termine, Aufgaben und geplanten Anrufe stehen. Bekommt ein Mitarbeiter also eine Opportunity, wird er Schritt für Schritt durch die geplanten Aufgaben geführt – gleich einem Leitfaden, wie sich die Opportunity identifizieren und qualifizieren lässt. Für Transparenz soll die Funktion 'Listview' sorgen. Neben der Übersicht über die Aufgaben bietet die Ansicht eine Kategorisierung der Opportunity mit einem Score, also einem Punktwert. Dieser spiegelt u.a. den Fortschritt der Lead-Qualifizierung wider. Oder Nutzer greifen auf die integrierte Kanban-Ansicht zurück, um Opportunities auf einen Blick nach Verkaufsphase und Score zu beurteilen.

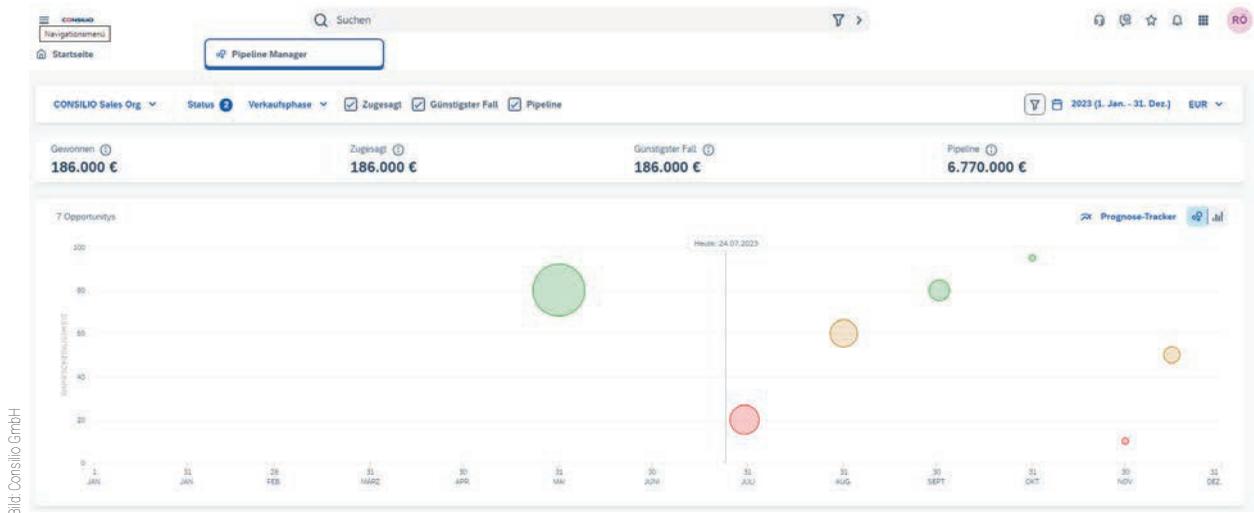


Bild: Consilio GmbH

Die Sales & Service Cloud visualisiert die Opportunities beispielsweise in Form von Bubble Charts.

Bei Bedarf können sie die Verkaufschancen in andere Stufen der Bearbeitung verschieben, damit möglicherweise ein Kollege oder er sie selbst später weiter voranbringt. Die Sortierung ist nach eigenem Ermessen modellierbar.

Pipeline Management & Forecasting

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

Kein Vertrieb ohne Service

Zwar ist der Vertrieb für jedes Unternehmen essenziell, doch den Service darf man nie aus den Augen verlieren. Auch

diese Aufgaben soll die Service Cloud V2 besser unterstützen. Der 'Agent Desktop' bietet dem Service-Mitarbeiter beispielsweise ein ähnliches Dashboard wie dem Vertriebsmitarbeiter, nur mit anderen Informationen darauf. Dabei sollen eher die Live-Interaktion mit Kunden im Vordergrund stehen, also die Reaktion auf Anrufe oder E-Mails von Kunden. Im Customer Hub greifen Nutzer auf Stammdaten sowie Interaktionen mit Kunden zu – beispielsweise alle offenen und geschlossenen Tickets. Über Filterfunktionen lässt sich die Historie nachverfolgen. Ergänzt werden diese Funktionen durch das 'Case Management'. In dieser Funktion werden Informationen und Interaktionen zu den Kunden zusammengefasst. Beispielsweise wer die Ansprechpartner sind, welche Unregelmäßigkeiten auftraten und wie sie gelöst wurden – oder welche Anfragen noch offen sind. Zudem werden Mitarbeiter hier beim Lösen von Problemen unterstützt. So assistiert Machine Learning dabei, ähnliche Fälle zu identifizieren und eine KI gibt Lösungsvorschläge aus. Damit sowohl erfahrene als auch neue Mitarbeiter den Rundum-Blick auf die Kunden bewahren und bestmöglich auf die Anliegen eingehen können – ganz im Einklang mit dem Motto: Der Kunde ist König. ■

www.consilio-gmbh.de

Autor



Rasim Özkan ist
Solution Architect SAP Customer Experience
bei Consilio GmbH.