

MIT MEHR TRANSPARENZ ZU NOCH BESSEREN ERGEBNISSEN



Herausforderung

- ✓ Verbesserung der Vertriebsunterstützung
- ✓ Mehr Flexibilität und Transparenz
- ✓ Leadmanagement optimieren

Lösung

- ✓ Dynamics 365 for Sales

Vorteile

- ✓ Verbesserung der Leadbearbeitung und Qualität
- ✓ Anbindung an Dynamics 365 for Operations möglich
- ✓ Vertriebsprozessmanagement mit Lead und Opportunity Management

VITRONIC suchte ein CRM, das zu den Bedürfnissen des Unternehmens und der IT-Infrastruktur passte. Zusammen mit Microsoft Gold Partner Prodware implementierte das Unternehmen Dynamics 365, das sich durch hohe Flexibilität auszeichnet. Das neue CRM begleitet VITRONIC bei weiterem Wachstum mit größerer Transparenz über alle Geschäftsbereiche hinweg.

„Beim CRM-System kommen IT und Vertrieb zusammen“, sagt Alexander Bielke. Er ist CRM Administrator bei VITRONIC, einem Unternehmen, das sich auf industrielle Bildverarbeitung spezialisiert hat und in diesem Bereich zu den Weltmarktführern gehört. Zu den Produkten gehören neben den aus dem Straßenverkehr bekannten Blitzler-Säulen und Mautbrücken, auch Lösungen für die Bereiche Logistik und Industrieautomation.

Initiative aus dem Vertrieb

Als VITRONIC den Entschluss fasste, ein CRM einzuführen, war die IT-Abteilung gleichzeitig mit der Umsetzung eines großen ERP-Projektes mit Microsoft Dynamics AX beschäftigt. „Es war Zufall, dass die beiden Projekte zusammenfielen“ sagt Bielke. „Der Bereich ERP war mit Dynamics AX gut versorgt. Für den Vertrieb haben wir uns auf die Suche nach einem CRM gemacht.“ Die IT-Abteilung unterstützte das Projekt und auch er las sich in die Thematik ein und wurde so zum inoffiziellen CRM-Administrator, noch ehe er offiziell dazu ernannt wurde.

Dass ein neues CRM für VITRONIC nötig war, lag auf der Hand, denn das Vorgängersystem war nicht in der Lage, die Anforderungen zu bewältigen, die das schnelle Wachstum der Firma mit sich brachten.

Die Tools greifen ineinander

In der Evaluation verschiedener Lösungen ging Microsoft Dynamics CRM als Sieger hervor. Derzeit ist das Update auf Dynamics 365 im Gange. Natürlich spielte hierbei eine Rolle, dass sich VITRONIC von Microsoft Dynamics 365 for Operations (damals noch Microsoft Dynamics AX) und weiteren Microsoft-Produkten viele Synergieeffekte versprach, wenn die Tools ausgerollt und integriert sein würden.

Vor der Entscheidung für Dynamics CRM hat sich VITRONIC eine Reihe verschiedener CRM Systeme angeschaut. „Wir haben uns auch für Microsoft Dynamics 365 entschieden, weil es eine große Flexibilität mitbringt“, sagt Bielke. Das CRM lässt sich an die verschiedenen besonderen Bedürfnisse von VITRONIC relativ problemlos anpassen.



Flexibilität und Anpassbarkeit als großes Plus

Microsoft Dynamics 365 erwies sich als gute Wahl. „Ich bin sehr zufrieden“, sagt Bielke. Die Implementation übernahm Microsoft Gold Partner Prodware, mit dem Bielke ebenfalls sehr glücklich ist. Die Kommunikation war von Beginn an sehr gut und ausführlich, was aufgrund der besonderen Anforderungen von VITRONIC notwendig war. „Wir sind ein Sonder-Maschinenbauer, der auch Customized Solutions herstellt“, erklärt Bielke. Manche der Produkte sind individuell auf die Kundenbedürfnisse abgestimmt. Dynamics 365 ist flexibel genug, das abbilden zu können. „Die Kommunikation mit Prodware funktioniert sehr gut“, sagt Bielke. „Sie haben schnell unsere Bedürfnisse verstanden und konnten diese umsetzen.“

Hauptsächlicher Workload ist der Vertrieb

Da der Wunsch nach einem CRM aus dem Vertrieb kam, liegt hier auch der hauptsächliche Workload. War es ursprünglich das Ziel, ein Tool für das Leadmanagement zu haben, geht die Nutzung heute eher in Richtung Vertriebsprozessmanagement mit Opportunity Management und Forecasting. Auch die Marketingabteilung nutzt das CRM, wobei die User das System gut annehmen.

„Im Großen und Ganzen wurde das CRM von unseren Kollegen sehr gut angenommen“, sagt Bielke. „Neue Mitarbeiter bekommen eine Schulung und nutzen

das System ohne Probleme. Das System und seine Kompatibilität mit Excel bietet eine gute Unterstützung für die kontinuierliche Pflege der Datensätze, was, so Bielke, bei jedem CRM und in jedem Vertriebsteam eine Daueraufgabe ist.

Größere Transparenz dank Microsoft Dynamics 365

Bielke ist sehr zufrieden mit dem Projekt. „Zwar können wir den Erfolg nicht in Zahlen fassen, weil wir vor und nach Einführung des CRM in all unseren Geschäftsbereichen signifikant gewachsen sind, ohne das direkt auf die Einführung des CRM zurückführen zu können“, sagt er. „Allerdings haben wir eine deutlich höhere Transparenz unserer Geschäfte, sehr zur Freude unserer Geschäfts- und Vertriebsleitung.“

Im Bereich Reporting kann VITRONIC nun noch weiter in die Tiefe gehen und sich einen noch detaillierteren Überblick über Ergebnisse und Ausblicke verschaffen. „Die Kontrollmechanismen über unser Geschäft haben sich massiv verfeinert“, sagt Bielke. „Das ist ein großes Plus, das wir spüren.“ Die Frage, in welche der drei Geschäftsbereiche Verkehrstechnik, Logistik- und Industrieautomation noch Energie gesteckt werden muss, aber auch die Frage, wo im Vertrieb noch ungenutzte Kapazitäten sind, kann das CRM beantworten. „Die Transparenz führt dazu, dass wir die Leadbearbeitungsqualität deutlich erhöhen konnten.“

Für die Zukunft strebt VITRONIC die Integration von Dynamics 365 und Dynamics 365 for Operations an, um eine Vereinheitlichung der Stammdaten zu erreichen und die Vertriebsprozesse weiter zu entwickeln. So soll die Optimierung aller Prozesse und die Nutzung von Synergien weiter optimiert werden. „Homogenität und Synergie sind die Schlagworte, die für uns in Hinblick auf die Zukunft eine große Rolle spielen“, sagt Bielke. Für diese Zukunft sieht der er VITRONIC gerüstet.

Die Kontrollmechanismen über unser Geschäft haben sich massiv verfeinert. Das ist ein großes Plus, das wir spüren. Die Transparenz führt auch dazu, dass wir die Leadbearbeitungsqualität deutlich erhöhen konnten.

Alexander Bielke: CRM Administrator
VITRONIC

