

„Wir wollen unsere Mitarbeiter im Außendienst vom ungeliebten Berichtswesen entlasten: Früher mussten Wochenberichte erstellt werden, darauf können wir jetzt verzichten, denn unser Vertrieb dokumentiert nun kundenbezogen. Je besser der Mitarbeiter die Daten seiner Kunden pflegt, desto höher ist sein eigener Nutzen beim nächsten Kundenkontakt.“

Dr. Alfred Schülein,
Vertriebsleiter der
Inntaler Mischfutter GmbH & Co. KG



Inntaler Mischfutter GmbH & Co. KG

Die Inntaler Mischfutter GmbH & Co. KG ist ein Tochterunternehmen der Bayerischen Milchindustrie eG Landshut und ist einer der führenden Spezialfutterhersteller in Süddeutschland. Seit Januar 2010 setzt das Unternehmen im Vertrieb Microsoft Dynamics CRM, in Kombination mit dem Branchentemplate SALES FACT der SOPRA EDV-Informationssysteme GmbH für die Nahrungs- und Genussmittelbranche, ein. Ziele der Einführung dieser branchenspezifischen CRM-Lösung waren die Entlastung der Außendienstmitarbeiter im Berichtswesen und der Aufbau einer zentralen Kundenablage, auf die sowohl der Innendienst und Außendienst jederzeit Zugriff haben. Eine entscheidende Herausforderung war die Überzeugung der Außendienstmitarbeiter von den Vorteilen des neuen Systems. Das ist gelungen und sie profitieren heute von umfassenden Informationen über die Kundenbeziehung und können sich schneller und gezielter auf Besuchstermine vorbereiten: Angebote, Aufträge, Rechnungen, Lieferscheine, Preisvereinbarungen werden automatisch aus dem ERP-System übertragen. Alle kundenrelevanten Informationen und die Kontakthistorie des Kunden sind in der zentralen Kundenakte auf einen Blick erkennbar.

Die wichtigste Herausforderung

Der Außendienst der Inntaler Mischfutter hatte unterschiedliche Methoden

zur Dokumentation von Kundenbesuchen und zur Ermittlung von Verkaufschancen im Einsatz. Diese reichten von Karteikarten, über Worddokumente bis zu Excel-Tabellen. Die unterschiedlichen Quellen und Methoden mussten vereinheitlicht und so angepasst werden, dass die Vertriebsprozesse und das Reporting vereinfacht werden.

Die Anforderungen

Es sollte ein zentrales Ablagesystem für alle kundenbezogenen Informationen geschaffen werden. Die Besonderheiten für die Nahrungs- und Genussmittelbranche mussten dabei berücksichtigt werden, um die Akzeptanz dieses Systems zu erreichen und Unterstützung beim Aufbau von profitablen Kundenbeziehungen zu leisten.

Lösung und Systemumgebung

- ERP-Branchenlösung NuG / Apertum über die BMI eG in Landshut
- Microsoft Dynamics CRM 4.0 für das Kundenbeziehungsmanagement
- SALES FACT (CRM-Template für die Nahrungs- und Genussmittelindustrie)
- CRM Connector zur Übertragung von Stammdaten und Bewegungsdaten aus dem ERP- ins CRM-System
- 10 ERP-Anwender
- 12 SALES FACT Nutzer
- 8 Laptops mit Microsoft Office Outlook Offline Client und Festplattenverschlüsselung

Der Hauptnutzen für den Kunden

- Vertrauensvolle und enge Zusammenarbeit mit dem Integrationspartner SOPRA
- Besonderheiten der Nahrungs- und Genussmittelbranche in der Lösung berücksichtigt
- Automatischer Datenaustausch mit dem ERP-System im Hintergrund
- Zentrale Ablage aller kundenbezogenen Informationen
- Bereitstellung aller relevanten Informationen aus der Kundenhistorie (mehrere Jahre)
- Gezielte und schnelle Vorbereitung auf Kundenbesuche möglich
- Verbessertes Informationsfluss zwischen Vertriebsinnendienst und Außendienst
- Vertriebsinformationen (z.B. Produktinformationen, Preise, Sackanhänger, Aktionen) sind jederzeit vom Außendienst abrufbar und werden automatisch aktualisiert
- Aussagekräftige, branchenspezifische Auswertungen von Vertriebschancen
- Automatischer Datenaustausch mit dem ERP-System im Hintergrund

Der nGroup Servicepartner

Die SOPRA EDV-Informationssysteme GmbH steht seit über 30 Jahren für die Integration individueller und ausgereifter IT-Lösungen. Sie können von Experten-Know-how in der Nahrungs-

„Heute können wir alle Informationen zu einem Kunden auf einen Blick einsehen: zum Beispiel seine Besuchsberichte, seine Verkaufshistorie, seine Bestellungen und seine Konditionen. Früher hätten wir dafür sehr viel Zeit benötigt, diese Informationen mühsam zusammen zu tragen.“

Monika Reininger, Assistentin der Inntaler Geschäftsführung

und Genussmittelbranche, innovativen Softwareprodukten und komplexen ERP-Lösungen - auch für Ihre Branche - profitieren. Erleben Sie flexible und effiziente IT-Komplettlösungen.

Als Gold Certified Partner der nGroup erbringt das IT-Systemhaus die Planung, die Konzeption und die Realisierung ganzheitlicher Unternehmenslösungen. Auch das Projektmanagement, Neuprogrammierung und kundenspezifische Programmanpassungen gehören zum Leistungsumfang. Ergebnis ist eine Lösung, die individuell auf den Kunden zugeschnitten ist und durch ihre moderne Technologie gleichzeitig update- und releasefähig bleibt.

Internetadressen:

www.inntaler-mischfutter.de
www.sopra-gmbh.de
www.ngroup.info
information.evolution.de
www.fitfuertdiezukunft.info

„Die Zusammenarbeit mit Inntaler Mischfutter war sehr angenehm und wir können dem Vertriebsinnendienst und -außendienst zahlreiche Mehrwerte liefern.“

Martin Schwaiger,
Projektleiter der SOPRA EDV-
Informationssysteme GmbH



Inntaler – Neues Futter für den Außendienst

Vertrieb profitiert von zentraler Kundenmappe und aktuellen Kundeninformationen

Die Inntaler Mischfutter GmbH & Co. KG wurde 1967, in Wasserburg am Inn, als Tochtergesellschaft der Meggle AG gegründet. Seit 2007 ist die BMI eG alleiniger Gesellschafter des Unternehmens. Inntaler ist einer der leistungsstärksten Spezialfutterhersteller in Deutschland, wobei Milchaustauscher für Kälber und andere Jungtiere, sowie Rinder- und Schweinemineralfutter den Schwerpunkt der Gesamtproduktion darstellen. Zu den Kunden zählen Erzeugerbetriebe und Handelsorganisationen, wie BayWa oder Raiffeisen. „Fortschritt durch Qualität“ lautet die Philosophie des kompetenten Partners für die moderne Tierernährung. Bereits seit vielen Jahren verwendet Inntaler die ERP-Branchenlösung für

Unternehmen der Nahrungs- und Genussmittelbranche von SOPRA. Anfang 2010 wurde die erfolgreiche Lösung um Microsoft Dynamics CRM erweitert, um den Außendienst von Reportingaufgaben zu befreien und ihm moderne technische Möglichkeiten anzubieten, die die tägliche Arbeit effektiver machen können.

Karteikarten zur Sammlung von Kundeninformationen haben ausgedient

In der Vergangenheit nutzen die erfahrenen Inntaler-Außendienstmitarbeiter unterschiedliche Verfahren zur Aufzeichnung von Informationen und Absprachen mit ihren Kunden. Karteikarten, eigene Excel-Tabellen oder Worddokumente waren im Einsatz und die Dokumentation wenig standardisiert. Daraus ergab sich, dass der Informationsfluss vom Außendienst zum Vertriebsinnendienst zeitaufwändig war, denn es waren häufige Telefonate und Nachfragen nötig, da der Innendienst üblicherweise nicht auf die Informationen des Außendienstes zugreifen konnte. Auch in der umgekehrten Kommunikationsrichtung hatte es oft. Denn wenn sich Produkte, Produktinformationen oder Preise geändert hatten, dauerte es oftmals lange, bis alle Informationen dort angekommen waren, wo sie hin sollten: zum Außendienstmitarbeiter und damit zum Kunden.



Informationen aus verschiedenen Quellen zusammenführen

Daher konzipierte der Spezialfutterhersteller gemeinsam mit seinem Softwarepartner SOPRA eine Lösung, die eine neue Qualität im Management der Kundenbeziehungen liefern sollte. „Wir haben alle kundenrelevanten Informationen aus den unterschiedlichen Quellen zusammengeführt und für alle Vertriebsmitarbeiter jederzeit verfügbar gemacht. Dadurch können wir heute das Berichtswesen vereinfachen: Statt Wochenberichten erfassen unsere Außendienstmitarbeiter kundenbezogene Informationen und profitieren von diesen“, blickt Vertriebsleiter Dr. Schüle in auf den Projektstart zurück. „Der Abruf von aktuellen Kunden-, Produkt- und Preisinformationen wird eifrig vom Außendienst genutzt.“ Das wird erst durch den Einsatz eines CRM-Connectors ermöglicht. Dieser sorgt dafür, dass alle in der Unternehmenssoftware gepflegten Stamm- und Bewegungs-

daten automatisch in die CRM-Lösung repliziert werden. Sämtliche gespeicherten Daten füttern damit die Wissens- und Informationsplattform für den Außendienst: So sind beispielsweise alle Bestellungen, Lieferscheine und Rechnungen direkt in der Kundenmappe gespeichert und auch vor Ort beim Kunden sind die Mitarbeiter jederzeit auskunftsfähig.

Zentrale und aktuelle Kundenakte jederzeit einsehbar

In der guten alten Zeit führten die Außendienstmitarbeiter ein Notizbuch mit sich. Heute hat jeder Mitarbeiter ein Notebook dabei, das sich bei der Verbindung mit dem Internet automatisch mit dem zentralen System abgleicht, sofern sich Daten geändert haben. Damit sind alle Preis- und Produktinformationen, ohne weiteres Zutun, auf dem aktuellen Stand. Auch die erstellten Besuchsberichte und sich ggf. daraus resultierende Aktivitäten liegen zeitnah in der Zentrale vor, sodass weniger Telefonate zur Abstimmung nötig

geworden sind: Der Innendienst kann sehr schnell Angebote, Informationsmaterial oder Sackanhänger an besuchte Kunden versenden. Damit wird der Informationsfluss in Richtung Zentrale vereinfacht und gleichzeitig Zeit im Außendienst gespart. Ein weiterer Nutzen für den Außendienst ergibt sich durch den direkten Zugriff auf die Daten der Unternehmenslösung: Heute sind jederzeit qualifizierte Aussagen zum Lieferstatus eines Auftrags durch einen Blick in die Kundenakte, vor oder beim Besuchstermin, möglich. Damit die wertvollen Kundeninformationen nicht in falsche Hände gelangen, falls einmal ein Notebook verloren wird, werden die Daten auf der Festplatte verschlüsselt abgelegt und so wirkungsvoll gegen einen unbefugten Zugriff geschützt. Selbst das war früher beim Notizbuch nicht möglich - es sei denn, man hat so unleserlich geschrieben, dass es kein anderer lesen konnte.

Auswertungsmöglichkeiten zur besseren Nutzung von Vertriebschancen

Die Erstellung von Auswertungen dient nicht der Kontrolle der Mitarbeiter, sondern der bestmöglichen Außendienststeuerung, und soll allen Mitarbeitern eine erfolgreichere Arbeit ermöglichen. „In unseren Vertriebsmeetings lernen wir voneinander, wie uns die neuen Möglichkeiten weiterbringen können. Wir entwickeln gemeinsam gute Vorgehensweisen und Ansätze weiter“, verrät Dr. Schüle in seine Strategie, um den Inntaler-Außendienst noch erfolgreicher zu machen. Damit die Auswertungen größtmögliche Aussagekraft haben, entschied sich das Unternehmen für den Einsatz von SALES FACT, das SOPRA, als branchenspezifische Ergänzung zu Microsoft Dynamics CRM, entwickelt hat. In der Nahrungs- und

„Bei Inntaler Mischfutter zeigt sich, welche Vorteile eine integrierte, branchenspezifische Lösung bietet: Die speziellen Anforderungen der Nahrungs- und Genussmittelindustrie sind berücksichtigt und die Informationen aus allen Unternehmensbereichen und unterschiedlichen Anwendungen können bei Bedarf an jeder Stelle und zu jeder Zeit genutzt werden.“

Andreas Blüher, Vertriebsleitung der SOPRA EDV-Informationssysteme GmbH

Genussmittelbranche werden spezifische Darstellungs- und Auswertungsmöglichkeiten benötigt, diese liefert SALES FACT und wertet so das standardmäßige Microsoft Dynamics CRM entscheidend auf.

SALES FACT deckt Anforderungen der Nahrungs- und Genussmittelbranche ab

Beispielsweise lassen sich detaillierte Betriebsarten der Kunden, wie Schweinemast, Bullenmast, Milchviehhaltung, Fresseraufzucht oder Kälbermast darstellen und durch Angabe der Anzahl gehaltener Tiere automatisch geschätzte Jahresfuttermengen ermitteln. Berichte, Auswertungen und Darstellungen können auf Basis der abgenommenen Mengen erfolgen, genau wie es die Mitarbeiter bisher gewohnt waren. Zusätzliche interessante Informationen zum Lieferstatus oder Inhalte der Lieferscheine werden direkt aus der Unternehmenssoftware übernommen und ergänzen die zentrale Informationsplattform des Futtermittelherstellers. Zukünftig werden auch Chargennummern, Mindesthaltbarkeitsinformationen und weitere branchenspezifische Ergänzungen Bestandteil von SALES FACT sein – diese Erweiterungen werden jedoch bei Inntaler nicht benötigt. Selbstverständlich sind in der Kundenmanagement-Lösung kundenindividuelle Anpassungen möglich, wenn diese noch nicht in SALES FACT enthalten sein sollten.



Viele weitere Potenziale sofort nutzbar

Auf Basis der bisher angewandten Lösung lassen sich zahlreiche weitere Möglichkeiten nutzen. Schon heute können auf einfache Weise Marketinglisten und Kampagnen erstellt werden, beispielsweise dann, wenn neue Produkte auf den Markt kommen: „Wer hat das bisherige Produkt bestellt und wurde im letzten halben Jahr nicht vom Außendienst besucht?“ Die in dieser Liste enthaltenen ehemaligen Kunden, könnten Empfänger einer ausführlichen Produktinformation und einer Futterprobe werden. Mit der mittlerweile etablierten zentralen Ablage aller kundenrelevanten Informationen werden

zielgruppenorientierte Vertriebsmaßnahmen möglich. Die vielfältigen, immer aktuellen Informationen für den Außendienst liefern darüber hinaus viel Futter für die Gespräche mit den Kunden und reduzieren gleichzeitig die Verwaltungsaufgaben.

Weitere Informationen

nGroup GmbH & Co. KG
Bavenstedter Str. 50
D-31135 Hildesheim

Tel. +49 5121-280672
Fax +49 5121-7486100

info@ngroup.info
www.ngroup.info

„Durch den Einsatz unserer Produkte und Technologien versetzen wir unsere Partner und Kunden in die Lage, maßgeschneiderte Unternehmenslösungen zu einem optimalen Preis zu erschaffen. Branchenspezifische Erweiterungen, in Kombination mit kundenindividuellen Anpassungen und tief integrierten Standardprodukten, sind problemlos möglich und überzeugen unsere mittelständischen Kunden.“

Frank Wuttke, Geschäftsführer der nGroup GmbH & Co. KG

e | Evolution®