



Anwenderbericht



Powderful Solutions.

Auf einen Blick

Branche

Farben und Lacke

Ziele/Anforderungen

- Automatisierung zahlreicher abteilungsübergreifender Prozesse
- Mitarbeiter sollen effektiv entlastet werden
- Ablösung von Excel-Listen und Papierformularen
- Unterstützung beim täglichen Kundendialog
- Transparenz und schnelles Finden von Informationen

Nutzen und Vorteile

- Informationen stehen allen Abteilungen zentral zur Verfügung
- Zahlreiche Workflows automatisiert, wie z. B. das Reklamationswesen, die Bemusterungen oder das Erstellen von Preislisten
- Praktisches Anwählen von Telefonnummern aus der Software
- Serienbrieffunktion erleichtert die Kommunikation mit Kunden und Interessenten
- Einsatz in sämtlichen Unternehmensbereichen wie Vertrieb, Marketing, Forschung und Entwicklung, Einkauf, Produktion sowie die Geschäftsleitung
- Große Zeitersparnis aufgrund automatisierter und transparenter Unternehmensprozesse

Alles im Lack

„Innovation als Motivation, Ästhetik als Anspruch“ – dieser Slogan der IGP Pulvertechnik AG gilt: Weltweit nimmt das Unternehmen aus Wil (CH) in der Herstellung hochwertiger Pulverlacksysteme eine führende Position ein. Die Eidgenossen begeistern ihren vielfältigen Kundenkreis mit einer bunten Palette umweltverträglicher Oberflächenveredelungen. Um diese Stellung gegenüber dem Wettbewerb zu halten und weiter auszubauen, erkannte das Unternehmen frühzeitig die Bedeutung qualitativ hochwertiger Kundenbeziehungen.

Welches Werkzeug unterstützt am besten?

Dass es bei der täglichen Kundenpflege in allererster Linie auf die Mitarbeiter ankommt, war der Firmenleitung bereits vor Einführung eines professionellen CRM-Systems klar: „Uns ging es um die Frage, welches Werkzeug im Dialog mit den Kunden am besten unterstützt“, erklärt Geschäftsführer Marc Züllig die Zielsetzung. Die CRM-Projektverantwortliche Inga Zilles erstellte gemeinsam mit ihrem Projektteam eine genaue Ist- und Bedarfs-Analyse, besuchte Messen zum Thema Customer Relationship Management und ließ sich von 20 Anbietern das Leistungsspektrum der Software zeigen. Die Entscheidung fiel auf das CRM-System CAS genesisWorld. „Die Software passt einfach zu unseren Anforderungen“, war Zilles im Lauf ihrer Recherchen immer mehr überzeugt, „Außerdem stimmte im Gegensatz zu den anderen Anbietern die ‚Chemie‘ und das Preis-Leistungs-Verhältnis.“

Schritt für Schritt: Vorgehen in Phasen

Bei der Einführung von CAS genesisWorld entschied sich Inga Zilles für eine phasenweise Vorgehensweise, die das Customizing und spezifische Anpassungen vor Ort einschloss. Die Implementierung von CAS genesisWorld übernahm CAS-Partner Artwin AG aus Niederlenz (CH). „Wir stellten die Schnittstellen zu den bereits vorhandenen Systemen im Unternehmen her u. a. zur ERP-Lösung“, erläutert Alexis Kälin die technischen Hintergründe. „Der Kunde wünschte sich, möglichst viele Workflows abteilungsübergreifend durch die Software zu automatisieren, um damit die Mitarbeiter effektiv zu entlasten.“ Dienstleister und Projektkunde entschieden sich deshalb für den Einsatz mehrerer CAS genesisWorld-Module wie zum Beispiel Marketing, Help-Desk und Reporting, um die detaillierten Anforderungen im System optimal abzubilden.

Spürbar: Tägliche Arbeit ändert sich

Nach erfolgreicher Testphase und Anwenderschulung startete im Februar 2006 der Live-Betrieb von CAS genesisWorld. Mit der Einführung änderte sich für die Belegschaft in der Schweizer Zentrale und den Dependancen in Österreich und Deutschland die tägliche Arbeit spürbar: Lief vor Einführung die Kundenbetreuung über Excel-Listen und Papierformulare, greifen die Mitarbeiter seither auf Informationen aus einer zentralen Datenbank zu und pflegen sie gemeinsam.

CAS genesisWorld



CAS Software AG
Wilhelm-Schickard-Str. 8-12
76131 Karlsruhe

Tel.: ++49-(0)721/9638-188
Fax: ++49-(0)721/9638-299
E-Mail: CASgenesisWorld@cas.de
Internet: www.cas.de

„Mit CAS genesisWorld haben wir ein System, das langfristig und nachhaltig unsere Kundenbeziehungen stärkt. Die Software passt einfach zu unseren Anforderungen.“

Inga Zilles,
Projektverantwortliche CRM
IGP Pulvertechnik AG, Wil (CH)



Projektdaten

- CAS genesisWorld seit Februar 2006 an rund 100 Arbeitsplätzen im Einsatz
- Einsatz in der Schweizer Zentrale und den Niederlassungen in Österreich und Deutschland
- Phasenweise Einführung mit Customizing und spezifischen Anpassungen vor Ort
- Schnittstellen zu bereits vorhandenen Systemen im Unternehmen, u. a. zur ERP-Lösung
- Anbindung weiterer Tochterunternehmen in Frankreich, Polen, Ungarn und England geplant

Kunde

IGP Pulvertechnik AG, Wil (Schweiz)
www.igp.ch

- Rund 320 Mitarbeiter
- Weltweit führender Hersteller von hochwertigen Pulverlacksystemen
- Seit 1968 erfolgreich auf dem Markt
- Zertifiziertes Management-System nach ISO 9001/14001

Projektpartner

Artwin AG, Niederlenz (Schweiz)
www.artwin.ch

CAS genesisWorld

- Professionelles Kundenmanagement
- Unterstützt interne Prozesse, steigert Effizienz
- Sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis
- Flexibel, integrierbar, erweiterbar
- Etabliertes, mehrfach ausgezeichnetes Produkt
- Über 140 CRM-Spezialisten unterstützen vor Ort
- Bei mehr als 2.000 Unternehmen erfolgreich im Einsatz

Interessiert?

Wir beraten Sie gerne zum Thema CRM in Ihrem Unternehmen.

Sie erreichen unsere Kundenbetreuung unter
++49-(0)721/9638-188 oder per Mail an
CASgenesisWorld@cas.de.

Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!

Stille-Post-Prinzip abgeschafft

„Die Informationen über unsere Kunden werden jetzt nicht länger nach dem ‚Stille-Post-Prinzip‘ weitergegeben, sondern stehen transparent in einem System für alle Abteilungen zur Verfügung“, bestätigt die Projektverantwortliche Zilles. In Vertrieb, Marketing, Forschung und Entwicklung, im Einkauf, in der Qualitätsprüfung, in der Produktion sowie in der Geschäftsleitung stehen die wertvollen Kundendaten bereit. Durch die automatischen Workflows wurde das Reklamationswesen, die Bemusterungen, die Preislisten, Prüfaufträge, Terminanfragen und vieles mehr automatisiert und auf eine neue Stufe gehoben. „Die Automatisierung spart effektiv Zeit!“, weiß Zilles aus der bisherigen Praxis zu berichten.

Täglich informiert: mit dem Blick in CAS genesisWorld

Insgesamt über 100 Mitarbeiter arbeiten heute mit CAS genesisWorld, größtenteils im Office, teils aber auch über ihre Notebooks mithilfe der Replikationsfunktion. Um das CRM-Projekt nicht an mangelnder Akzeptanz scheitern zu lassen, holte Zilles zuerst die Power-User ins Projekt-Team und lud sie ein, mitzuplanen. In einer wöchentlichen, sich wiederholenden Flyeraktion umwarb sie kurz vor Einführung die Belegschaft und holte sie auf der emotionalen Ebene ins Boot. Die Strategie ging auf: „Heute gehört für die meisten meiner Kollegen zur morgendlichen Tasse Kaffee der Blick in CAS genesisWorld wie selbstverständlich dazu“, schmunzelt Zilles.

Vorteilhaft: Telefonieren per Mausclick

Als besonders vorteilhaft werden die Serienbrieffunktion sowie die Telefonanbindung angesehen, die das lästige Eintippen von Rufnummern erspart und stattdessen Telefonate per Mausclick möglich macht. „Grundsätzlich wird das schnellere Finden von Informationen, Zeitersparnisse, weniger Papierkrieg und die generell verbesserte Nachvollziehbarkeit sehr geschätzt“, sagt Zilles, die in einem offenen Fragebogen ca. 1 Jahr nach Einführung des CRM-Systems um Feedback bat und sich über die positiven Reaktionen freute. Sie weiß aber auch: „Das perfekte CRM



bringt wenig, wenn ausschließlich nur die Mitarbeiter davon profitieren. Es geht in gleichem Maße um die Vorteile für den Kunden – selbstverständlich ohne dass er es merkt.“ Wenn sich der Kunde verstanden und ernst genommen fühlt, seine individuellen Bedürfnisse im Vordergrund stehen, er guten Service und persönliche Beratung erfährt, dann zahlt sich der emotionale Wert des CRM-Systems nach Zilles Einschätzung bereits nach kurzer Zeit aus. „Mit CAS genesisWorld haben wir ein System, das langfristig und nachhaltig unsere Kundenbeziehungen stärkt.“

International: Einsatz in den Tochterunternehmen

Wegen des überzeugenden Erfolgs von CAS genesisWorld plant IGP Pulvertechnik die Anbindung weiterer Tochterunternehmen in Frankreich, Polen, Ungarn und England. „Darüber hinaus möchten wir die Anbindung ausgewählter Partner an CAS genesisWorld realisieren sowie ein Extranet als Informationsportal für unsere Kunden zur Verfügung stellen“, sagt Zilles. Aufgrund ihrer positiven Erfahrungen empfiehlt sie allerdings nichts zu überstürzen und bei einer CRM-Einführung Schritt für Schritt in definierten Phasen vorzugehen – damit zum Schluss ‚alles im Lack ist‘ und ein Unternehmen und deren Kunden optimal aneinander haften wie beim Pulverlackhersteller die Beschichtung mit der Oberfläche.