

## Debrunner & Acifer-Gruppe

Themensponsoren



sage sesam



Sponsoren



ECademy<sup>CH</sup>

TOP soft



Hauptmedienpartner



mg

## Vorstellung der Beteiligten

### ■ Erich Grünig

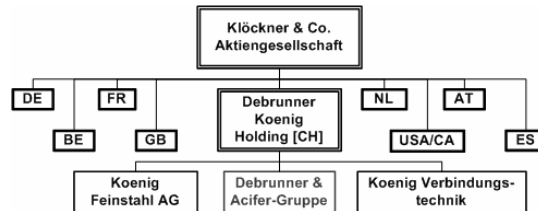
- CIO Debrunner & Acifer
- [egruenig@d-a.ch](mailto:egruenig@d-a.ch)



### ■ Matthias Göckel

- Institut für angewandte Betriebsökonomie der FHBB
- [matthias.goeckel@fhbb.ch](mailto:matthias.goeckel@fhbb.ch)

## Das Unternehmen



- 1755 – Leonhard Hochreutiner übernimmt den Eisenwarenladen an der Marktgasse in St. Gallen. Hieraus entsteht Debrunner St. Gallen – eine der heutigen Gesellschaften der D&A-Gruppe
- Die Gruppe besteht aus 18 juristisch selbstständigen Verkaufsgesellschaften
- Die Gesellschaften beschäftigen insgesamt 1'100 Mitarbeitende

Matthias Göckel, Fachhochschule beider Basel  
Erich Grüning, Debrunner & Acifer-Gruppe

3 | © 2004

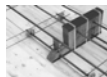
Fachhochschule  
beider Basel  
Nordwestschweiz  
**FHBB**

mg

## Das Sortiment



- D&A als B2B-Partner für Bau und Industrie in der Schweiz
- Handel mit Stahl, Haustechnik, Dach- und Spenglereibedarf sowie Werkzeugen und Befestigungstechnik
- Das Sortiment der D&A-Gruppe umfasst ca. 120'000 Artikel aus den folgenden Bereichen:
  - Stahl, Metalle, Wasserversorgung, Tiefbau, Haustechnik, Spenglerei- und Dachbedarf, Befestigungstechnik, Werkzeuge, Maschinen, Heizung, Klimatechnik und Beschläge



Matthias Göckel, Fachhochschule beider Basel  
Erich Grüning, Debrunner & Acifer-Gruppe

4 | © 2004

Fachhochschule  
beider Basel  
Nordwestschweiz  
**FHBB**

mg

## Positionierung & Herausforderungen



### ■ Positionierung

- Märkte: Schweiz & Liechtenstein
- Kunden: KMU und Industrie
- Regionale Nähe zu den Kunden ist ein entscheidender Faktor

### ■ Herausforderungen

- Margendruck sowie hohe Kosten der Aussendienstbesuche
- Beschleunigung der Produktentwicklung und Sortimentsvielfalt
- Hohe Wettbewerbsintensität
- Kunden von D&A unterliegen Kosten- und Veränderungsdruck

Matthias Göckel, Fachhochschule beider Basel  
Erich Grünig, Debrunner & Acifer-Gruppe

5 | © 2004

Fachhochschule  
beider Basel  
Nordwestschweiz  
**FHBB**

mg/eg

## Ausgangslage & Entscheid



### ■ Ausgangslage

- Wissen über Kunden ist über die 18 Gesellschaften verteilt
- Entwicklung von Kunden im ERP-System nicht nachvollziehbar
- System- und Medienbrüche verhindern effiziente Abwicklung des Verkaufsprozesses – z.B. Mehrfachansprachen / doppelte Angebote

### ■ Entscheid

- Einführung eines CRM-Systems zur Erschliessung von Synergien im Vertrieb durch gemeinsame Marktbearbeitung der einzelnen Gesellschaften
- Anschaffung einer CRM-Anwendung, welche in das ERP-System integriert werden kann

Matthias Göckel, Fachhochschule beider Basel  
Erich Grünig, Debrunner & Acifer-Gruppe

6 | © 2004

Fachhochschule  
beider Basel  
Nordwestschweiz  
**FHBB**

eg

## Partner



- **RBC Diasys Consulting AG, St. Gallen**
  - CRM-Berater
  - Begleitung der CRM-Evaluation und -Einführung
- **Team Brendel AG, Basel**
  - IT-Partner
  - Implementierung von WinCard CRM



Matthias Göckel, Fachhochschule beider Basel  
Erich Grüning, Debrunner & Acifer-Gruppe

7 | © 2004



eg

## Projektziele



- **Zielgenaues Verkaufen**
  - Bündeln von quantitativen und qualitativen Informationen
  - Ressourceneinsatz dort, wo die höchste Erfolgchance liegt
  - Erkennen und Reagieren auf Veränderungen im Kundenverhalten
- **Unterstützung und Systematisierung des Verkaufsprozesses**
  - Einheitliche Instrumente zur Verkaufsplanung
  - Eliminierung von Doppelspurigkeiten
- **Erhöhte Fähigkeit zur schnellen und koordinierten (Re-)Aktion**
  - Nutzung einer gesellschaftsübergreifenden Informationsplattform
- **Verbesserung des Cross-Sellings**
  - Darstellung der Gesamtkundensicht
  - Objekt-/Angebotsverfolgung über mehrere Abteilungen

Matthias Göckel, Fachhochschule beider Basel  
Erich Grüning, Debrunner & Acifer-Gruppe

8 | © 2004



eg

## Rahmenbedingungen & Funktionen



- **Rahmenbedingungen innerhalb derer die Ziele umgesetzt werden**
  - Zuordnung von Bauobjekten zur verantwortlichen Gesellschaft
  - Zugriff auf Objektdaten durch andere Gesellschaften
  - Zentrale Datenverwaltung
  - Mehrsprachigkeit (Deutsch, Französisch, Italienisch)
- **Wesentliche Funktionen des CRM-Systems zur effizienten Akquisition von Bauobjekten**
  - Automatische Generierung von Kontaktvorschlägen
  - Angebotslegung / dynamische kollaborative Angebotsverfolgung
  - Vollständige und strukturierte Kundeninformationen (Historie)
  - Nachbetreuung wird durch Automatismen sichergestellt

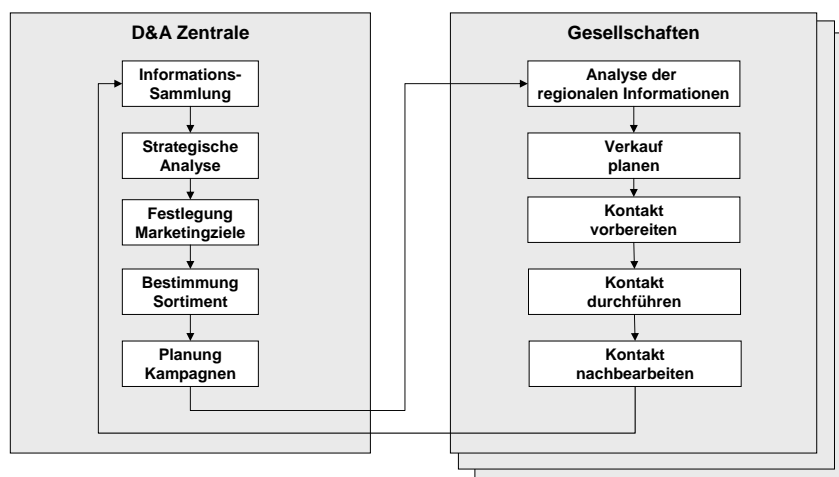
Matthias Göckel, Fachhochschule beider Basel  
Erich Grünig, Debrunner & Acifer-Gruppe

9 | © 2004

Fachhochschule  
beider Basel  
Nordwestschweiz  
**FHBB**

eg

## Verkaufsprozess bei D&A



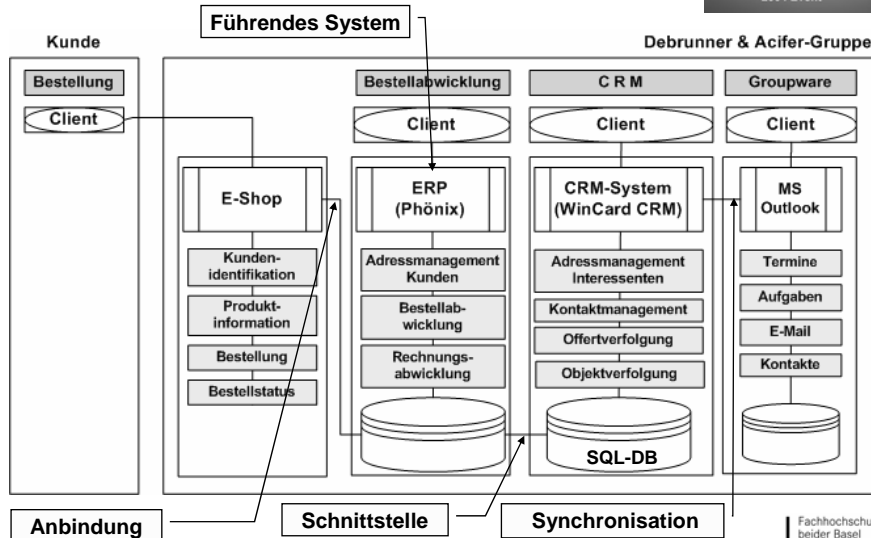
Matthias Göckel, Fachhochschule beider Basel  
Erich Grünig, Debrunner & Acifer-Gruppe

10 | © 2004

Fachhochschule  
beider Basel  
Nordwestschweiz  
**FHBB**

eg

## Anwendungssicht



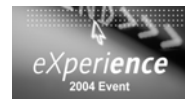
Matthias Göckel, Fachhochschule beider Basel  
Erich Grünig, Debrunner & Acifer-Gruppe

11 | © 2004

Fachhochschule  
beider Basel  
Nordwestschweiz  
**FHBB**

eg

## Nutzen der Lösung



- Höhere Produktivität im Verkaufsprozess (Synergie)
- Weniger Doppelspurigkeiten zwischen den Gesellschaften
- Qualitativ hochwertige Daten verbessern die Kundenbetreuung
- Aussagekräftige Kennzahlen steigern die Entscheidungsqualität
- Personengebundenes Wissen in Zukunft für alle nutzbar
- Verhältnis von Offerten und Aufträgen hat sich verbessert
- Erfolgreiche Arbeitsweisen der Gesellschaften nun transparent
- Zeitliche Ersparnis:
  - Je Tag und Person eine Stunde Suchzeit
  - Je ein Zusatzauftrag pro Quartal und Mitarbeitende
  - Je Angebot werden drei bis vier Stunden gespart

Matthias Göckel, Fachhochschule beider Basel  
Erich Grünig, Debrunner & Acifer-Gruppe

12 | © 2004

Fachhochschule  
beider Basel  
Nordwestschweiz  
**FHBB**

eg

## Erfolgsfaktoren



- **Spezialitäten der Lösung**
  - Aufbauend auf WinCard CRM wurde eine den Erfordernissen der Bauwirtschaft angepasste Branchenversion entwickelt
- **Unerwartete Schwierigkeiten**
  - Etablierung eines gemeinsamen Verständnisses zur CRM-Nutzung
  - Heterogene IT-Landschaft sowie Qualität der Kundendaten
  - Hoher Aufwand für das Change-Management
- **Herausragende Vorteile**
  - Daten aus dem ERP-System sind im CRM-System sichtbar
  - Optimierung von Produktportfolios und Sortiment auf Grundlage einer verbesserten bereichsübergreifenden Zusammenarbeit
  - Verkürzung der Durchlaufzeiten der Subprozesse

Matthias Göckel, Fachhochschule beider Basel  
Erich Grüning, Debrunner & Acifer-Gruppe

13 | © 2004

Fachhochschule  
beider Basel  
Nordwestschweiz  
**FHBB**

eg

## Lessons Learned



- **Der Beizug eines unabhängigen CRM-Beraters hat sich bewährt**
- **Etablierung des standardisierten Verkaufsprozesses**
  - Gesellschaft für Pilotbetrieb war nicht repräsentativ – abgeleitete Prozesse waren nicht übertragbar und wurden neu erhoben
  - Aufbau von Prozesswissen bei den Mitarbeitenden wurde anfangs zugunsten einer Anwenderschulung vernachlässigt
- **Einfachheit der CRM-Lösung als Kriterium und Zurückhaltung bei der Formulierung der Anforderungen als richtige Entscheidungen**
- **Akzeptanz durch Partizipation aller Mitarbeitenden**
- **Erfolg der kleinen Schritte – stufenweise Implementierung**

Matthias Göckel, Fachhochschule beider Basel  
Erich Grüning, Debrunner & Acifer-Gruppe

14 | © 2004

Fachhochschule  
beider Basel  
Nordwestschweiz  
**FHBB**

eg

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**  
**Gerne beantworten wir jetzt Ihre Fragen.**

Themensponsoren



sage sesam



Sponsoren



Hauptmedienpartner

