

Kunden gut beleuchtet

TRILUX-Lenze: Mit Saratoga CRM schneller und näher am Markt

Bereits 2002 ging der Arnberger TRILUX-Lenze GmbH & Co KG ein Licht auf, mit einer strikt kundenfokussierten Geschäftsstrategie sowohl Prozesse als auch Erträge zu optimieren. Seitdem erstrahlen nicht nur immer mehr Gebäude im Glanz innovativer TRILUX Beleuchtungssysteme, sondern auch die Bilanzen des Unternehmens.

Anwender

Mit sechs Produktionsstandorten in Europa und Asien gehört das 1912 von Wilhelm Lenze gegründete Unternehmen TRILUX heute zu den „Global Players“ der Beleuchtungsindustrie. Das Produktportfolio umfasst Innen- und Außenraumleuchten, Versorgungseinheiten für die Medizintechnik sowie elektronische Beleuchtungskomponenten. In enger Zusammenarbeit mit Architekten und Elektroplanern werden Sonderlösungen für spezifische Projektanforderungen öffentlicher bzw. gewerblicher Bauträger hinsichtlich Design und Lichttechnik erarbeitet.



Herausforderung „Professionelles Kundenmanagement“

Dies geschieht bei TRILUX in einem komplexen, dreistufigen Vertriebsverfahren, bestehend aus Projekt, Basis- und individualisiertem Angebot: Die Kooperationspartner generieren zunächst Ausschreibungen für die jeweiligen Bauherren, die an den Großhandel adressiert werden. TRILUX schließlich unterbreitet den involvierten Großhändlern ein spezifisches Angebot. „Genau darin bestand für uns eine große Herausforderung“, erinnert sich Johannes Huxol, Geschäftsführer bei TRILUX. „Denn aufgrund dieser Situation haben unsere Vertriebsmitarbeiter häufig unterschiedliche Angebote an die jeweiligen Großhändler erstellt, obwohl es letztlich nur um eine einzige Projektausschreibung ging. Dadurch stieg nicht nur der administrative Aufwand, sondern insbesondere auch das Risiko, uns selbst bei Ausschreibungsverfahren „abzuschießen“ und unser „Gesicht“ gegenüber dem Kunden zu verlieren. Denn unsere Leistungen und Konditionen wurden durch den Zwischenhändler nochmals modifiziert, was im schlimmsten Fall

dazu führte, dass ein Kunde mehrere unterschiedliche Angebote von TRILUX erhielt.“ Diesen Missstand galt es zu beseitigen. Dazu war es notwendig, sowohl die Ausschreibungen der Projektpartner als auch die Angebote der angeschlossenen Großhändler zu koordinieren und zu vereinheitlichen. Darüber hinaus mussten die internen Geschäftsprozesse gestrafft und der Informationsfluss in Vertrieb (Innen- und Außendienst), Marketing und Controlling transparenter werden, um die Angebotsabgabe zu optimieren und den internen Verwaltungsaufwand zu begrenzen. Last but not least wurde die aktive Verbesserung der Kundenbindung als eines der strategischen Kernziele formuliert.

Lösung

„Bei der Suche nach einer geeigneten Technologie, die unsere individuellen und durchaus komplexen Anforderungen zu 100% erfüllt, haben wir in einem aufwändigen Auswahlverfahren eine Vielzahl von Lösungen sorgfältig geprüft“, erläutert Johannes Huxol. „Obwohl sich TRILUX als überzeugter SAP-Anwender bezeichnet und SAP auch in Zukunft das führende System für unser Projektmanagement sowie die komplizierte Angebotskonfiguration bleiben wird, haben wir uns in punkto CRM letztlich für die Lösung Saratoga CRM™ von CDC Software entschieden.“

Ausschlaggebend für diese Entscheidung war zum einen der dringende Handlungsbedarf und, damit verbunden, ein äußerst knapp bemessener Zeitrahmen für die Projektumsetzung. Ziel war es, das Pilotsystem, was zunächst in der französischen Landesgesellschaft implementiert werden sollte, innerhalb eines halben Jahres in den Effektivbetrieb zu übernehmen. „Das konnte SAP nicht garantieren“, sagt Huxol. „Aber auch im Hinblick auf unsere sehr spezifischen Anforderungen waren die Walldorfer damals nicht in der Lage, ein entsprechend flexibles System anzubieten, das sich den ständig neuen Herausforderungen unseres Geschäfts mühelos anpasst.“ Nicht zuletzt empfahl sich CDC Software durch das im Vergleich deutlich bessere Preis-Leistungs-Verhältnis.

Ausrollprozess mit Lichtgeschwindigkeit

Nach dem Mitte 2003 erfolgreich abgeschlossenen Pilotprojekt entschloss sich TRILUX noch im selben Jahr, Saratoga CRM, was damals noch iAVENUE™ hieß, auf alle europäischen Landesgesellschaften auszuweiten. Die System-Implementierung und Einbettung in die SAP-Umgebung wurden im Sommer des Folgejahres abgeschlossen; sämtliche Tochtergesellschaften waren nun über „Remote“ an das zentrale CRM System am TRILUX Stammsitz in Arnberg angebunden.

Wesentliche Voraussetzung für die Optimierung interner Geschäftsprozesse war die

Schaffung einer zentralen Basis für alle Korpsfunktionen (Kundenstammdaten, Kontaktinformationen, Produktinformationen, Potentialdaten zum Kunden und Projektbeteiligungsinformationen), um sämtliche Daten aller Tochtergesellschaften zu konsolidieren und auswertbar zu machen.

Aufgrund der technologischen Offenheit von Saratoga CRM konnte der Datenaustausch mit der ERP-Umgebung über die Schnittstelle zu SAP-R/3 schnell umgesetzt werden. Mithin standen sämtliche kunden- und projektspezifischen Informationen in einem einzigen, konsistenten System zur Verfügung.

Fazit: Mit CRM näher am Markt

Seit Juli 2004 ist die CDC Software Lösung auch bei TRILUX in Deutschland im Einsatz. Die Erfahrungen sind seitdem überaus positiv: „Die wesentlich optimierte Transparenz in der Projektverfolgung ermöglicht uns heute eine gezielte, hoch flexible Angebotsgestaltung auf der Basis einer optimalen Koordinierung der internen Kräfte sowie aller externen Partner und Zwischenhändler“, resümiert Johannes Huxol. Hierbei denkt der Manager insbesondere an die optimierte Aktualität von Kunden- und Produktinformationen: sämtliche Projektänderungen werden täglich übermittelt, alle Kundenumsätze täglich aktualisiert. Auf dieser Basis hat sich auch die Kommunikationskultur und Kollaboration im gesamten Unternehmen deutlich verbessert: Denn Saratoga CRM bietet jedem Anwender eine umfassende Übersicht über sämtliche Projekte und Ausschreibungen in ganz Europa, was vorher nicht möglich war. Das Angebotsvolumen ist seit der Einführung von Saratoga CRM exorbitant gestiegen, weil, so Huxol lapidar, „TRILUX heute ganz einfach näher am Markt, seinen Kunden und deren spezifischen Bedürfnissen dran ist“.

Weitere Informationen:



CDC Software

CDC Software – Saratoga Systems GmbH

D-85774 Unterföhring, Feringastr. 6

Telefon: 0049/89/68 95 02-0

Telefax: 0049/89/68 95 92-25

E-Mail: info@cdcsoftware.de

Internet: www.cdcsoftware.de

Kunden-Zitat:

„Das Angebotsvolumen ist seit der Einführung von Saratoga CRM exorbitant gestiegen.“

Johannes Huxol,
Geschäftsführer, TRILUX-Lenze