

Marko Albrecht/ Horst Ziegler

## Effiziente Vertriebssteuerung – in sechs Wochen zum integrierten Informationssystem

In einem Fallbeispiel werden Ausgangslage, Anforderungsprofil, Projektverlauf und Ergebnisse in der Einführung eines Vertriebsinformationssystems in einem mittelständischen Unternehmen vorgestellt. Die Besonderheit: Es handelt sich um das gleiche Unternehmen, das auch die Mittel zur Lösung der Herausforderungen anbietet. Die Projektbeschreibung bezieht sich auf die zetVisions AG, die Anfang 2005 mit der Einbettung von SAP-Komponenten in die zetVisions Smart Business Intelligence Suite innerhalb kürzester Zeit ein vollintegriertes Vertriebsportal implementiert hat und seitdem produktiv nutzt.

### **Ausgangslage**

Die zetVisions AG ist ein Softwarehersteller und entwickelt mittelstandsgerechte Business Intelligence-Lösungen. Nach der Unternehmensgründung Ende 2001 wurde in den Jahren 2002 bis 2004 viel in die Fertigstellung einer integrierten Produktpalette investiert. Seit Ende 2003 werden erste Installationen der der zetVisions Smart Business Intelligence Suite mit Pilotkunden durchgeführt und damit gleichzeitig eine kundenorientierte Weiterentwicklung der Lösungen vorangetrieben.

Mit dem Erreichen des Releasestandes 1.5 im November 2004 waren alle Voraussetzungen für einen systematischen und skalierbaren Vertrieb der Software gelegt. Dazu kam eine erfolgreiche zweite Finanzierungsrunde, die ausreichend Finanzmittel zur Verfügung stellte. Der konsequente Aufbau eines Vertriebs konnte angegangen werden, der nun von strategischer Bedeutung für das Unternehmen ist.

Die zetVisions AG mit Sitz in Heidelberg beschäftigt (Stand: März 2005) 40 Mitarbeiter und verfügt über einen Vertriebspartner in Italien mit weiteren 15 Mitarbeitern. Das Vertriebsteam besteht aus fünf Mitarbeitern, die teils im Homeoffice und zum größten Teil beim Kunden unterwegs sind, dazu kommt fallweise Unterstützung aus den Bereichen Professional Services und Marketing.

Von Anfang an wird eine doppelgleisige Strategie verfolgt, die zum einen auf die Gewinnung von eigenen Kunden abzielt, aber zum anderen auch geeignete Partner für einen indirekten Vertrieb der zetVisions-Lösungen begeistern will.

Momentan sind branchenunabhängige Lösungen zu den folgenden Themen verfügbar: Webreporting, Unternehmensplanung, Beteiligungsmanagement, Unternehmensportal, Managementinformationssystem, Projekträume und Wissensmanagement. Daneben werden Branchenlösungen angeboten, zur Zeit für Private Equity- bzw. Venture Capital-Unternehmen und für Studentenwerke.

### **Anforderungsprofil**

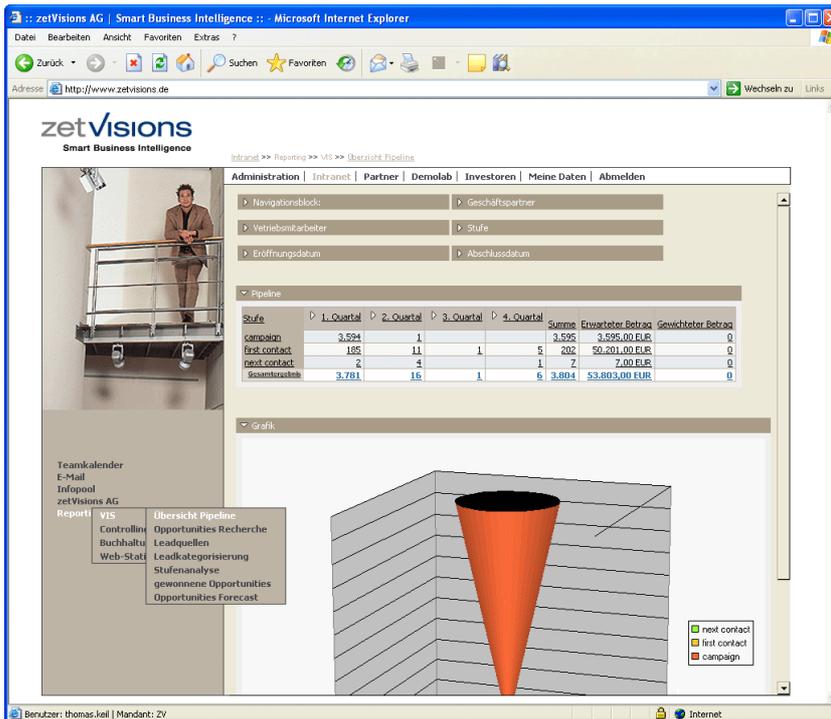
Das Ziel war klar: innerhalb kürzester Zeit musste eine Vertriebsorganisation aufgebaut und mit allen nötigen Instrumenten zur Präsentation und Demonstration der vielfältigen Lösungen versehen werden. Eine effektive Steuerung und Konzentration auf die vielversprechendsten Aktivitäten ist zwingend erforderlich, um rasche Erfolge erzielen zu können. Dazu sollten alle Informationen über Kontakte, Interessenten und geplante Aktivitäten jederzeit und ortsunabhängig zur Verfügung stehen – für Vertriebsmitarbeiter, Geschäftsführung und, aufgrund der Finanzierungssituation, auch in aggregierter Form für die Investoren.

Die Lösung musste schnell einführbar und ohne aufwändige Schulung leicht bedienbar sein. Neben Vertriebsinformationen sollten auch Broschüren, Präsentationen, Angebotsvorlagen und andere Dokumente vorgehalten und in webbasierten Demosystemen die Leistungsfähigkeit der Lösungen vorgeführt werden können.

### **Projektverlauf**

Als eine größere Aktion wurde eine Telemarketing-Agentur mit der Kaltakquise beauftragt. Dazu wurden gemeinsam über 4.000 Adressen selektiert und nach einem ausführlichen Briefing der Call-Center-Agents telefonisch kontaktiert. Die Kontakte wurde qualifiziert, Informationsbroschüren versandt und, bei bestehendem Interesse an den zetVisions-Lösungen, ein entsprechender Kontaktbogen durch die Agentur angelegt.

Sämtliche Ausgangsdaten wurden in das CRM-System übernommen, das aus einer aktuellen SAP Business One Installation, der integrierten Lösung der SAP für den Mittelstand, besteht. In SAP Business One werden nun die Kontakte nachverfolgt, in Kategorien eingeteilt und daraus eine Vertriebspipeline entwickelt.



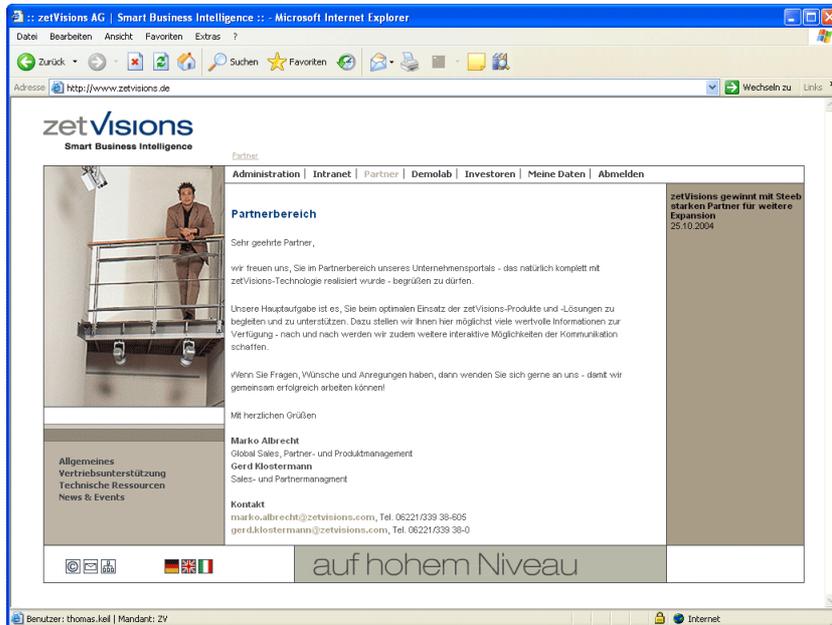
**Abbildung 1: Grafische Darstellung der Vertriebspipeline im internen Bereich der zetVisions AG**

Einmal täglich werden die aktuellen Daten aus SAP Business One über eine Schnittstelle in ein SAP Business Information Warehouse übernommen und in Webberichten präsentiert. Dabei wurden eine ganze Reihe von Standardberichten angelegt und angepasst: Übersicht über die Pipeline, Liste der geplanten Kontakte, Opportunity-Analysen und so weiter. Als Überblicksinformation wurde für die Geschäftsführung, den Vertriebsleiter und die Investoren ein Management-Cockpit eingerichtet, das auf einer Bildschirmseite den jeweils aktuellen Status der Vertriebsaktivitäten übersichtlich präsentiert.

Weitere Quellen für Kontakte, Opportunities und Leads stammen von den Vertriebs- und Beratungspartnern der zetVisions sowie vom italienischen Joint-Venture, die in einer eigenen SAP Business One-Installation ihre Kontakte pflegen. Auch diese Daten werden in entsprechende, tagesaktuelle Berichte übernommen.

Neben diesen interaktiven und navigierbaren Berichten wurden auf der zetVisions-Website weitere interne Bereiche geschaffen, die Partner und Vertriebsmitarbeiter mit allen nötigen Materialien versorgt. Aktuelle Broschüren, Success-Stories, Powerpoint-Präsentationen, technische Beschreibungen, Benutzerhandbücher, Schulungskonzept usw. sind jederzeit verfügbar. Über eine komfortables Newsmanagement werden aktuelle Vertriebsneuigkeiten – neuer Kunde, neue Funktionen, neue Mitarbeiter – sofort kommuniziert.

Wenn nun ein Präsentationstermin vor Ort ansteht, kann sich der Vertriebsmitarbeiter bequem und von zuhause aus vorbereiten und hat alles, was er benötigt sofort zur Hand. Daneben wurde ein Demolab eingerichtet, in dem die zetVisions-Lösungen, die alle webbasiert sind, im produktiven Betrieb demonstriert werden können.



**Abbildung 2: Interaktiver Partnerbereich mit allen Informationen zur effizienten Unterstützung**

## Ergebnisse

Als Ergebnis eines sechswöchigen internen Projekts steht nun eine täglich aktuelle Übersicht über alle Dimensionen des zetVisions-Vertriebs ortsunabhängig zur Verfügung. Arbeitsabläufe konnten gestrafft und die Einarbeitungszeiten neuer Vertriebskollegen signifikant gesenkt werden. Positive wie negative Ausreißer, sei es im Vertriebskanal, der kommunizierten Thematik oder dem jeweiligen Vertriebsmitarbeiter werden schnell erkannt und entsprechend reagiert.

Auf dieser Weise können die knappen Ressourcen sehr zielgerichtet auf die vielversprechendsten Aktivitäten gelenkt werden. Dabei entscheidet kein Bauchgefühl mehr, sondern verlässliche Zahlen, die in hoher Qualität und großen Mengen ausgewertet werden können.

Über eine realistische Forecast-Abschätzung und die Planung anstehender Aktivitäten wird eine Steuerung nicht nur des Vertriebs, sondern auch des Gesamtunternehmens ermöglicht. Mit wie vielen Projekten welcher Art ist in welchem Zeithorizont zu rechnen? Wie lang ist der Zeitraum vom Erstkontakt bis zum Projektstart? Benchmarking an Branchenwerten erzeugt eine zusätzliche Motivation und gibt die Richtung vor.

Das wichtigste Ergebnis des integrierten und in Teilbereichen für alle Mitarbeiter zugänglichen Systems ist die Etablierung einer Vertriebskultur mit einer konsequenten Kundenorientierung. So wird die notwendige Transformation einer auf die Innensicht konzentrierten Softwareschmiede aus den Gründerjahren zu einem marktorientierten Lösungsanbieter begleitet und verstärkt. Die Transparenz der zugänglichen Informationen sorgt für Vertrauen, schafft neue Motivation und den Anreiz, noch besser zu werden.

## Überblick

### Eingesetzte Software

- zetVisions Unternehmensportal (basierend auf der zetVisions SBI Suite, Release 1.5)
- SAP ® Business One 2004 A
- SAP ® BW 3.5

### Highlights

- Vollständig webbasierte Lösung mit Dokumentenmanagement, Newsverwaltung, Reporting-Funktionen, Management-Cockpit etc.
- In nur sechs Wochen von der Konzeption bis zur Produktivsetzung
- Verwaltung von z.Zt. ca. 9.000 segmentierten und klassifizierten Kontakten durch 5+ Mitarbeiter
- Schulungsaufwand je Vertriebsmitarbeiter ca. 4 Stunden

## Kontakt

Horst Ziegler, Vorstandsvorsitzender

[horst.ziegler@zetvisions.de](mailto:horst.ziegler@zetvisions.de)

Marko Albrecht, Global Sales und Partnermanagement

[marko.albrecht@zetvisions.de](mailto:marko.albrecht@zetvisions.de)

zetVisions AG

Im Breitspiel 21

69126 Heidelberg

Tel. 06221/339 38-0

Fax. 06221/339 38-922

[www.zetvisions.de](http://www.zetvisions.de)