



LÄUFT WIE GESCHMIERT - MIT HOCHDRUCK ZUR DIGITALEN VERTRIEBSUNTERSTÜTZUNG

Für „eine Welt unter Druck“ ist HAWE mit seinen Lösungen rund um Hydraulik-Komponenten der richtige Ansprechpartner. Lösungsorientiert reagiert der Hersteller auch auf die eigene Dringlichkeit, Leadprozesse und Datenpflege über 16 Ländergesellschaften hinweg zu vereinheitlichen und zu zentralisieren. Mit Einführung der Salesforce CRM-Plattform verabschiedet sich HAWE von Excel-Tabellen, inkonsistenten Kundendaten-Sichten sowie CRM- und ERP-Datensilos. Mit der Digitalisierung im Vertrieb schafft sich der Mittelständler eine Zukunft mit mehr Transparenz, Effizienz und Teamgeist.

ÜBER HAWE

HAWE Hydraulik entwickelt und produziert Hydraulik-Komponenten und -Systeme für den Maschinen- und Anlagenbau. Das mittelständische, international tätige Familienunternehmen mit Hauptsitz in München beschäftigt über 2.100 Mitarbeiter und erwirtschaftete zuletzt einen Umsatz von 362 Millionen Euro. Neben dem Stammsitz in München beliefern vier weitere Produktionswerke in Deutschland Kunden rund um den Globus. 16 Tochtergesellschaften in Europa, Nordamerika und Asien bilden ein weltweites Vertriebs-, Service- und Engineering-Netz.

AUSGANGSSITUATION

So unterschiedlich die Länder sind, in denen HAWE vertreten ist, so unterschiedlich sind auch deren Vertriebsprozesse. Das Spektrum reichte bisher von der manuellen Datenpflege in Excel-Listen in China bis zum bereits vorhandenen CRM-System Super Office u.a. in Deutschland, Schweiz und USA. Somit folgten nicht nur die Vertriebsabläufe in den Landesgesellschaften ihrer jeweilig eigenen Logik. Auch gab es keine zentrale Datenbasis, in der alle kundenbezogenen Geschäftsvorgänge abbildbar waren – eine Schnittstelle zwischen dem teilweise vorhandenen CRM- und dem ERP-System existierte nur teilweise. Stattdessen bedienten sich die Mitarbeiter der Alternative, Daten mit Kundenbezug in das vorhandene ERP-System einzutragen, welches dadurch zweckentfremdet wurde und eine zunehmende Vermischung und inkonsistente Zuordnung von Datensätzen aufwies. HAWE war somit auf der Suche nach einer Kundendatenplattform, die Daten aus allen Landesgesellschaften zentral abbildet und eine einheitliche Sicht auf die vertrieblichen Vorgänge sicherstellt. Ziel war es, mit dem CRM-System Salesforce, einen weltweit einheitlichen Vertriebsprozess für HAWE einzuführen.

LÖSUNG

Auf Basis einer vorangegangenen Technologieevaluation fiel die eindeutige und einstimmige Wahl auf das Salesforce CRM. Innerhalb von 10 Monaten wurde das Konzept und der Roll-out in zunächst 6 der 16 weltweiten Tochtergesellschaften vollzogen: Schweiz, Deutschland, Österreich, Italien, Frankreich und den USA. Nach zentraler Definition der abzubildenden Vertriebsprozesse wurde die Salesforce Sales Cloud eingeführt und individuell an die Anforderungen von HAWE angepasst. Es folgte die Integration in die vorhandene IT-Landschaft in Form von Schnittstellen an die beiden ERP-Systeme SAP ECC und MS NAV, an das Management-Informationssystem MIS onVision sowie an Microsoft Outlook und an Microsoft Sharepoint. Vor dem Roll-out erhielten die jeweiligen Administratoren und Key User in den Landesgesellschaften Anwendertrainings, um für ihr neues System gerüstet zu sein.

NUTZEN & AUSBLICK

Mit der durchgehend digitalen Abbildung des Lead-to-Cash-Prozesses – vom Lead bis zur Rechnungsstellung unterstützt durch Vertriebsautomatisierung und Analytics – stellt HAWE seinen Vertrieb für die Zukunft auf. Die Einführung des Salesforce CRM ermöglicht dem Hersteller nun die Abbildung einheitlicher Vertriebsprozesse über alle Ländergesellschaften.

Der Vertriebsinnendienst profitiert von Dashboards mit Rundumblick auf seine Kunden. Durch die individuelle Konfiguration erhalten die Mitarbeiter exakt die Information, welche sie für die Leadbearbeitung benötigen. Auch die System-Silos sind Geschichte: Mithilfe der geschaffenen Schnittstellen arbeiten CRM und ERP Hand in Hand: Ohne Zeitverzug wird auf Basis der CRM-Kundendaten ein Angebot im ERP-System erstellt und zurück in das Salesforce CRM-System gespielt.

Dank der mobilen Verfügbarkeit können Kundendaten auch unterwegs im Außendienst abgerufen und gepflegt werden – schnellen Abschlüssen mit allen benötigten Informationen an der Hand steht nun nichts mehr im Wege. Die Nutzung des integrierten Kollaborations-Tools Chatter ermöglicht eine verbesserte Zusammenarbeit und erleichtert gemeinsames Verkaufschancen- oder Projektmanagement über alle Abteilungs- und Landesgrenzen hinweg.

Auf der künftigen Agenda steht der Roll-out von Salesforce in zehn weiteren Ländern. Parallel dazu plant HAWE, auf eine stärkere Vernetzung zwischen Vertrieb und Marketing sowie Vertrieb und Service zu setzen. Mit Salesforce hat der Hersteller die Voraussetzungen dafür geschaffen, seine Kundendatenbasis für ein automatisiertes Marketing- und Kampagnenmanagement zur Leadgenerierung aufzurüsten und sich ebenfalls digital im Service aufzustellen.

Mehr Informationen zur Digitalisierung im Kundenservice gewünscht?



Peter Melichar, Leiter IT,
HAWE Hydraulik SE



„In meinem Berufsleben durfte ich 6 CRM-Einführungen begleiten. Eine so reibungslose Implementierung der Salesforce Plattform wie mit dem Team der T-Systems Multimedia Solutions habe ich noch nie erlebt. Das hat mich äußerst positiv beeindruckt.“



<https://salesforce.t-systems-mms.com/>

HERAUSGEBER

T-Systems Multimedia Solutions GmbH
Rieser Straße 5
D-01129 Dresden

IHR ANSPRECHPARTNER

Michael Lehmann
Leiter Center of Excellence Salesforce
Tel.: +49 160 251 1387
M.Lehmann@t-systems.com