



*wegweisend
Digital*
T-SYSTEMS MULTIMEDIA SOLUTIONS

MIT VOLLER ENERGIE IN DIE ZUKUNFT - HOPPECKE STARTET MIT SALESFORCE IN DEN DIGITALEN VERTRIEB

HOPPECKE macht sich fit für das digitale Zeitalter. Der größte Hersteller von Industriebatterien in europäischer Hand setzt auf die Einführung der Kundendialogplattform Salesforce. Drei wesentliche Zielstellungen stehen dabei im Mittelpunkt: die Positionierung am Markt als innovativer und digitaler Energiekonzern, Effizienzsteigerungen im Mitarbeiteralltag durch zentrale Datenverfügbarkeit sowie die Standardisierung von Vertriebs- und Kundenserviceprozessen im Sinne einer verbesserten und beschleunigten Kundeninteraktion.

T · · Systems ·

ÜBER HOPPECKE

HOPPECKE Batterien ist der größte Hersteller von Industriebatteriesystemen in europäischer Hand. Seit 1927 am Markt verfügt das familiengeführte Unternehmen über ein breites Produktprogramm: von Batterien und Zellen über komplette Energiesysteme mit modernsten Ladetechnologien, Überwachungseinheiten und Engineering bis hin zu einer nutzungsabhängigen Energieabrechnung. Der Fokus liegt auf vier Hauptanwendungsbereichen: emissionsfreie Antriebe, abgesicherte Stromversorgung, Speicherung regenerativer Energien sowie Bahn- und Metrosysteme. Mit Hauptsitz in Brilon-Hoppecke und 20 Tochtergesellschaften, Repräsentanzen, Partnern und Distributoren sowie Produktions- und Montagestätten weltweit beschäftigt HOPPECKE mehr als 1.950 Mitarbeiter und erwirtschaftet einen Umsatz von über 400 Millionen Euro.

AUSGANGSSITUATION

Der Batterie-Hersteller pflegte und dokumentierte lange alle Kundenkontakte und -aktivitäten individuell in den einzelnen Unternehmensbereichen. Durch diese dezentrale Datenhaltung war kein ganzheitliches Bild auf die Kunden von HOPPECKE möglich. Zusätzlich verursachte die separate Bearbeitung von Kundenanliegen jeglicher Art via E-Mail, Telefon und Papierdokumenten Medienbrüche durch fehlenden systemischen Datenrückfluss und verzögerte somit die Abarbeitung von Geschäftsprozessen. Mit der Einführung eines Customer-Relationship-Management-Systems (CRM) erhofft sich der Hersteller die Standardisierung und Automatisierung seiner Vertriebsprozesse mit dem Ziel der Umsatzsteigerung. Weiterhin soll das System die Mitarbeiter bei einer erhöhten Arbeitseffizienz und -effektivität unterstützen und die Anzahl manueller Prozessschritte verringern. Im Sinne eines ganzheitlichen Kundenverständnisses über alle Unternehmensbereiche und Kanäle hinweg möchte HOPPECKE das Salesforce CRM als führendes Tool für die einheitliche Kundeninteraktion nutzen. Zudem sollen der Austausch kundenrelevanter Informationen für Mitarbeiter sowie vielschichtige Auswertungsmöglichkeiten und Trendanalysen für die Management-Ebene ermöglicht werden.

LÖSUNG

Die Umsetzung der Salesforce-Implementierung erfolgte zweistufig: Zunächst wurde eine detaillierte Anforderungsaufnahme bei HOPPECKE durchgeführt mit anschließender Erstellung einer Feinkonzeption für das CRM-System auf Basis der Salesforce Sales Cloud. Im Anschluss begann die sukzessive Implementierung, welche neben individueller Salesforce-Konfiguration sowohl Systemerweiterungen durch 3rd-Party-Applikationen als auch die Integration diverser Datenflüsse zwischen ERP- und CRM-System beinhaltet. Dies wurde unter Einsatz der Middleware-Komponente Pentaho realisiert. Unterstützend zur Umsetzung erhielt HOPPECKE ein Schulungsprogramm, um die Kernanwender mit System und Funktionen vertraut zu machen.

NUTZEN & AUSBLICK

HOPPECKE erlangt mit der Konsolidierung aller Vertriebsaktivitäten in einem System einen schnelleren Überblick über die Sales Pipeline. Potenziale für Cross- und Up-Selling sowie Add-On-Dienstleistungen können im Sinne von Umsatzsteigerungen schneller erkannt, genutzt und damit Kundeninteraktionen beschleunigt werden. Mit der Einführung des Salesforce CRM als zentrale Datenbasis strebt der Hersteller nach einer gesteigerten Personaleffizienz: Durch das Auflösen firmeninterner Medienbrüche und das Vermeiden redundanter Kundendatenhaltung können sich die Mitarbeiter verstärkt auf inhaltliche Aufgaben konzentrieren und müssen weniger Zeit in Dateneingabe und -pflege investieren. Zudem möchte HOPPECKE seinen Kunden eine neue Art der Betreuungsqualität bereitstellen – durch ein zentralisiertes, einheitliches Kundenangangsmanagement über alle Abteilungen hinweg.

Für die Zukunft plant der Hersteller eine stärkere Anbindung der Kommunikationskanäle an das Salesforce CRM. Zum einen ist vorgesehen, den gesamten Web-to-Lead-Prozess über die HOPPECKE-Website systemisch abzubilden. Zum anderen sollen zusätzliche Use Cases für Marketing konzipiert und umgesetzt werden. Weiterhin stehen die Themen Order & Contract Management im konfigurativen sowie im Schnittstellenbereich auf der Agenda. Das neue Digitalisierungskonzept nicht nur in der deutschen Zentrale, sondern auch international einzusetzen, ist eine der nächsten anstehenden Herausforderungen für HOPPECKE.



Katharina Vollmayer, CRM Projektleitung,
HOPPECKE Batterien GmbH & Co. KG



„Die Höhen und Tiefen im Projektalltag konnten wir gemeinsam im Team sehr gut meistern. Die T-Systems Multimedia Solutions (MMS) ist ein zuverlässiger Partner, der immer mit Rat und Tat zur Seite steht. Ich hatte nie den Eindruck, dass die MMS nur pflichtgemäß die vertraglich geschuldeten Leistungen abarbeiten will – vielmehr ist das Projekt HOPP360 unser gemeinsames Ziel, auf das wir hingearbeitet haben. Im Team konnten wir von der langjährigen Projekterfahrung der MMS profitieren und haben nun mit Salesforce ein CRM-System, wie wir es uns gewünscht haben.“

Mehr Informationen zur Digitalisierung
im Kundenservice gewünscht?



<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

