

Management Abstract

Daniel Saager, applied technologies, befasst sich in seinem Beitrag „Erfolgreiches CRM mit Microsoft Dynamics, SharePoint und Office“ mit der Einführung von CRM-Lösungen und erläutert die Microsoft Dynamics CRM-Lösung sowie das auf Dynamics CRM basierende System Entera der applied technologies GmbH. Zunächst definiert er Customer Relationship Management und leitet daraus sowohl branchenunabhängige als auch branchenspezifische Anforderungen an ein CRM ab, die der Autor nach funktionalen System-Anforderungen – aus Projekt-, Prozess- und Organisationssicht – und nicht-funktionalen System-Anforderungen – wie beispielsweise technische Qualität des Systems sowie Kosten- und Investitionsaspekte – weiter differenziert. Im Folgenden stellt er die Microsoft Dynamics CRM-Plattform mit den Modulen für Vertrieb, Marketing und Service sowie die Online-Variante als Mietmodell und die applied technology-Lösung Enetra vor, die die Microsoft-Lösung um energiespezifische Funktionalitäten, wie Integration von Lastgängen, Handelsplätzen und Börsen, Schnittstellenmanager für Dritt-Systeme, DataGrabber, Kontakt- und Firmeninformationen sowie Add-ins zu Office-Komponenten, ergänzt. Im Weiteren geht der Autor auf eine iterative Vorgehensweise zur Einführung von CRM-Systemen ein und stellt zum Schluss auf Basis der Microsoft-Mietvariante eine Kosten-Nutzenbetrachtung an.

Marcel Tweer und **Jens Ziegler**, ConVista Consulting, erläutern in ihrem Beitrag „Effiziente Vertriebsprozesse mit integrierter Beschaffung“ zunächst, warum eine tiefe Integration von Vertrieb und Beschaffung zur Stärkung im Wettbewerb eine wichtige Rolle spielt und wo die Herausforderungen für Vertrieb und Beschaffung liegen. „Es besteht die Anforderung“, so die Autoren, „durch eine integrierte Datenhaltung von Mess-, Prognose- und Beschaffungsdaten einerseits und eines strukturierten Vertriebsprozesses vom Absatz bis zur Beschaffung andererseits, die Potenziale für beide Fachbereiche und somit für das ganze Unternehmen zu nutzen.“ Sie verdeutlichen dieses exemplarisch an den Beispielen Lieferadresse und Zählpunkt, Prognosen, Produkte, Beschaffung und Abrechnung. Im Weiteren stellen sie einen Best Practice-Ansatz für den Angebotsprozess für Geschäftskunden auf Basis von SAP CRM einschließlich des Add-ons SAP PCU (Pricing & Costing for Utilities) als führendes System für das Angebotsmanagement und die Kalkulation und SAP EPM (Energy Portfolio Management) als führendes System für die Energiebeschaffung unter Einbindung der nachfolgenden Systeme SAP IS-U und EDM vor. Dabei erläutern sie den Integrationsansatz auf Daten- und Teilprozessebene.

Sarah Biskup und **Maria Kuylaars**, beide ene't, **Peter Knapp** und **Ralf W. Seipp**, beide SPE Unternehmensberatung, sowie **Dr. Siegfried Numberger**, Preisenergie, stellen in ihrem Beitrag „Der Kunde auf einen Blick – Bedarfsgerecht aufbereitete Marktdaten für eine effiziente Kunden- und Standortbewertung“ ein in Zusammenarbeit der Unternehmen entwickeltes Tool als Add-on zu SAP CRM zur Unterstützung der Servicemitarbeiter, des Marketings und Vertriebs vor, um den Prozess der Bestandskundensicherung zu optimieren. Die aggregierten Kennzahlen beinhalten Kenngrößen wie beispielsweise Wechselbereitschaft, Wettbewerber, Netznutzungsentgelte, Risikoklasse (Zahlungsverhalten / Zahlungsdaten) sowie Verbrauchsgruppen etc. Im Weiteren gehen die Autoren auf die Datenqualität ein und erläutern die Datenbanken Endkundentarife und Netznutzungsentgelte der ene't und die Verdichtung der Daten mithilfe statischer Methoden durch das Unternehmen Preisenergie. Die Module können nach dem Baukastenprinzip der SPE Unternehmensberatung in SAP CRM oder über weitere Plattformen beispielsweise als Webservices genutzt werden.

Otto Glunz, evu zählwerk Abrechnungs- und Servicegesellschaft, und **Sebastian Schipper**, REDTREE, befassen sich in ihrem Beitrag „Der digitale Energievertrieb – Die modulare Lösung von der Akquise bis zur Abrechnung –“ zunächst mit dem eShop als zentrales Vertriebssegment und beschreiben den Nutzen eines eShops mit den nachgelagerten Prozessen. Sie gehen auf den Lieferantenwechselprozess als zentraler Prozess im digitalen Vertrieb ein, befassen sich mit der Wahl eines Abrechnungssystems und erläutern die Anforderungen an die Prozesse und präventiven Maßnahmen im Forderungsmanagement. Sie stellen im Weiteren die Cloud-basierte Software-Suite Loop vor, die für die Anforderungen von Energievertrieben entwickelt wurde, die die Prozesse im Vertrieb, Marketing und Service unterstützt, modular aufgebaut ist und in eine ggf. vorhandene vertriebliche Infrastruktur eingebunden werden kann. Im Bereich CRM umfasst das System schwerpunktmäßig Funktionen und Module im operativen und kommunikativen Bereich.

Claus Talhoff, Sensix, beschreibt in seinem Beitrag „Der Angebotsprozess für energiewirtschaftliche Produkte und Dienstleistungen im CRM-System“ auf Basis eines Entity-Relationship-Modells den Prozess der Kalkulation sowohl von einzelnen Kundenlieferstellen als auch die Bündelkalkulation sowie die anschließende Angebotserstellung mit dem dazugehörigen Aktivitäten-Management im CRM. Dazu stellt er ein von Sensix entwickeltes Template „Energy“ auf Basis von Microsoft Dynamics CRM 2011 vor, welches Erweiterungen und Ergänzungen hinsichtlich Stammdaten, Vertriebsprozess-Daten, im Bereich Angebotsmanagement beispielsweise Standardangebote, Dienstleistungen, Contracting und Angebotserstellung Sondervertragskunden unter Einbindung von Softwarelösungen für die Kalkulation umfasst. Im Weiteren erläutert er die Daten- und Systemintegration über die Middleware Scribe mit ihren Komponenten Scribe Insight,

Scribe Adapter und Scribe Templates.

Marc Eickmeier, almato, stellt den Kundenkontakt in den Fokus seines Beitrages „CRM in Echtzeit – Real Time Interaction Management (RTIM®)“. Kunden „haben die Erwartungshaltung, dass ihre Bedürfnisse verstanden und in jeder Interaktion mit dem Unternehmen berücksichtigt und befriedigt werden. Unternehmen, die diese Erwartungshaltung erfüllen können – mit jeder einzelnen Interaktion – werden mit der Loyalität der Kunden belohnt“, so der Autor in seinem Beitrag. Er beschreibt die Herausforderungen an eine optimale Interaktion zwischen einem Unternehmen und seinen Kunden beispielsweise hinsichtlich ihrer Komplexität und Unvorhersehbarkeit. Im Weiteren stellt er die Lösung Real Time Interaction Management mit seinen wesentlichen Ausprägungen: Service Dashboard, „Next Best Action“-Unterstützung und einer Guidance-Funktion vor. Er erläutert die Auswirkungen der Lösung auf die Kosten im Contactcenter, auf den Unternehmensumsatz und die Prozessqualität.

Fachkräfte sind nicht nur rar, sondern sie müssen immer auf dem neusten Stand sein. **Ina Gäde** und **Dr. Stefanie Gerlach**, SPE Unternehmensberatung, stellen in ihrem Beitrag „CRM in der Energiewirtschaft – Neue Lerninhalte effektiv eingeführt und gelernt“ ihr E-Learning-Programm zur Mitarbeiter-Schulung von SAP- und Non-SAP-Lösungen vor. Zur Einführung und Vorgehensweise des E-Learning-Programms beschreiben sie zunächst eine Bedarfsanalyse, die als Basis für weitere Planungen und Konzeptionen dient, um Trainingsziele, Zielgruppen, technische Anforderungen und benötigte Ressourcen etc. festzulegen. Im Weiteren erläutern sie das Autorentool SAP Workforce Performance Builder (WPB), das zur Erstellung von digitalen Lerninhalten dient und das nicht nur von den Lernenden zur Schulung genutzt wird, sondern auch für weitere Zwecke wie beispielsweise das Managen von Kursen und deren Inhalten und die Dokumentation bestehender Prozesse, um diese für Mitarbeiter nachvollziehbar zu halten.

An dieser Stelle sei angemerkt, dass in dieser Publikation nicht alle geschützten Markennamen entsprechend gekennzeichnet sind.