



Microsoft Dynamics Customer Solution Case Study

ROLAND GAREIS **CONSULTING**
VIENNA | BUCHAREST

Happy Projects!: Ein neues CRM-System für optimale Ressourcen- und Veranstaltungsplanung

Übersicht

Land: Österreich

Branche: Consulting

Kunde

Roland Gareis Consulting GmbH – ist mit 10 Mitarbeitern sowie 15 Trainern im Bereich Beratung von Prozess-, Projekt- und Programmmanagement tätig.

Ausgangssituation

Die Access-Datenbank mit 23.000 Adressen entsprach einem klassisch gewachsenen System mit unzureichender Aktualisierung. Zudem waren kaum Analysen möglich. Auch eine Kundenhistorie gab es nur rudimentär.

Lösung

Microsoft Dynamics CRM 3.0 sollte von nun an nicht nur das Kundenkontaktmanagement ermöglichen, sondern auch die internen Planungsprozesse für Trainings und Seminare unterstützen.

Vorteile

- Transparente Informationen
- Kundenhistorie auf einen Blick
- Planung von Seminaren
- Analyse von Verkaufschancen und Umsatzerwartungen
- Modifikation durch Konfiguration

„Mit Microsoft Dynamics CRM 3.0 sind wir für die Zukunft gerüstet. Wir planen gezielte Marketing-aktivitäten einzusetzen, die genauer auf die unterschiedlichen Kundeninteressen abgestimmt sind.“

Mag. Claudia Euler-Rolle, Roland Gareis Consulting GmbH

Roland Gareis Consulting gehört nicht nur zu den Profis rund um Projekt- und Prozessmanagement, sondern setzt auch intern auf effiziente Abläufe. So setzte IT-Partner k.section für die Firma ein leistungsfähiges CRM-System um, das sowohl Kundenkontakte verwaltet, als auch ein perfektes Planungswerkzeug für Veranstaltungs- und Seminarmanagement darstellt. Die Grundlage dafür bildet Microsoft Dynamics CRM 3.0 in Kombination mit Microsoft Windows Small Business Server 2003. Nahtlose Integration macht die Anwendung zum Vergnügen – und zu einem schlagkräftigen Instrument für die strategische Geschäftsplanung.

Ausgangssituation

23.000 Adressen in einfacher Datenbank-Verwaltung

Allein auf dem Heimmarkt Österreich konnten im Laufe der Jahre rund 23.000 Adressen von Kunden oder Interessenten gesammelt werden, die bis dato in einer einfachen Datenbank auf Basis Microsoft Office Access 2003 verwaltet wurden. Der Datenstock entsprach einem klassisch gewachsenem System: „Aufgrund verschiedener Zuständigkeiten und individuell geregelter Datenerfassung gab es teilweise Doppelseinträge, veraltete Adressen oder unvollständige Informationen. Zudem waren kaum Analysen möglich. Auch eine Kundenhistorie gab es nur rudimentär in Form von zusätzlich in Spalten erfassten Angaben“, erklärt Mag. Claudia Euler-Rolle, bei RGC verantwortlich für Marketing- und Seminarmanagement. Das Ziel war daher eine maßgebliche Erleichterung der Kundenbetreuung, Seminarplanung und gezielter Marketingmaßnahmen. Dafür sollten alle derzeit gelebten Prozesse rund um das Kundenkontakt- und Seminarmanagement durch eine CRM-Software unterstützt werden.

Lösung

Dynamisch in die Zukunft: mit Microsoft Dynamics CRM 3.0

Im Oktober 2006 begann RGC am Markt über das für ihre Anforderungen optimale CRM-Produkt Informationen einzuholen. Die Entscheidung lag nach einigen Produktvergleichen klar auf der Hand: Microsoft Dynamics CRM 3.0 sollte von nun an nicht nur das Kundenkontaktmanagement ermöglichen, sondern auch die internen Planungsprozesse für Trainings und Seminare unterstützen. Die Lizenzkosten von Microsoft CRM waren für Roland Gareis Consulting überzeugend. Ein weiteres gewichtiges Argument war die nahtlose

Integration in Microsoft Office Outlook 2003. „Für unsere Mitarbeiter ist es wichtig, dass sie sich in der Outlook-ähnlichen Oberfläche von Microsoft Dynamics CRM 3.0 intuitiv zurecht finden. Das gewohnte Erscheinungsbild hat die Einschulung erheblich erleichtert – ein halber Tag war vollkommen ausreichend“, betont Claudia Euler-Rolle.

Vorteile

Planung und Kundenkontaktmanagement in einem Tool

Für eine rasche Implementierung und professionelle Beratung konnte sich die k.section business solutions gmbh aus Wien gegenüber dem Wettbewerb durchsetzen. Innerhalb von nur drei Monaten war die neue Lösung dann einsatzbereit. RGC ist seither in der Lage, alle Seminare, Lehrgänge und Veranstaltungen sowie sämtliche Kundenkontakte in Microsoft Dynamics CRM 3.0 zu verwalten. Interessenten und Teilnehmer können somit optimal betreut werden. „Für die Planung der Seminare mit Terminfindung, Werbung, Trainereinteilung und Buchung haben wir das Kampagnenmodul von Microsoft Dynamics CRM 3.0 modifiziert, so dass es nun auch als übersichtliches und effizientes Planungsinstrument einsetzbar ist“, beschreibt k.section-Geschäftsführer DI FH Mark S. Kaslatte die innovative Umsetzung. Jedes Training wird nun mit seinen Merkmalen strukturiert abgebildet. So sieht das Marketing zu einer Gruppe oder „Kampagne“ auf einen Blick, mit welchen Interessenten telefoniert wurde, wer Angebote erhalten hat und wer sich schließlich angemeldet hat.

„Microsoft Dynamics CRM 3.0 verfügt über einen so großen Umfang an Standardfunktionalität, dass die Modifikation für Planungsaufgaben durch reine Konfiguration möglich war“, betont Kaslatte. Teure Zusatzprogrammierungen waren daher nicht notwendig.

Einsparung bei Postaussendungen, durch gezielte Datenanalyse

Von Seiten RGC wurde inzwischen der Datenbestand bereinigt, er liegt nun bei einem Volumen von rund 15.000 aktuellen und gut gewarteten Adressen. „Mit Microsoft Dynamics CRM 3.0 sind wir für die Zukunft gerüstet. Wir planen gezielte Marketingaktivitäten einzusetzen, die genauer auf die unterschiedlichen Kundeninteressen abgestimmt sind“, führt Claudia Euler-Rolle aus. Dieser Vorteil bringt ansehnliche Einsparungen bei Postaussendungen. Pro Jahr wurden bisher etwa 5.000 Einladungen zu größeren Veranstaltungen postalisch versendet. Durch die verbesserten Auswertungsmöglichkeiten der Kundeninformationen wird sich die Stückzahl auf rund 2.000 zielgerichtete Einladungen reduzieren lassen. Die verbesserte Transparenz der Informationen kommt auch den Kunden zu Gute: sie werden nicht mehr zu Seminaren eingeladen, die sie ohnehin schon besucht haben, sondern erhalten Informationen zu jenen Veranstaltungen, die aufgrund des Kundenprofils für sie interessant sein könnten.

Transparenz durch Kundenhistorie, Verkaufschancen, Umsatzerwartung

Wichtig ist für RGC der Bedienkomfort: So lässt sich das CRM-System leicht an sich ändernde Anforderungen anpassen. Neue Felder in der Eingabemaske für die Erfassung weiterer Informationen können in Eigenregie hinzu gefügt werden, ohne externe Hilfe. Komfortabel ist auch die Integration in Microsoft Office Outlook 2003, die die automatische Zuordnung von E-Mail-Korrespondenz im CRM-System ermöglicht. „Mit Microsoft Dynamics CRM 3.0 und Microsoft Office Outlook 2003 haben wir nun wirklich transparente Kundendaten. Auf

einen Blick sehen wir, wann wem was gesendet wurde. Das hilft uns, bei Kundenanfragen schneller alle relevanten Informationen parat zu haben“, beschreibt Claudia Euler-Rolle die Vorteile im Arbeitsalltag. Dazu kommt, dass wir nun erstmals umfassende Analysemöglichkeiten haben: Verkaufschancen, Umsatzerwartungen, aktuelle Aufträge und aktuelle Angebote können nun einfach und übersichtlich ausgewertet werden“, führt Euler-Rolle weiter aus. Somit weiß das Management genau, wo das Unternehmen steht und welche Themen sich gut entwickeln.

Single-Sign-On in Kombination mit Windows Small Business Server

Für die Einführung der CRM-Software empfahl k.section auch gleich den Umstieg von extern gehosteter Server-Kapazität auf Microsoft Windows Small Business Server 2003 im eigenen Haus, um eine Reihe von Vorteilen lukrieren zu können: „Zum einen ist in dem Paket des Microsoft Windows Business Server 2003 auch der für das CRM-System benötigte Microsoft SQL Server enthalten. Zudem lässt sich ein benutzerfreundliches Single-Sign-On durch Verknüpfung mit der Benutzerverwaltung in Active Directory einrichten. So brauchen sich die Mitarbeiter beim Einstieg in das CRM-System nicht extra anmelden. Und nicht zuletzt ist damit eine kostengünstige Infrastruktur mit Ausbaupotenzial vorhanden, zum Beispiel in Richtung Kollaboration mittels Microsoft Windows SharePoint Services“, erklärt Kaslatter. Ein IT-Verantwortlicher war bei RGC ohnehin bereits beschäftigt, so dass diese strategische Technologieentscheidung nicht mit zusätzlichen Personalkosten verbunden war.

Weitere Informationen

Für mehr Information über Microsoft, die Microsoft Österreich GmbH, die Produkte und Dienstleistungen, besuchen Sie die Web-Site unter:

<http://www.microsoft.com/austria>

Für mehr Information über die Roland Gareis Consulting GmbH, die Produkte und Dienstleistungen, besuchen Sie die Web-Site unter:

<http://www.rgc.at>

Für mehr Information über k.section business solutions gmbh, die Produkte und Dienstleistungen, besuchen Sie die Web-Site unter:

<http://www.ksection.com>

Vermarktung der Branchenlösung

Nach der erfolgreichen Einführung von Microsoft Dynamics CRM 3.0 wird bei RGC überlegt, ob das System auch für das Büro in Bukarest zum Einsatz kommen soll. Und auch k.section hat Zukunftspläne: Die aus diesem Projekt gewonnenen Erfahrungen sollen im Consulting- und Beratungsbereich künftig breit vermarktet werden. Kaslatner: „Wir sind überzeugt, dass mittelständische Unternehmen im Beratungs- und Trainingsbereich mit unserer Lösung und unserem Projektansatz an Effizienz, Komfort und Servicequalität gewinnen.“

Microsoft Dynamics

Microsoft Dynamics is a line of integrated, adaptable business management solutions that enables you and your people to make business decisions with greater confidence. Microsoft Dynamics works like familiar Microsoft software such as Microsoft Office, which means less of a learning curve for your people, so they can get up and running quickly and focus on what's most important. And because it is from Microsoft, it easily works with the systems that your company already has implemented. By automating and streamlining financial, customer relationship, and supply chain processes, Microsoft Dynamics brings together people, processes, and technologies, increasing the productivity and effectiveness of your business, and helping you drive business success.

For more information about Microsoft Dynamics, go to:
www.microsoft.com/dynamics

Software and Services

- Products
 - Microsoft Dynamics CRM 3.0 Small Business Edition

- Microsoft Small Business Server 2003 Premium Edition

© 2007 Microsoft Corporation. Alle Rechte vorbehalten. Diese case study dient rein zu Informationszwecken. Microsoft lehnt in diesem Zusammenhang jegliche Gewährleistung oder Haftung ab. Alle genannten Produktbezeichnungen, Beispiele: Microsoft, Active Directory, Windows, das Windows Logo, Windows Server und Windows Server System sind entweder eingetragene Marken oder Marken der Microsoft Corporation in den USA und /oder in anderen Ländern. Namen und oder Produkte anderer Firmen können eingetragene Warenzeichen der jeweiligen Rechteinhaber sein. Änderungen vorbehalten.

Dokument veröffentlicht: Oktober 2007

Microsoft®