



Lamda Printware: Angebotsprozess und Datenqualität verbessert, Mitarbeiter profitieren von CRM-Upgrade

Überblick

Land: Österreich

Branche: Produktion

Kunde

Lamda Printware ist einer der führenden Hersteller kompatibler Druckerpatronen (Farbbandkassetten, Toner, Inkjetpatronen). Die Produkte werden europaweit mittels Call Center und Außendienst an Wiederverkäufer und Endkunden vertrieben.

Situation

Lamda hatte seit Herbst 2004 Microsoft CRM 1.2 im Einsatz. Der Angebotsprozess und die Datenqualität sollten weiter verbessert werden, daher wurde ein Upgrade auf die neueste Version von Microsoft CRM beschlossen.

Lösung

Das Upgrade auf Microsoft Dynamics CRM 3.0 konnte bei Lamda Printware innerhalb von nur einem Tag ausgerollt werden.

Nutzen

- Zeitersparnis von 25% bei Bearbeitung von Kundenanfragen
- Angebotserstellung „auf Knopfdruck“
- Verbesserte Datenqualität
- Kinderleichte Bedienung

"Durch den Einsatz von Microsoft CRM sind sämtliche Kundenkontakt- und Kommunikationsschritte mit Informationsgehalt heute zentral rückverfolgbar und auf einen Klick verfügbar."

Oliver Matzhold, Marketingleiter, Lamda

Dass „noch immer der Ton die Musik macht“, gilt als Basis für gelungene Kommunikation – privat, aber auch in der Wirtschaft. Der IT-basierenden Bürokommunikation von heute verleihen wiederum erst gute Toner ihre Ausdruckskraft per Faxgerät oder PC-Drucker.

Lamda Printware GmbH produziert, recycelt und befüllt Toner und Kartuschen. Aus den Beziehungen zu Geschäfts- und Endverbraucherkunden in ganz Europa ergibt sich ein hohes Datenvolumen von Kundenbedürfnissen, das die Lamda-Zentrale in Loimersdorf (NÖ) seit 2 Jahren täglich aktuell über ein zentrales, automatisiertes CRM-System auf Basis Microsoft CRM 1.2 verwaltete. Im Mai 2006 vollzog nun Microsoft-Partner k.section business solutions gmbh das Upgrade auf die aktuelle Version Microsoft Dynamics CRM 3.0. Das Feedback der Lamda-Mitarbeiter ist dank einer Fülle verbesserter Funktionalitäten ausgezeichnet.

Situation

Weil das papierlose Büro bis heute ein Traum geblieben ist, bezeichnen viele die prompte und zielgerichtete Versorgung der betrieblichen Schreibwerkstätten mit Druckerkomponenten nicht von ungefähr als einen Lebensnerv der Wirtschaft.

Eine Einschätzung, die auch von Oliver Matzhold geteilt wird. Er ist Marketingleiter der Lamda Printware GmbH, die sich – kurz nach dem Fall des Eisernen Vorhangs in den Neunziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts – im niederösterreichischen Weinviertel, nahe der slowakischen Grenze, an den Aufbau einer internationalen Unternehmensgruppe für Herstellung, Vertrieb und Recycling von Farbbandkassetten, Tonern und Inkjetpatronen gemacht hat.

Matzhold: „Es ist noch nicht so lange her, dass wir als kleines Start-Up begonnen haben, und heute vertreiben wir unsere Produkte mit 20 Mitarbeitern europaweit an Wiederverkäufer und Endkunden mittels Callcenter und Außendienst.“

Lamda ist dabei sehr gut aufgestellt: In der Slowakei hat Lamda mit neun Standorten eine sehr gute Marktposition inne, in Prag zieht das Unternehmen zurzeit in ein neues Gebäude um und die österreichische Zentrale behauptet sich erfolgreich gegen neuen Wettbewerb am immer härter werdenden Inlandsmarkt. Dabei bietet Lamda mit recycelten Tonern gegenüber dem Wettbewerb einen Preisvorteil von fast 40 Prozent, erklärt Matzhold: „Wesentlich ist es für uns jedoch, so viele Kundendaten wie möglich sammeln und aufbereiten zu können – klassisches Customer Relationship Management eben. Je mehr ich weiß, welche Drucker unsere Kunden einsetzen und welche Monats- & Jahresmengen sie an Tonern verbrauchen, umso zielgenauer und besser wird mein Angebot sein können!“

Seit 2 Jahren CRM-System im Einsatz, Upgrade auf Microsoft Dynamics CRM 3.0 gewünscht

Die Datenbestände von circa 12.000 Kunden in Österreich - Kundenkontakte, Verkaufsmengen und technische Ausstattung - wurden seit dem Jahr 2004 in Microsoft CRM 1.2 verwaltet, das nach einem Umstellungsprojekt die früheren Listen auf Basis Microsoft Excel ablöste. Nach zwei Jahren erfolgreicher Nutzung der Microsoft-Lösung besuchte Matzhold im Frühjahr 2006 auf der ITnT den Stand von Betreuungspartner k.section business solutions gmbh, der nach dem Umstellungsprojekt seit dem Jahr 2004 auch den 2nd Level Support für Lamda übernommen hatte. „Herr Matzhold war vom ersten Moment an von der neuen Benutzeroberfläche von Microsoft Dynamics CRM 3.0. begeistert. Auch die überarbeitete Benutzerführung gefiel ihm sofort“, erzählt DI Mark S. Kaslatner MBA, Geschäftsführer von k.section business solutions gmbh. Zusätzlich wurden Herrn Matzhold, so Kaslatner, auch noch ein paar Zusatzfeatures präsentiert, wie zum Beispiel die Integrationsmöglichkeit von Microsoft CRM mit der Lamda-Website oder das hauseigene Dataquality-Produkt. „Die Benutzerführung hat mich beeindruckt, wir wollten aber auch die Datenqualität sowie den Angebotsprozess verbessern. Und weil dies mit Microsoft Dynamics 3.0 möglich ist, war somit die Entscheidung für das Upgrade-Projekt gefallen“, bekräftigt Oliver Matzhold.

Lösung

Im Mai 2006 wurde das Upgrade auf die neue Version Microsoft Dynamics CRM 3.0 vollzogen. k.section konnte das Projekt ohne jegliche Stillstandzeiten für Lamda umsetzen, erklärt DI Kaslatner. „Da wir von jedem unserer Kunden eine Systemkopie bei uns im Haus haben, war es uns möglich, das Upgrade durchzuführen, ohne die wertvolle

Arbeitszeit von Lamda in Anspruch nehmen zu müssen.“ Lamda habe sich dadurch auch zusätzliche Hardwarekosten für ein Test- und Entwicklungssystem erspart. „Wir konnten dann den Rollout des Upgrades bei Lamda innerhalb nur eines Tages vor Ort vornehmen. Das Upgrade der Applikation verlief dabei völlig ohne Probleme, da wir schon bei der CRM-Systemeinführung vor zwei Jahren sehr nahe am Standard geblieben sind“, betont Kaslatler.

Nutzen

Mit Microsoft CRM alle definierten Ziele erreicht

In Österreich bearbeitet jeder Lamda-Mitarbeiter pro Tag bis zu rund 15 verschiedene Kunden im direkten Kontakt. Schon nach einem Monat der Nutzung von Microsoft CRM konnte eine deutlich gesteigerte Qualität und komfortablere Verfügbarkeit der Kundendaten festgestellt werden. Zusätzlich förderte die gegenüber den früheren Excel-Listen verbesserte Datenqualität den Informationsaustausch zwischen den Betreuern der Lamda-Kundengruppen „Endkunden“, „Wiederverkäufer“ sowie „Parts & Components“. CRM-Experte Mark Kaslatler: „Die täglich aktuellen Reports, die von Microsoft CRM zur Verfügung gestellt werden, informieren das Lamda-Management heute darüber, in welchem Kundenbereich interessantes Zusatzgeschäft entstehen könnte, über das früher aus purem Informationsmangel keiner Bescheid wusste.“

„Durch den Einsatz von Microsoft CRM sind sämtliche Kundenkontakt- und Kommunikationsschritte mit Informationsgehalt heute zentral rückverfolgbar und auf einen Klick verfügbar,“ lobt Oliver Matzhold die aussagekräftigen Reportingfunktionen des

CRM-Systems. Dass mit dem im Jahr 2004 neu implementierten CRM-System von Microsoft bereits alle gesetzten Ziele erreicht werden konnten, ist besonders erfreulich. So konnte die damals angepeilte Zeiteinsparung von 25 Prozent bei Kundenanfragen realisiert werden.

Matzhold: „Die Kollegen sind heute viel effizienter bei der Bearbeitung von Kundenanfragen und bei der Angebotslegung. Und weil sie wissen, was der Kunde bevorzugt, bereits gekauft hat oder eventuell noch plant, nutzen sie sehr aktiv die Möglichkeit, neue Produkte vorzustellen und dem Kunden schmackhaft zu machen.“ Auf Kundenwünsche werde heute entsprechend reagiert, individuelle Pakete werden geschnürt und Zusatzangebote offeriert, ergänzt Matzhold.

Mit Upgrade auf CRM 3.0 Datenqualität und Angebotsprozess verbessert

Die neue Version Microsoft Dynamics CRM 3.0 wird derzeit noch ausschließlich in Österreich von Mitarbeitern des Managements und des Vertriebs eingesetzt, erklärt Oliver Matzhold. Die erweiterte Nutzung an allen Standorten sei aber geplant. Das Feedback der Lamda-Mitarbeiter fällt besonders positiv aus, so Matzhold. So werde vor allem die Bedienung von Microsoft Dynamics CRM 3.0 als kinderleicht empfunden. „Die gewohnte und einfache Benutzerführung ersparte uns – wie bereits bei der ersten Version – die sonst üblichen Schulungskosten. Das wiederum wirkte sich positiv auf die Gesamtprojektkosten aus. Überhaupt machen die neue Benutzeroberfläche und Bedienung von Microsoft Dynamics CRM 3.0 das Arbeiten sehr angenehm.“

Das von k.section entwickelte AddOn mit der Bezeichnung „doc.merge“ würde auch eine Zeitersparnis mit sich bringen, sagt Matzhold. So können die Mitarbeiter nun auf

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

www.ksection.at

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

www.lamda.at

Knopfdruck Angebote inklusive der gewünschten Produkte und der aktuellen Preise in ein Word-Dokument übernehmen und dann in ein pdf-Dokument konvertieren. „Und dieses pdf kann dann einfach via E-Mail an die gewünschte Kontaktadresse versendet werden. Dieser Vorgang wird natürlich in der Aktivitätenhistorie automatisch mitgespeichert. Damit ist er jederzeit in übersichtlichen Vertriebsberichten nachzuvollziehen“, schließt Matzhold zufrieden.

Software and Services

– Microsoft Dynamics CRM 3.0

■ Products

© 2007 Microsoft Corporation. All rights reserved. This case study is for informational purposes only. MICROSOFT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, IN THIS SUMMARY. Microsoft, Active Directory, Windows, the Windows logo, Windows Server, and Windows Server System are either registered trademarks or trademarks of Microsoft Corporation in the United States and/or other countries. All other trademarks are property of their respective owners.

Document published Februar 2007

Microsoft®