



Microsoft Dynamics CRM Kundenreferenz



Thema: Customer Relationship Management (CRM)

Mit CRM zu mehr Servicequalität für die Mitglieder

Überblick

Land: Deutschland
Branche: Verbände & Vereine
Mitarbeiter: 60
Anzahl der PCs: 60

Unternehmen

Der ITK-Branchenverband BITKOM vertritt mehr als 1300 Unternehmen, dazu gehören fast alle Global Player sowie 600 Mittelständler. Die BITKOM-Mitglieder erwirtschaften 135 Milliarden Euro Umsatz. Damit repräsentiert der Verband rund 90 Prozent des deutschen ITK-Markts.

Software und Services

- Microsoft Dynamics CRM
- Microsoft Office SharePoint Server 2007

Partner

netzhaus aktiengesellschaft

„Mit Dynamics CRM profitieren wir von einer sukzessiv steigenden Transparenz und einer höheren Flexibilität. Zentrale Arbeitsabläufe sind nun effizienter, und wir haben deutlich mehr Möglichkeiten, unsere Kunden gezielt zu informieren.“

Dr. Axel Garbers, Geschäftsleitung Märkte & Kooperationen beim BITKOM

Der Internet- und Telekommunikations(ITK)-Branchenverband BITKOM vertritt mehr als 1300 Unternehmen. Hierzu gehören fast alle Global Player sowie 600 Mittelständler. Damit repräsentiert der Verband rund 90 Prozent des deutschen ITK-Markts.

Neben öffentlichkeitswirksamen Public Relations stehen die politische Lobbyarbeit, das „Networking“ und die Vermittlung von Fachinformationen ganz oben auf der BITKOM-Agenda. Weil die knapp 1000 Direktmitglieder einen konkreten Nutzen von der Verbandszugehörigkeit erwarten, arbeitet der Branchenverband kontinuierlich an seinen Services.

Anforderungen

Für Verbandsarbeit ist es wichtig, Kontakte sorgfältig zu pflegen und die Medienarbeit auf die Zielgruppen auszurichten. Zudem erfordert es ein professionelles Gremien- und Veranstaltungsmanagement inklusive Direktmarketing. „Ein Verband arbeitet anders als ein Unternehmen. Wir vermarkten keine Produkte, sondern Themen“, erklärt Dr. Axel Garbers, Geschäftsleitung Märkte & Kooperationen bei BITKOM.

Das detaillierte Wissen zu den einzelnen Kontakten war lange Zeit personengebunden gespeichert. Es gab ein Adress- und Eventmanagement-System, doch beide IT-Lösungen arbeiteten mit unterschiedlichen Datenbanken. Änderungen waren an mehreren Stellen manuell zu pflegen. „Bei der Vorbereitung von Mailingaktionen war man oft unsicher, wie aktuell die Daten sind. Dabei wirkt eine falsche Ansprache unprofessionell auf den Empfänger“, gibt Garbers zu bedenken.

Hinzu kamen technische Probleme: So mussten etwa größere E-Mailings in „Häppchen“ verschickt werden, damit sich die Software nicht am Datenvolumen verschluckt. Um die Schwachstellen zu beseitigen, wären aufwendige Individualprogrammierungen notwendig gewesen.

So begann BITKOM, sich nach einer CRM-Alternative umzusehen. Weil die Softwareauswahl bei einem ITK-Branchenverband immer auch ein Politikum ist, sicherte man sich die Unterstützung eines externen Beraters. „Die Suche sollte objektiv und transparent vonstattengehen. Zudem urteilt ein unabhängiger Dritter unvoreingenommen und kann Impulse für die Prozessoptimie-



Microsoft-Partner

netzhaus aktiengesellschaft
Ziolkowskistraße 8
14480 Potsdam
Tel.: 0331 55066-0
Fax: 0331 55066-99
E-Mail: info@netzhaus.ag
www.netzhaus.ag



Geschäftskundenbetreuung

Microsoft Deutschland GmbH
Konrad-Zuse-Straße 1
85716 Unterschleißheim
Tel.: 0180 5 672330*
Fax: 0180 5 229554*
E-Mail: btob@microsoft.com

*0,14 Euro/Min., deutschlandweit;
Mobilfunkgebühren können abweichen

„... geben“, begründet Thomas Klauß, Projektleiter Online-Medien & Wissensmanagement, das Vorgehen.

In dem mehrstufigen, offenen Auswahlprozess setzte sich Microsoft Dynamics CRM durch. „Wir wussten, dass es schwer wird, eine auf Verbände zugeschnittene Lösung zu finden. Dynamics CRM erzielte in den fünf wichtigsten Szenarien eine vergleichsweise hohe Übereinstimmung“, unterstreicht Klauß. „Zudem passt die Lösung zu unserem Systemumfeld.“ Den Zuschlag für die Implementierung erhielt der Microsoft-Partner netzhaus aktiengesellschaft. Die räumliche Nähe und die Erfahrungen im Verbandsumfeld gaben hier den Ausschlag.

Lösung

Die Implementierung begann im Mai 2008. Dabei lag die Herausforderung nicht allein auf technischem Gebiet. „Wir mussten den Bedenken der Mitarbeiter gegen eine neue, zentrale Anwendung begegnen und einzelne Prozesse neu abstimmen“, erklärt Garbers. Zudem galt es, inkonsistente Daten aus unterschiedlichen Quellen zusammenzuführen. „Drei Viertel des Aufwands betrafen das Change-Management und die Übernahme der Altdaten“, schätzt Garbers. Der Umstieg gelang dank intensiver Begleitung und zeitnaher Schulungen. Die Mitarbeiter wurden zudem früh eingebunden. Beim Softwarewechsel fielen mehr als 200 größere und kleinere Anpassungen an: Beispielsweise wurde das Veranstaltungsmanagement um Workflows für Zu- und Absagen ergänzt. Mit „Gremien“ und „Mitgliedschaften“ fügte das IT-Team zwei neue Objekte mit den daran gekoppelten Funktionen hinzu.

Die Struktur der knapp 170 Gremien und die Kontaktdaten der Gremienmitglieder wurden über eine Schnittstelle mit dem Mit-

gliederportal auf Basis von Microsoft Office SharePoint Server 2007 synchronisiert. „Self-Services sind für uns ein wichtiger Punkt, um die Kontaktdaten in unserem CRM zu aktualisieren und zu erweitern“, sagt Klauß. „Unsere Mitarbeiter müssen nun nicht mehr jeder Änderung nachrecherchieren.“

Weitere Anpassungen betrafen die Zusammenarbeit zwischen Microsoft Dynamics CRM und Microsoft Outlook sowie kleinere Details. „Dynamics CRM ist eine flexible Plattform. Sie ermöglicht es uns, auch in kommenden Projektphasen individuell auf die Anforderungen von BITKOM einzugehen“, betont Thomas Roschinsky, Solution Developer und Teamleiter Entwicklung bei netzhaus.

Nutzen

Seit September 2008 arbeiten rund 80 Prozent der BITKOM-Mitarbeiter mit Microsoft Dynamics CRM. Sie dokumentieren mit der CRM-Software Kommunikationsbeziehungen, managen Gremien oder planen Mailings, Kampagnen und Veranstaltungen. „Heute herrscht in allen Bereichen Transparenz, und wir haben mehr Möglichkeiten, gezielt zu kommunizieren“, bestätigt Garbers die positive Veränderung.

Hinzu kommt ein professionelles Berichtswesen. „Wenige Handgriffe genügen, um passive Mitglieder zu identifizieren oder die Präsenz auf Veranstaltungen zu analysieren. Über die erweiterte Suche können wir zu geplanten Reisen schnell Kontakte in der Nähe finden. Damit verbessern wir unseren Service“, betont Garbers. Diese Erfolge und die Flexibilität der Lösung bestätigten ihn darin, das Thema „CRM“ als „Work in Process“ zu sehen: Der nächste große Schritt ist die Anbindung an die Telefonanlage. Später wäre es denkbar, Kontakte auch mit Informationen aus dem Internet anzureichern.