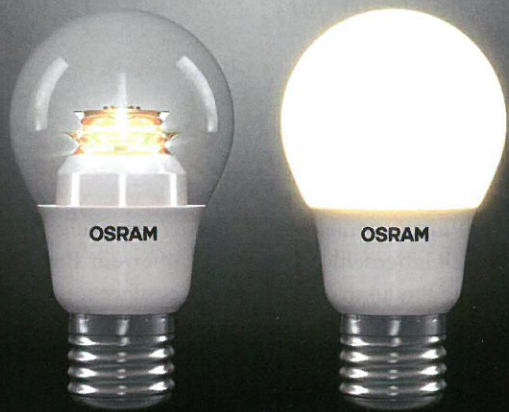


Interaktiv und stets aktuell

Projekte und Lösungen sind ein zunehmend wichtiger Geschäftsbereich in allen Gesellschaften der Osram Licht AG. Die Vertriebssteuerung erfolgte hier über umfangreiche Auswertungen des „SAP CRM“, die als „Powerpoint“-Präsentationen zeitaufwendig visualisiert wurden. Mit „SAP Business Objects Design Studio“ entwickelte Osrams langjähriges SAP-Haus SPV Solutions, Products, Visions jetzt interaktive Dashboards, um den Gesamtprozess zu optimieren.

Licht ins Planungsdunkel: Indem Vertriebsmitarbeiter die Opportunities, die sie betreffen, in gleicher Weise aufbereitet und dargestellt bekommen wie die Teamleiter ihre globalen Sichten, wird die Planung der eigenen Arbeit erleichtert.

Quelle: Osram



Von Ralf Heislmeier*

Es geht um Opportunities, um die Fragen, welche Geschäftsmöglichkeiten für Beleuchtungsprojekte sich wo erge-

ben und auf welche Projekte, Bemühungen und Ressourcen man sich vorrangig konzentrieren soll. In der Osram Zentrale in München wurde dafür das SAP-CRM-System ausgewertet und die Ergebnisse

einmal im Monat in Reports für die großen Absatzregionen der Welt zusammengefasst. Doch das war aufwendig: Die Erstellung der Powerpoint-Präsentation und ihrer circa 20 Varianten verschlang monatlich fünf Manntage. Gleichzeitig wurden so Auswertung und Datenbasis getrennt. Auch bei größter Sorgfalt waren Fehler unvermeidlich oder die Daten waren zum Zeitpunkt der Präsentation nicht mehr aktuell.

Automatisierte Auswertung

Mit SAP Business Objects Design Studio steht eine leistungsfähige Entwicklungsumgebung zur Verfügung, um Business Intelligence mit modernen Visualisierungen nutzbar zu machen. Die HTML5-UI-Technologie macht es dabei möglich, Dashboards durch Responsive Design auch auf Mobilgeräten mit unterschiedlichen Displaygrößen sinnvoll darzustellen. Um die Vertriebssteuerung im Osram-Projektgeschäft zu optimieren, ging es für SPV zum einen darum, die Vorteile interaktiver Dashboards gegenüber statischen Reports auszuschöpfen. Zum anderen sollte eine vielseitigere Nutzung der Informationen aus dem CRM ermöglicht werden.

Es war klar, dass die Auswertung der CRM-Daten für das Projekt „Global Opportunity Sales Dashboard“ über „SAP NetWeaver“ erfolgen würde. Doch wie sollten die umfangreichen Daten sinnvoll präsentiert werden? Dashboards bieten nur dort eine überlegene Visualisierung, wo sich die Auswertung auf wesentliche Zahlen beschränkt. Durch interaktive Filter ist es aber möglich, im SAP Business Objects Design Studio Dashboards so zu gestalten, dass mehrere Sichten im Sinne eines Drill-down zur Verfügung gestellt werden können. So bleiben die

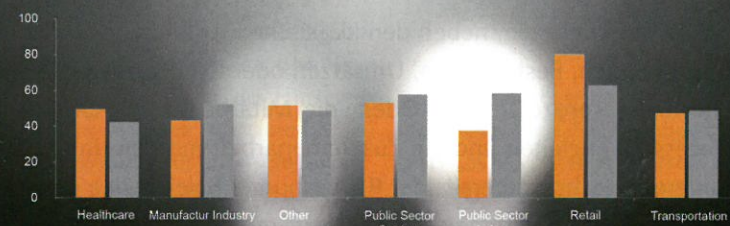
Plan-/Ist-Vergleich von Vertriebszielen, aufgespalten in ausgewählte Kundensegmente.

Quelle: SPV AG

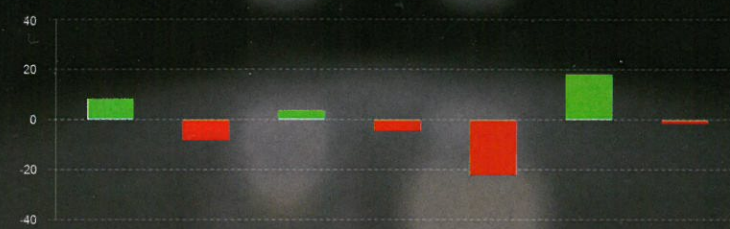
Management Reporting

Win Rate/Hit Rate – comparison per vertical [FY]

Win Rate [%] Hit Rate [%]



Win Rate/Hit Rate - deviation per vertical [FY]



Oberflächen schlank, werden nicht überfrachtet. In der Aufnahme der Anforderungen durch SPV wurden drei grundsätzliche nutzerbezogene Sichten festgelegt: Global Management, Regional Management und Self Management. Da sich die benötigten Informationen für die ersten beiden im Wesentlichen nur in den genutzten Datenbanken und -quellen unterscheiden, wurden diese Sichten in einem Dashboard zusammengefasst.

Filter beantworten die Fragen

Was sollten nun die Teamleiter von den Dashboards auf ihren PC-Bildschirmen und Tablets ablesen können, nach welchen Kriterien sollten die Daten aggregiert werden? Zentral bedeutsam waren hier Ansichten, um die Absatzmöglichkeiten nach Zahl und erwartetem Volumen zu überblicken. Des Weiteren müssen Abweichungen von den Planzahlen ersichtlich sein. Die erwarteten Absatzvolumina können, bezogen auf Geschäftsjahr oder global, zeitunabhängig betrachtet werden. Auch das Herunterbrechen auf Wirtschaftsregionen und Quartale war eine Anforderung. Wichtig ist bei der Betrachtung der Opportunities für Osram auch die Verteilung auf vertikale Marktsegmente wie etwa öffentlicher Sektor, verarbeitende Industrie oder Automotive.

Die innerhalb von drei Monaten realisierten Dashboards kamen bei den Osram-Teamleitern gut an – zu gut in gewisser Weise. Denn einmal mit dem komfortablen System vertraut, brachten die Nutzer Anregungen zu weiteren Verfeinerungen des Systems ein. Die vorhandenen CRM-Daten wurden also in Breite und Detail intensiver genutzt. Das Projekt wurde dafür um eine zweimonatige Change-Request-Phase verlängert, in der weitere interaktive Filter implementiert wurden. So ist heute ein

Osram setzt bei der Vertriebssteuerung auf CRM-Dashboards



bequemer Wechsel zwischen detaillierten Sichtweisen möglich, die je nach den Berechtigungen des Benutzers auf die Weltansicht über Wirtschaftsräume wie EMEA, Amerika und APAC auf Länder und schließlich auf einzelne Osram-Gesellschaften bezogen ist.

Für Projektleiter und Mitarbeiter

Während das Management Dashboard der interaktive, immer aktuelle Ersatz für die bisherigen Powerpoint-Reportings ist, bietet das Self Management Dashboard einen erheblichen Zusatznutzen zum Projekt „Global Opportunity Sales Dashboard“. Indem Vertriebsmitarbeiter die Opportunities, die sie betreffen, in gleicher Weise aufbereitet und dargestellt bekommen wie die Teamleiter ihre globalen Sichten, wird die Planung der eigenen Arbeit erleichtert. Als ein wichtiger Nebeneffekt zeigt sich: Weil alles im persönlichen Dashboard angezeigt wird, wird dem Mitarbeiter zugleich vor Augen geführt, was er im CRM gepflegt hat – und was unter Umständen nicht. Das Reporting auf Basis der eigenen Eingaben macht Schwächen sichtbar – es ist zu erwarten, dass das Self Management Dashboard dadurch die Datenqualität und -aktualität im CRM steigert.

Die Drill-down-Möglichkeiten auf Basis von aggregierten Live-Daten und die fortschrittliche Visualisierung machen Dashboard-Lösungen auf Basis von SAP NetWeaver und SAP Business Objects Design Studio zu einer Methode, Daten etwa eines CRM-Systems strategisch und operativ besser nutzbar zu machen. Der Bereich Projekte und Lösungen bei Osram jedenfalls nutzt diese Methode in der Vertriebssteuerung intensiv. (ap) @