

marketingIT / Best Practice

Prozessoptimierung

CRM-Dashboard für die Vertriebssteuerung bei Osram



Foto: Osram

27.10.2014. Projekte und Lösungen sind ein zunehmend wichtiger Geschäftsbereich in allen Gesellschaften der Osram Licht AG. Die Vertriebssteuerung erfolgte hier über umfangreiche Auswertungen des SAP Customer Relationship Management (CRM), die als Powerpoint-Präsentationen zeitaufwendig visualisiert wurden. Mit SAP Business Objects Design Studio entwickelte Osrams langjähriges SAP-Haus SPV

Solutions, Products, Visions AG jetzt interaktive Dashboards, um den Gesamtprozess zu optimieren.

Von Ralf Heislmeier

Es geht um Opportunities, um die Fragen, welche Geschäftsmöglichkeiten für Beleuchtungsprojekte sich wo ergeben 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 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 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 sollen die Daten aggregiert werden? Zentral 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 sehr 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 bequemer Wechsel zwischen detaillierten Sichtweisen möglich, die je nach den Berechtigungen des Benutzers von der Weltsicht über Wirtschaftsräume wie EMEA, Americas 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.

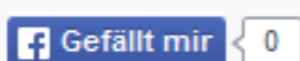
Über den Autor:

Ralf Heislmeier ist Key Account Manager bei der SPV Solutions, Products, Visions AG.

Verwandte Themen

- » Weiterentwicklung CRM: Plattform für Customer Experience Transformation von Aurea und Update Software
- » Praxis-Tipps: Coupons unterstützen die Neukundengewinnung
- » Kundenbeziehungsmanagement: „Mit dem Portal-CRM sehen wir eine Nische im Mittelstand“
- » Neues Service-Pack: CRM-Software mit branchenspezifischen Funktionen

ARTIKEL: Drucken Senden



SERVICES & SHOP

DATENBANKEN + MEDIEN

Marketing-Glossar

Hier gibt es die Begriffe zu den wichtigsten Themen der absatzwirtschaft-Welt [mehr »](#)



Jobs-Karriere

Recherchieren Sie rund 140 000 Jobs in Deutschland! [mehr »](#)



Marken-Lexikon

Prof. Dr. Karsten Kilians "Marken-Lexikon" mit über 1.000 Markenfachbegriffen [mehr »](#)

absatzwirtschaft-
Online-Newsletter



absatzwirtschaft

Jetzt anmelden!

Partnersites

fachmedien
und
mittelstand

Webangebote der Handelsblatt Fachmedien und der Verlagsgruppe Handelsblatt:

managementforum
Wirtschaftsseminare
Der Aufsichtsrat
Wirtschaft und Wettbewerb
IFRS-Fachportal
KoR
CORPORATE FINANCE Fachportal
Datenschutz-Berater
DER BETRIEB
DUB Unternehmensnachfolge
Handelsblatt
OrganisationsEntwicklung
WirtschaftsWoche

© Meedia GmbH & Co.KG 2014

Sitemap
Wir über uns
Kontakt
Mediadaten
Umfrage

Für die Richtigkeit der Angaben übernehmen wir keine Gewähr. Bitte beachten Sie auch die folgenden Seiten:

AGB
Datenschutz-Erklärung
Impressum

Nutzungsbasierte Onlinewerbung