

SUCCESS STORY



Konsumgüterindustrie | ORBIS Consumer Suite | Intersnack GmbH & Co. KG



Intersnack, Marktführer im Bereich salzige Snacks, verknüpft vertriebsrelevante Informationen mit der ORBIS Consumer Suite auf einer CRM-Plattform. Damit verschafft sich das Unternehmen eine 360-Grad-Sicht auf seine Kunden und kann die Betreuungs- und Beratungsaktivitäten vor Ort und in den Zentralen verbessern.

**ORBIS Consumer Suite
bei Intersnack**



Intersnack

Intersnack schafft klare Sicht auf den PoS seiner Kunden

„funny-frisch“, „Chio“, „POM-BÄR“ oder „goldfischli“ – diese Produkte gehören zur Markenwelt der Intersnack Knabber-Gebäck GmbH & Co. KG aus Köln, eines europaweit führenden Snackerherstellers. Das Unternehmen produziert allein in Deutschland pro Jahr 100.000 Tonnen feinsten Snacks und beliefert damit selbstständige Outlets und die Regiemärkte im Lebensmittelhandel.

Intersnack Knabber-Gebäck GmbH & Co. KG

Hauptsitz: Köln, Deutschland
Branche: Snack-Spezialitäten (Lebensmittelindustrie)
Unternehmensgröße: europaweit ca. 6000 Mitarbeiter,
1,5 Mrd. EUR Jahresumsatz
Web: www.intersnack.de

CRM-Daten auf einer Plattform gebündelt

Integrierte und transparente Vertriebsprozesse und ein effizientes Vertriebscontrolling gehören hier zu den geschäftskritischen Faktoren. Ein selbst entwickeltes CRM-System und diverse Excel-Listen konnten die Vertriebsprozesse nicht mehr zeitgemäß unterstützen. Speziell der indirekte Vertrieb glich in manchen Bereichen einer Blackbox. Es ließ sich kaum nachvollziehen, welche Produkte distribuiert sind und welche Märkte an Aktionen teilgenommen haben.

Für den Snackerhersteller hatte die Einführung der CRM-Branchenlösung ORBIS Consumer Suite, die auf Microsoft Dynamics CRM basiert, daher eine hohe strategische Bedeutung. Intersnack bündelt und konsolidiert auf der zukunftssicheren und skalierbaren CRM-Plattform nun alle vertriebsrelevanten Daten und kann sie dort strukturiert, einheitlich und in hoher Qualität verwalten. Die Installation erfolgte in enger Zusammenarbeit mit dem Implementierungs- und Beratungspartner ORBIS AG.

360-Grad-Sicht auf Kunden statt Blackbox

Durch den klaren Überblick über alle Vertriebsinformationen und -aktivitäten lassen sich die Einzelhandelsmärkte noch besser betreuen und beraten, was Kundenbeziehungen nachhaltig stärkt.

In der CRM-Lösung werden Informationen zu Aktionen, zur Aufnahme von Intersnack-Produkten in Kundensortimente, Nielsen-Daten zum Verbraucherverhalten, Mitarbeiterdaten, die Besuchs- und Aufgabenhistorie sowie PoS-Daten aus Kundenbesuchen

erfasst. Außerdem fließen Kunden-, Produkt- und Auftragsdaten aus dem zentralen SAP-ERP-System ein. Für deren reibungslosen Transport sorgt eine Interface-Software, die beide Anwendungen über Schnittstellen miteinander verknüpft, so dass im Gegenzug auch Aufträge und CRM-Daten zu Listungen und Aktionen in die ERP-Anwendung übertragen werden können.

Vertriebsdaten detailliert auswerten

Es lassen sich die Märkte von Einzelhandelskunden sehr genau klassifizieren und Aktionserfolge exakt messen. „Das sind wichtige Grundlagen, um das Vertriebsgeschäft zielgerichtet weiterzuentwickeln und Verkaufsprozesse noch erfolgreicher zu gestalten“, erläutert Susann Bader, Projektleiterin und Leiterin Vertrieb Innendienst bei der Intersnack Knabber-Gebäck GmbH & Co. KG.

Welche Marken und Artikel laufen in den Märkten besonders gut? Wie haben sich die Regale im letzten Monat entwickelt? Die Antworten auf diese und viele andere Fragen erhalten die mehr als 160 Endanwender – Vertriebsleitung, Key Account Manager, Bezirksverkaufsleiter und deren Vorgesetzte im Außendienst und der Vertriebsinnendienst – nun quasi per Knopfdruck.

Die aussagekräftigen und validen Kennzahlen für ein effektives Vertriebscontrolling liefert dabei – grafisch übersichtlich aufbereitet und gemäß Berechtigung – die vollständig in die CRM-Anwendung integrierte Business-Intelligence-(BI)-Lösung ORBIS iControl.



Per Mausklick wissen, was beim Kunden läuft

Da die Vertriebsprozesse jetzt weitgehend IT-gestützt laufen, werden das indirekte Lagergeschäft wie auch der Streckenhandel besser unterstützt. *„Ein Blick in das CRM-System genügt, und die Key Account Manager wissen genau, welche Märkte eines Handelskunden an einer Werbeaktion teilgenommen haben und wie erfolgreich sie in jedem einzelnen Markt verlaufen ist“*, verdeutlicht Susann Bader.

Auch Distributionslücken werden sehr schnell erkannt. Mit wenigen Mausklicks lässt sich feststellen, ob die einzelnen Märkte die vereinbarten Internack-Produkte im Sortiment haben.



Key Account eng mit Außendienst verzahnt

Dank effizienterer Vertriebsprozesse können Aktionen gezielter geplant und durchgeführt werden. Dabei sind die Key Account Manager heute sehr eng mit den Bezirksverkaufsleitern im Außendienst verzahnt. Das verbessert die interne Kommunikation, Abstimmungsprozesse konnten vereinfacht werden. Die Kundenbetreuer profitieren dabei von den umfassenden, exakten und detaillierten Informationen, die der Außendienst regelmäßig bei Kunden erhebt und über einen täglichen Synchronisierungsprozess an die zentrale CRM-Datenbank übermittelt.

„Anhand der PoS-Daten im CRM-System können wir das komplette Kundenuniversum besser klassifizieren, Managemententscheidungen vorbereiten und Maßnahmen gezielter steuern“, verdeutlicht Susann Bader.

Intelligentes Offline-Szenario umgesetzt

Damit der Außendienst möglichst viele Informationen komfortabel erfassen kann, hat Internack die Mitarbeiter mit Convertible-Laptops ausgestattet und ein intelligentes, mobiles Offline-Szenario mit durchgängigen CRM-Prozessen und einem Besuchsberichts-wesen realisiert. *„Auf diese Weise bündeln wir die Vielfalt der Informationen aus der Hauptverwaltung und dem Key Account zu Produkten, Aktionen und Leistungen sowie das Kundenwissen aus den Köpfen der Außendienstmitarbeiter in einer CRM-Lösung“*, erläutert Susann Bader. Hierbei erwies sich die vollständige Integration der ORBIS Consumer Suite in Microsoft Outlook als besonderer Vorzug, denn die diversen Daten lassen sich vor Ort offline über einen Outlook-Client am Laptop erfassen, speichern, bearbeiten und bei Bedarf um zusätzliche Angaben ergänzen.

„Mit der CRM-Anwendung haben wir die notwendigen Grundlagen für eine 360-Grad-Sicht auf unsere Kunden geschaffen, um Besuche, Listungen, Aktionen, Point-of-Sale-(PoS)-Daten oder andere Maßnahmen noch effektiver und damit wirtschaftlicher planen, koordinieren, durchführen und kontrollieren zu können.“

Susann Bader, Projektleiterin und Leiterin Vertrieb Innendienst, Internack Knabber-Gebäck GmbH & Co. KG

Vertriebsauswertungen lassen sich nicht nur online abrufen, wenn eine Verbindung zum Datenbankserver besteht, sondern auch offline durch den Außendienst direkt vor Ort beim Kunden. Das ist ein Quantensprung, denn damit können Fragen der Marktleiter nach konkreten Zahlen jederzeit beantwortet und diskutiert werden.

Mehr Raum für Kernaufgaben

Dank der durchgängigen IT-Unterstützung lassen sich Kundenbesuche schneller vorbereiten wie früher.

Susann Bader: *„Unterstützt von den Prozessmöglichkeiten der CRM-Lösung, den Beratern von ORBIS und der eigenen IT haben wir bereits viel erreicht. Wir haben seit der Systemeinführung schon weitere Prozesse, zum Beispiel die Abbildung von Werbematerial und die Garagenbelieferung für den Außendienst erfolgreich integrieren können.“* Für 2013 ist die Migration auf die aktuelle Version der ORBIS Consumer Suite auf neuer Hardware geplant.



SUCCESS STORY

Konsumgüterindustrie
ORBIS Consumer Suite
Intersnack GmbH & Co. KG

Kontakt

ORBIS AG

Nell-Breuning-Allee 3-5
66115 Saarbrücken

Tel.: +49 (0)6 81/99 24-0

Fax: +49 (0)6 81/99 24-222

Internet: www.orbis.de

eMail: info@orbis.de

