



**bilstein group**

# Zentrale Vertriebssteuerung mit digitaler Kundenakte

Kontakte erfassen, Besuchsprotokolle hinzufügen und Produkt-Kampagnen zielgerichtet auspielen: Das alles erledigen Vertrieb und Marketing der bilstein group in einem System. Account Manager und Marketingverantwortliche lassen sich direkt im Tool hinterlegen und Aufgaben an Mitarbeiter delegieren. Seit der global tätige Mittelständler ein weltweit einheitliches CRM einführt, sind Verkaufsprozesse effizienter und Vertrieb und Marketing kollaborieren eng.

## **Integrierte CRM-Lösung statt Insellösung**

Die 21 Tochtergesellschaften und die lokalen Vertriebsseinheiten der bilstein group agierten bisher weitestgehend voneinander unabhängig. Wichtige Kundendaten verwalteten Vertriebler oft dezentral. Wann der nächste Kundenbesuch stattfinden sollte und welche neuen Produkte bei welchen Kunden beliebt waren, wusste oft nur der zuständige Ansprechpartner. Die Folge: Inkonsistente Kundendaten, ineffiziente Vertriebsprozesse und kein zentraler Zugriff auf Informationen und Statistiken für zielgerichtetes Marketing.

Um neue Kontakte und Kundenwünsche besser bearbeiten zu können, entschied sich das Unternehmen ein CRM-System konzernweit einzuführen.

## **Deutsche Telekom und bilstein group**

**Die Aufgabe:** Wichtige Kundendaten haben die lokalen Landesgesellschaften der bilstein group oft dezentral verwaltet, wodurch ein einheitlicher Blick auf Kunden nicht möglich war. Die Folge: Ineffiziente Vertriebsprozesse und kein zentraler Zugriff auf Kunden und Zahlen für zielgerichtetes Marketing.

**Die Lösung:** Die Unternehmensgruppe installierte gemeinsam mit der Telekom die Salesforce Sales und Marketing Cloud. Kundendaten und den Kommunikationsverlauf zwischen Vertrieb und Kunden erfassen Mitarbeiter nun im flexiblen, cloudbasierten CRM-System.

**Die Vorteile:** Die gemeinsame Datenbasis für sämtliche Kunden und Ansprechpartner ermöglicht eine abteilungs- und länderübergreifende Zusammenarbeit. Vertrieb und Marketing profitierten vom einheitlichen Blick auf Kunden und arbeiten effizienter und transparenter zusammen.



**ERLEBEN, WAS VERBINDET.**

## Volle Transparenz und bessere Kollaboration

Gemeinsam mit der Deutschen Telekom suchte die bilstein group nach einer CRM-Lösung mit guter User Experience und passenden Schnittstellen zum vorhandenen ERP-System – weshalb die Entscheidung für die Salesforce Sales Cloud fiel. Nach der Einführung einer ersten, weitestgehend standardisierten CRM-Lösung mit 50 Nutzern aus Frankreich und Deutschland weitete die bilstein group das CRM-System sukzessive um neue Anwendungen, Daten und Nutzungslizenzen aus. Heute arbeiten 200 Nutzer aus Vertrieb und Marketing mit der CRM-Software aus der Cloud. Neben Kundendaten und dem Kommunikationsverlauf zwischen Vertrieb und Kunden können die Nutzer nun abteilungs- und länderübergreifend im CRM direkt Aufgaben erstellen und Kollegen zuweisen, Termine anpassen und jederzeit die Vertriebspipeline einsehen und verwalten. „Die Sales Cloud ermöglicht uns interne Vertriebsprozesse global zu standardisieren, so können Mitarbeiter viel schneller auf Kundenwünsche reagieren“, sagt Christos Theodosiou, Leiter Sales Development Zentral Europa bei der Ferdinand Bilstein GmbH + Co. KG.

## Passgenaues Marketing aus der Cloud

Um Marketing und Vertrieb enger zu verzahnen, nutzt das Unternehmen zusätzlich die Marketing Cloud. Zum Einsatz kommt das Tool unter anderem zur Lead-Erfassung auf Messen. Mitarbeiter erfassen in digitalen Formularen zwei wesentliche Informationen: die Kontaktdaten potenzieller Neukunden und welche Bereiche des bilstein group-Portfolios besonders interessant für sie sind. Die Antworten lassen sich per Knopfdruck in das CRM einpflegen. Das spart Zeit und ist weniger fehleranfällig.

Die cloudbasierte Plattform ermöglicht dem Marketing-Team außerdem, den integrierten E-Mail-Versand an Leads und Kontakte und die Erstellung personalisierter Newsletter – auf Basis der im CRM-System hinterlegten Kundeninformationen. Inkonsistente Kundendaten und Datensilos gehören damit der Vergangenheit an: Über ein Dashboard kann jede Abteilung die vorhandenen Kundendaten einsehen – von Verträgen und Umsätzen bis hin zu Einladungen und Conversion Rates.



## bilstein group: Ein Ersatzteilspezialist mit hauseigener Produktion

Mit 21 Tochtergesellschaften und Vertretungen in mehr als 170 Ländern zählt die Ferdinand Bilstein GmbH + Co. KG zu den weltweit führenden, herstellerunabhängigen Anbietern von Autoersatzteilen. Gegründet 1844, bietet die in siebter Generation familiengeführte Unternehmensgruppe mehr als 60.000 verschiedene Ersatzteile für die professionelle Fahrzeugreparatur. Der Hersteller und Lieferant vereint unter dem Dach der bilstein group die bekannten Produktmarken febi, SWAG und Blue Print.

### KUNDENSTECKBRIEF

**Name:** Ferdinand Bilstein GmbH + Co. KG

**Gründung:** 1844

**Hauptsitz:** Ennepetal

**Mitarbeiter:** ca. 2.100

# bilsteingroup®

### Kontakt:

Persönlicher Kundenberater  
freecall 0800 33 01300  
[www.telekom.de/geschaeftskunden](http://www.telekom.de/geschaeftskunden)

### Herausgeber:

Telekom Deutschland GmbH  
Geschäftskunden  
Landgrabenweg 151  
53227 Bonn



ERLEBEN, WAS VERBINDET.