

Makellose Kunden- zentrierung dank Vertriebsdigitalisierung mit Salesforce



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

M M S

EXPERIENCE
BEYOND
DIGITAL

Nichts ist so beständig, wie die Veränderung. Jene Veränderungen waren es, die auch Schwan Cosmetics vor neue Herausforderungen stellten. Der global agierende Kosmetikhersteller, mit Werken auf nahezu allen Kontinenten der Erde, reagierte auf die sich wandelnde Marktdynamik und zunehmende Individualisierung von Kundenanforderungen in Verbindung mit einer gestiegenen Kundenzentriertheit. Mit der Einführung der Salesforce Sales Cloud in nur sieben Monaten treibt Schwan Cosmetics die Digitalisierung unermüdlich voran. Begleitet wird dies durch ein Change Management, das insbesondere vor dem Hintergrund der pandemiebedingten Einschränkungen als beispiellos bezeichnet werden kann.

ÜBER SCHWAN COSMETICS

Schwan Cosmetics ist Erfinder und Spitzenreiter in der Entwicklung und Fertigung von Kosmetikstiften und zählt mehr als 2500 Mitarbeiter*innen weltweit. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Heroldsberg bei Nürnberg und ist mit neun Produktionsstätten in acht Ländern vertreten. Der Private-Label-Produzent ist eine hundertprozentige Tochter des international tätigen Familienunternehmens Schwan-STABILO.

AUSGANGSSITUATION

So individuell wie die Menschen, die die Kosmetikstifte von Schwan Cosmetics nutzen, ist auch der Entstehungsprozess neuer Produkte. In diesem Vertriebsprozess begleitet das Sales Team die Kunden von Schwan Cosmetics – namhafte Kosmetikfirmen – als Ansprechpartner vom Kennenlernen des Produktportfolios bis hin zur Beauftragung des maßgeschneiderten Produktes. Um die Kunden noch intensiver und bedarfsgerechter betreuen zu können und dem global aufgestellten Sales Team in einem immer dynamischer werdenden Markt- und Kundenumfeld eine stärker vernetzte Zusammenarbeit zu ermöglichen, setzte Schwan Cosmetics auf digitale Unterstützung. Bis vor kurzem dokumentierte das Sales Team alle Inhalte rund um die Kunden manuell, unter anderem in Excel-Tabellen. Vor dem Hintergrund der Schnellebigkeit, höheren Kundenerwartungen und Individualisierung entschied sich der Kosmetikhersteller für den Aufbau eines vernetzten Vertriebs, mit einer einheitlichen Datengrundlage für die Kundengewinnung und -betreuung. Ein übergreifendes Berichtswesen sollte die Vertriebsverantwortlichen außerdem bei einer effizienteren Vertriebssteuerung unterstützen und die benötigten Prognosemöglichkeiten zur Verfügung stellen.

LÖSUNG

Im Rahmen der Lösungsfindung entschied sich Schwan Cosmetics für die Einführung eines CRM-Systems auf Basis der Salesforce Sales Cloud. Die Prämisse lautete dabei, nah am Salesforce-Standard zu bleiben und im Zweifelsfall die eigenen Vertriebsprozesse zu hinterfragen und anzupassen. Im Anschluss an eine detaillierte Business-Analyse und Anforderungsspezifikation begann das Projekt auf Basis eines Minimum-Viable-Product-Ansatzes (MVP). Im Projektverlauf fand eine Integration des SAP ERP zur Datensynchronisation von Bestandskunden nach Salesforce statt, sowie eine Übertragung von Interessentendaten von Salesforce nach SAP ERP, wenn diese zum Neukunden werden. Weiterhin wurde eine Integration von SAP BW nach Salesforce zur Darstellung von Kennzahlen umgesetzt. Darüber hinaus erfolgte eine Outlook-Integration sowie Anbindung an weitere relevante Anwendungen von Schwan Cosmetics, z. B. den ebenfalls durch die T-Systems MMS umgesetzten Color Visualizer.

Bereits nach sieben Monaten war die Salesforce Sales Cloud als initiale CRM-Anwendung in englischer Sprache für 150 Anwender im Vertrieb an den Hauptstandorten Deutschland, Tschechien, USA, Brasilien, Kolumbien, Mexico und China live.



Denise Jurrat

Vice President Global
Customer Loyalty
Management
Schwan Cosmetics

Es hat Spaß gemacht mit euch das Projekt durchzuführen. Alle Teammitglieder waren stets lösungs- und zielorientiert mit pragmatischen Ansätzen und haben uns sehr schnell verstanden und Themen entsprechend umgesetzt. Jeder hat seine/ ihre Rolle sehr gut ausgefüllt und ist immer proaktiv mit klaren Vorschlägen auf uns zugegangen. Die Pandemie und deren Auswirkungen haben dieses Projekt sicherlich zu einer besonderen Herausforderung gemacht, die ihr sehr professionell gemeistert habt. Wir sind uns sicher, dass das System bei uns ein voller Erfolg wird!

KUNDENNUTZEN

Mit der Konsolidierung und Zentralisierung der Kundendaten in Salesforce hat der Vertrieb von Schwan Cosmetics zu jederzeit, an jedem Ort und über jedes Device einen 360-Grad-Datenblick auf alle Kunden, mit denen er nun noch bedürfnisgenauer und schneller individuelle Produkte und Lösungen abstimmen kann. Ein erweitertes Verständnis des Kundenstammes wird zudem durch die Verfügbarkeit aller Bestandskundendaten erreicht, mit denen Kundenanalysen, gefiltert nach Segmenten oder gewünschten Kennzahlen, vorgenommen werden können. Schwan Cosmetics ist damit in der Lage, Vertriebsaktivitäten effizienter zu planen und stärker an KPIs auszurichten. Auch für Abteilungen ohne direkten Kundenkontakt sind die Kunden von Schwan Cosmetics, dank der einheitlichen Datenbasis, in ihren Bedürfnissen greifbarer geworden. Dies trägt erheblich zur Kundenzentriertheit bei.

Einen großen Erfolg verzeichnete Schwan Cosmetics nach der Einführung mit einer hohen Nutzerquote. Diese kommt allerdings nicht von jeher, sondern ist einem einzigartigen Change Management zu verdanken, welches schon vor Pandemiezeiten ins Leben gerufen wurde. Die frühzeitige Einbindung der künftigen Anwender bei der Auswahl der Technologie, der Einsatz von unternehmensinternen Promotern samt regelmäßigen Feedbackrunden sowie die hohe Informationstransparenz in verschiedenen Kanälen in den sieben Monaten der Projektlaufzeit trugen dazu bei, dass das neue Salesforce CRM heute in hohem Maße akzeptiert und mit starker Motivation genutzt wird.

Ihr Ansprechpartner

Christian Schröder

Senior Sales Manager

T-Systems MMS

Mobil: +49 160 93300277

E-Mail: christian.schoeder@t-systems.com

Mehr Informationen unter <https://salesforce.t-systems-mms.com>



ERLEBEN, WAS VERBINDET.