

Integration von SAP S/4 HANA mit SAP CX

Diese Chance wird bei der SAP S/4-Transformation oft verpasst

Wer früh an CX-Prozesse rund um CRM und Co. denkt, ist nachhaltig erfolgreicher



Diesen Fehler machen viele: Das SAP S/4HANA Projekt wird geplant, ohne die Anbindung der kundenorientierten Systeme zu berücksichtigen. Das Resultat sind komplexe Folgeprojekte, Effizienzverluste und fehlende Kundentransparenz. Machen Sie es besser: Gestalten sie die S/4-Transformation von Beginn an als Booster für CRM, eCommerce und Co.

Ausgangslage

Sie planen Ihr SAP ERP System auf SAP S/4HANA transformieren? Haben Sie eines oder mehrere der folgenden Systeme/Module im Einsatz?

- SAP ERP CS
- SAP CRM onpremise
- SAP Sales Cloud
- SAP CPQ
- SAP Service Cloud
- SAP Field Service Management (FSM)
- SAP Commerce Cloud
- SAP Marketing Cloud / Emarsys

Dann sollten Sie handeln und ihre Architektur so gestalten, dass ihre Systeme auch nach der S/4-Transformation als Ganzes funktionieren.

Warum CX-Prozesse parallel zu S/4 umsetzen?



Nahtlose Integration: Werden CX-Prozesse und Systeme während der S/4-Transformation berücksichtigt, sind entsprechende Integrationen, Anpassungen und Konfigurationen deutlich besser planbar und müssen kein zweites Mal angefasst werden. Dadurch werden potenzielle Herausforderungen minimiert.



Zeit- und Ressourceneffizienz: Die gleichzeitige Umstellung spart Zeit, da bereits während der S/4-Transformation entsprechende Prozesse optimiert werden. Dies vermeidet spätere Anpassungen, die zusätzliche Zeit und Ressourcen erfordern würden.



End-to-End Grundlage: Wenn CX-Prozesse gleichzeitig mit der S/4HANA-Transformation umgestellt werden, kann deutlich leichter die Grundlage für einen ganzheitlichen Ansatz, das heißt die nahtlose Vernetzung von eCommerce, Marketing, Sales und Service gelegt werden.



Vermeidung von Unterbrechungen: Separate Umstellungen nach der S/4HANA-Transformation können den normalen Betrieb des Unternehmens unterbrechen. Durch eine parallele Umstellung können Veränderungen dagegen kontrolliert und schrittweise eingeführt werden.



Bessere Mitarbeiterakzeptanz: Mitarbeiter durchlaufen während einer S/4-Transformation bereits einen Change-Prozess. Durch eine parallele Umsetzung und schrittweise Heranführung kann frühzeitig die Akzeptanz von CX-Systemen angegangen und damit beschleunigt werden.



Zukunftssicherheit: CX-Prozesse bereits in der S/4-Transformation zu berücksichtigen ermöglicht Unternehmen eine agilere Anpassung an sich ändernde Marktbedingungen.



Direkter Einfluss auf Unternehmensziele: CX-Systeme tragen unmittelbar zu Kundenzufriedenheit und damit Umsatz des Unternehmens bei. Kommt es wegen mangelhafter Integration in das S/4 zu Datenaustauschproblemen, könnten Fachbereiche über längere Zeiträume nicht effizient genug gesteuert werden.

Ein häufiger Fehler

Für viele Unternehmen ist die S/4-Transformation aktuell eines der größten und wichtigsten Projekte. Dabei liegt der Fokus meist auf dem S/4HANA System selbst. Die Umsysteme werden nur am Rande betrachtet, in der Annahme, dass diese nach erfolgreicher Transformation einfach wieder angebunden werden können. Allerdings kann sich diese Annahme gerade bei der Integration von CX-Systemen als Irrtum erweisen. Mit S/4HANA ändert sich zum Beispiel das Geschäftspartner-Konzept radikal, was sich auch auf die CX-Systeme auswirkt, schließlich sind Kundenstammdaten die Basis für jegliche kundenorientierten Prozesse. Daher lohnt es sich, frühzeitig die Auswirkungen auf die umliegenden Systeme wie Sales und Service Cloud, FSM oder Commerce Cloud zu prüfen.

Außerdem kann im Rahmen der S/4-Transformation die Chance genutzt werden, bestehende CX-Prozesse zu überdenken oder Altsysteme (wie SAP CRM onpremise) abzulösen.

Die parallele Integration von CX-Lösungen während der S/4HANA-Transformation erfordert allerdings zusätzliche Planung und Koordination. Es sollte eine klare Roadmap und eine umfassende Strategie geben, um sicherzustellen, dass sowohl die S/4HANA-Transformation als auch die CX-Optimierung erfolgreich umgesetzt werden können.

Hier sind drei Schritte, die absolut unerlässlich sind.

In drei Schritten zur CX-optimierten S/4-Transformation

1.

Analyse der aktuellen Systeme, Prozesse und Daten und Betrachtung des Transformationsansatzes (Brown Field, Blue Field, Green Field) mit ERP-Dienstleister.

Das Ziel: eine umfassende Dokumentation der aktuellen Ist-Situation bzgl. der SAP CX Systeme und der Schnittstellen

2.

Vorbereitung einer möglichen zukünftigen Architektur für Kunden auf Basis der heutigen Systemlandschaft.

Das Ziel: eine umfassende Dokumentation des Soll-Konzeptes inklusive der notwendigen Schnittstellen, Prozesse und Daten in den verschiedenen Systemen, inklusive einer Betrachtung der Middleware (SAP PI bzw. SAP Business Technology Platform Integration Suite)

3.

Definition möglicher Projekte, abhängiger Projekte und deren Planung, insbesondere SAP S/4 HANA

Das Ziel: Planung der notwendigen Maßnahmen und ggf. Projekte hinsichtlich Timeline, Ressourcen, Kosten

In drei Schritten zur CX-optimierten S/4- Transformation

1.

Ist-Analyse

**Aktuelle System-
landschaft und
Prozesse**

3.

Planung

**Roadmap-
Planung**

2.

Soll-Konzept

**Zukünftige
Architektur**

Zwei Beispiele mit konkreten Ergebnissen

**Das S/4-Projekt wird geplant.
Im Einsatz ist bereits eine SAP Sales
Cloud mit Anbindung an das bestehende
SAP ERP
System**

Mögliches Ergebnis:

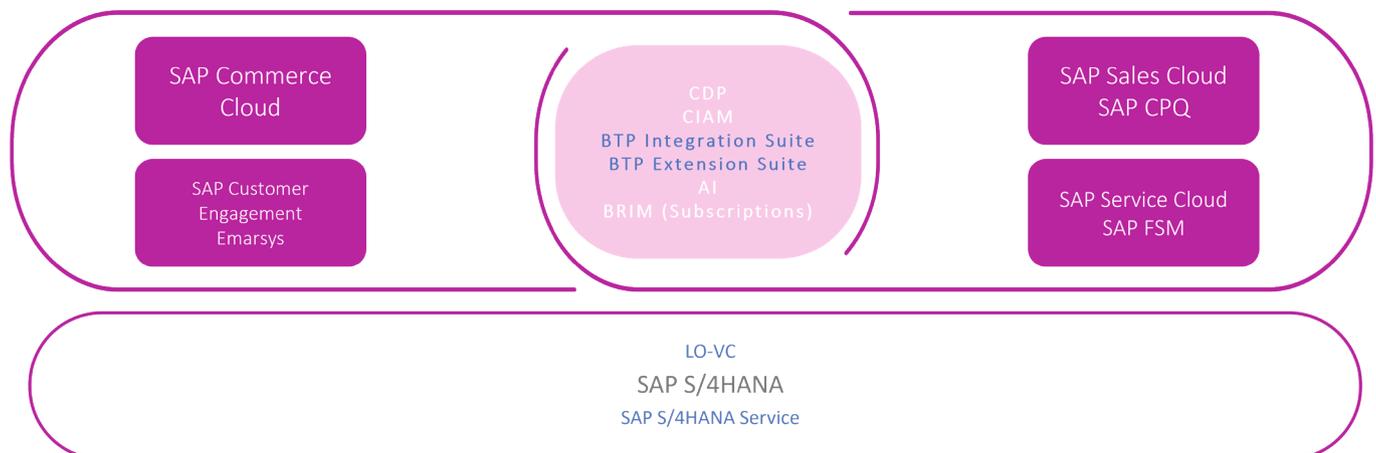
- Aufsetzen einer Sandbox für SAP Sales Cloud
- Unterstützung bei CVI
- Umstellung der Schnittstellen (bzgl. Stammdaten)
- Monitoring der Replikation der Business Partner

**Das S/4-Projekt wird geplant. Im Einsatz
ist bereits eine SAP Commerce Cloud mit
Anbindung an SAP ERP**

Mögliches Ergebnis:

- Aufsetzen einer Sandbox für SAP Sales Cloud
- Unterstützung bei CVI
- Umstellung der Schnittstellen (bzgl. Stammdaten)
- Monitoring der Replikation der Business Partner

Customer Experience Vision: Nahtlose Vernetzung mit SAP S/4HANA



Fazit

Für viele Unternehmen ist die Transformation zu SAP S/4HANA das entscheidende IT-Zukunftsprojekt der nächsten Jahre. Die frühzeitige Berücksichtigung von SAP Customer Experience sollte dabei nicht als optionaler Schritt angesehen werden, sondern als eine notwendige Investition in die Zukunftsfähigkeit der gesamten IT-Infrastruktur. Unternehmen, die CX als integralen Bestandteil der S/4-Transformation betrachten, gewinnen nicht nur Effizienz, reibungslosere Abläufe und bessere Integrationen, sondern auch schnellere User-Akzeptanz, höhere Kundenzufriedenheit und nachhaltige Wettbewerbsvorteile.



Autor

Fabian Huber ist bei Sybit verantwortlich für den Bereich Business Consulting. Seit mehr als 15 Jahren ist er im Bereich digitale Kundenprozesse und E-Business zu Hause und setzt seine umfangreichen Kenntnisse zielorientiert für unsere Kunden in Strategieentwicklung, Beratung und Konzeption ein. Für ihn spielen Integration und Vernetzung aller Prozesse in Sales, Service und Marketing die entscheidende Rolle für langfristige Kundenbeziehungen.

Über Sybit



We create CX champions! Vom KI-gestützten CRM bis zum umfassenden Kundenportal: Die Sybit GmbH ist darauf spezialisiert, Customer Journeys End-to-End zu gestalten. Ob Lösungen für Vertrieb, eCommerce, Service oder Marketing: Sybit ist der Partner für ganzheitliches Customer Experience Management mit SAP. Als Top 20 Digitalagentur in Deutschland und SAP Platinum Partner vertrauen uns über 500 Konzerne und weltweit agierende mittelständische Unternehmen. Wir verantworten mit über 350 engagierten Mitarbeitenden das CX-Business innerhalb der NTT DATA Business Solutions Group, vom Hauptsitz in Radolfzell am Bodensee und deutschlandweit mehreren Niederlassungen.

Wir sind nur einen Anruf entfernt!



Jennifer Bertsche
Inside Sales Executive
+49 7732 9508-2000
sales@sybit.de

Sybit GmbH
St.-Johannis-Str. 1-5
78315 Radolfzell
www.sybit.de

