



Success Story

Smarte Fabrik, smarter Vertrieb

5 Gründe, warum Balluff
auf die Sales Cloud setzt

BALLUFF

Digitaler Pionier

Von der einstigen mechanischen Reparaturwerkstatt für Fahrräder, Motorräder und Nähmaschinen zum digitalen Pionier: Das ist Balluff.

Ein mittelständisches Unternehmen, seit vier Generationen familiengeführt, das zu einem führenden Global Player im Bereich Automatisierungslösungen gewachsen ist. Ein Unternehmen, das nicht nur seine Kunden und die Industrie mit Smart-Manufacturing-Lösungen bei der Digitalisierung vorantreibt. Sondern auch die eigene digitale Transformation. In der Produktion – und im Office. Bestes Beispiel: der Vertrieb. Balluff ist weltweit mit insgesamt 38 Niederlassungen vertreten. Das Unternehmen hat den Anspruch, seine Kunden vor Ort individuell in ihren Herausforderungen zu unterstützen und dabei eine einheitlich hohe Qualität in der Beratung und im Service zu bieten. Deshalb hebt Balluff die Vertriebsprozesse mit der SAP Sales Cloud weltweit auf ein neues Level. Für das Unternehmen gab es einige Gründe, auf die Cloud-basierte IT-Lösung umzusteigen.



Aus Big Data wird Smart Data

Daten sind das Gold des 21. Jahrhunderts. Die Herausforderung: die vielen Informationen intelligent miteinander zu verknüpfen und auszuwerten. Dabei ist die Situation in vielen Unternehmen ähnlich wie bei Balluff: Das Altsystem, in diesem Fall das SAP CRM On-premise, ist über die Jahre gewachsen, die Features fragmentiert. Je größer das Unternehmen wird, desto größer ist die Ge-

fahr, dass einzelne Gesellschaften das System lokal weiterentwickeln und Daten lokal speichern. Für Balluff war klar: Der Umstieg auf ein zentralisiertes System in der Cloud sollte der Anstoß sein, die Datengrundlagen zu analysieren, die Datenqualität zu erhöhen und für eine transparente und konsistente Verwendung zu sorgen. Schließlich sind gut gepflegte, zentrale Stammdaten die Grundlage für ein aussagefähiges Reporting – und für zukunftsfähige Unternehmensentscheidungen.

Highlights

- Globaler Ansatz: Ein Template in allen Vertriebsniederlassungen mit Kundenstamm, Leads, Opportunities, Angeboten, Aktivitäten, Besuchen
- Anbindung einer von Balluff eigenentwickelten Messe-App
- Neudefinition Leadqualifizierungsprozess
- Quote-Tracking Prozess zur Nachverfolgung von Angeboten durch den Vertrieb anhand eines dynamischen Regelwerks
- Übertragung Webshop Informationen via SAP ERP ins C4C
- Integration der SAP Analytics Cloud als zentrales Reporting Tool inkl. Mashup-Integration für ein nahtloses Nutzererlebnis
- Erfassung Kundenpotentiale auf Basis von Produktgruppen
- Abbildung Sample Order Prozess für Musterversand und -verfolgung
- Abbildung von Kundenzufriedenheitsumfragen über Sales Cloud Kampagnen

Integration mit ERP

- Bidirektional: Kundenstammdaten mit spezieller Schnittstelle aus ERP, um die Organisationsdaten analog dem ERP ermitteln zu können
- Unidirektional: Mitarbeiter, Materialstamm, Materialhierarchie, Angebote, Aufträge, Kundenhierarchie
- Opportunity-Preisabfrage und Angebotsüberleitung ins ERP
- Mehrere Business-One Integrationen als Multi-Backend-Szenario zur globalen Einbindung von kleineren Niederlassungen in das Global Template und somit dem Vertriebsprozess

Schnittstellen

- Zur SAP Analytics Cloud für Reporting: Die SAP Analytics Cloud (SAC) ist eine cloudbasierte Analyselösung der SAP, die Daten detailliert aufbereitet, analysiert und visualisiert – sowohl im Webbrowser als auch mobil. So kann Balluff die Fülle an Daten und Informationen effizient und sinnvoll verarbeiten, verknüpfen und auswerten. Die einzelnen Vertriebsmitarbeiter finden somit eingebettete Analyse Dashboards zu ihren Aufträgen. Zudem wird ein globales Vertriebsreporting über die SAC ermöglicht.
- Ins ERP zur Darstellung von Service-Meldungen
- Ins ERP zur Darstellung von Finanzdaten am Kunden
- Zu der Balluff Sales-App, um Stammdaten aus der Sales Cloud abzufragen und um Leads in der Sales Cloud anzulegen

Balluff GmbH



Sensortechnik und Automation



Hauptsitz: Neuhausen auf den Fildern



rund 3.600 Mitarbeitende



410 Mio. € Umsatz



Eingesetzte Lösungen:
SAP Sales & Service Cloud, AMS

Grund 2

Modernes User-Design statt Excel-Tabellen

Daten sind also Gold wert. Damit diese Daten auch gepflegt werden, ist die User Experience entscheidend. Waren Daten vorher Silo-artig verteilt – etwa über verschiedene Excel-Tabellen – bietet die SAP Sales Cloud bei Balluff im Vertrieb, Produktmanagement sowie im Business Development ein zentrales System mit intuitiver Benutzerführung und modernstem User-Design. Und auch nach der Corona-Pandemie lässt sich damit mobil arbeiten: Die Balluff-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können standortunabhängig vom Tablet oder Smartphone aus per App auf das CRM zugreifen. Auch offline.

Das Ergebnis

- Hohe User-Akzeptanz durch modernste Benutzerführung und Interface-Design
- Effizientere Arbeitsabläufe und Bedienung des Systems
- Effizientere Zusammenarbeit zwischen allen Beteiligten des Sales Teams
- Ebenfalls ein Highlight: das integrierte Outlook-Plugin sorgt für hohe Kontrolle und Transparenz durch die Synchronisation von Kunden, Aufgaben, Terminen und mehr.

Grund 3

Weniger Kosten, mehr Flexibilität

Nein, zum Schnäppchenpreis gibt es eine flexible Cloud-Lösung nicht. Aber für einen nachhaltigen Preis. So war auch die mittelfristige Kostenreduzierung ein Grund für Balluff, auf die SAP Sales Cloud umzusteigen.

Denn die Cloud-Lösung bietet

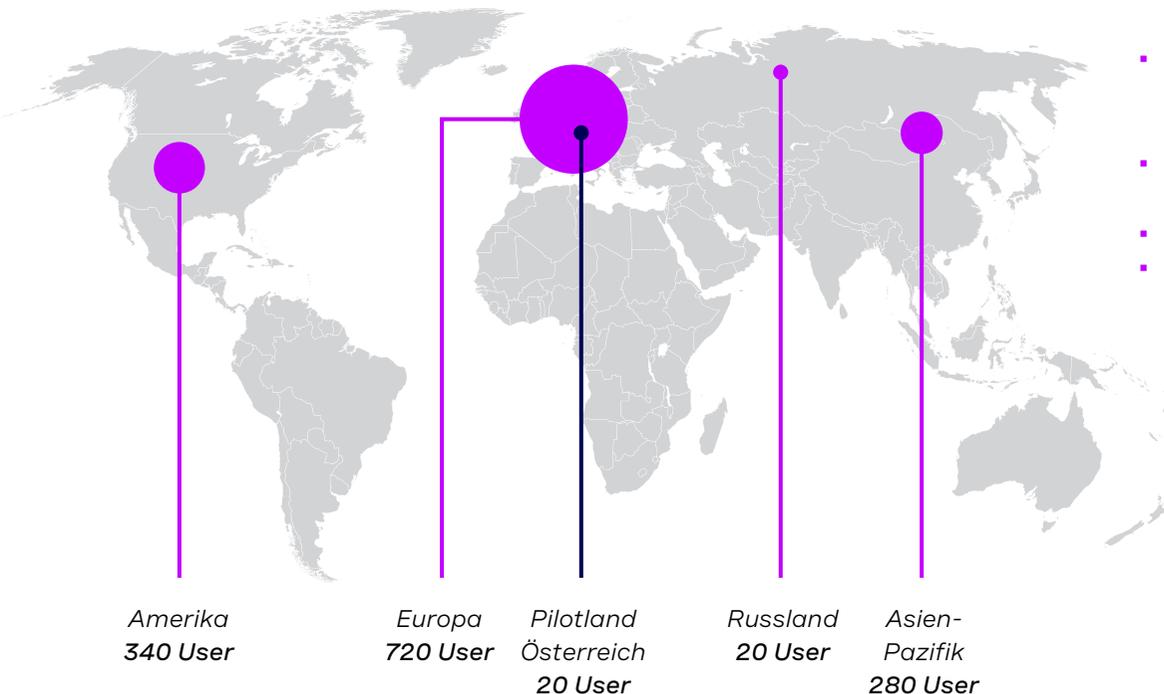
- transparente Kosten bei höchstmöglicher Flexibilität
- keine Kosten für Hardware und Wartung
- schnell einsatzbereite Services und Versatzstücke, mit denen die IT-Abteilung Anwendungen bauen kann, ohne sich selbst um die komplexe Infrastruktur kümmern zu müssen



Grund 4

Schneller Rollout in neue Niederlassungen

Nur drei Monate nach dem Go-Live in Österreich startete bei Balluff der globale Rollout. Dank agiler Projektmethodik, dem Train the Trainer-Konzept und einer intensiven Betreuung durch die SYBIT direkt nach den Go-Lives.



Grund 5

Immer State of the art

Waren vorher für Balluff neue Features und Funktionen mit relativ hohem Aufwand verbunden und Release-Updates und Patches unregelmäßig, bietet die SAP Sales Cloud:

- Regelmäßige Software- und Sicherheits-Updates in dreimonatigen Release-Zyklen
- Modernste Cloud-Rechenzentren mit hohen Sicherheitsstandards und Zugriffperformance
- Flexibilität bei Anpassungen und Erweiterungen sowie Schnittstellen zu anderen Tools
- Integrationsfähigkeit der SAP Systeme

Customer Experience

Grundlage für bessere bereichsübergreifende Zusammenarbeit im Sales, Service, Marketing und E-Commerce

Ausblick

- Application Management Service (AMS): Die geschulten und erfahrenen Kolleginnen und Kollegen der SYBIT unterstützen und beraten bei der Pflege, Integration und stetigen Optimierung der Systemlandschaft
- Einbindung von Balluff Service in die CX Suite durch Implementierung der SAP Service Cloud
- Start des Service Ticket-Portals
- Anbindung der Marketing-Abteilung an die SAP Sales Cloud



„Unsere Anforderungen waren stellenweise sehr komplex“

Interview mit Oliver Reichardt, Head of Sales Application Management Balluff

Herr Reichardt, können Sie ganz grundsätzlich Herausforderungen und Ziele in Ihrer Arbeit bei Balluff beschreiben?

Dazu zählt sicherlich der sichere Umgang mit Daten. Ein Großteil unserer Kunden agiert international. Unsere Aufgabe ist es daher, unsere Kunden weltweit optimal zu betreuen und ihnen die einheitlich hohe Balluff-Qualität zu bieten: in unseren Produkten und genauso in unserer Beratung und im Service. Diese Verlässlichkeit zeichnet für uns eine gute Partnerschaft aus. Ein CRM System unterstützt diese Art der Zusammenarbeit. Wir greifen aktuelle Problemstellungen auf, aber auch Zukunftsthemen. Durch die digitale Vernetzung unserer Vertriebs- und Servicekollegen können wir die Aufgabenstellungen unserer Kunden, weltweit noch besser bearbeiten und Partner für sie sein.

Was waren für Sie die Highlights im Projekt Sales Cloud?

Es war spannend, als zum ersten Mal echte Daten im System waren. Keine Test-Daten, sondern echte Balluff-Daten! Und dann natürlich der Go-live in Österreich, bei dem ein Kollege und ich vor Ort waren. Treffen wir die Erwartungen der User? Funktioniert alles? Passt die Migration?

Und?

Es lief sehr gut und ruhig, die Kolleginnen und Kollegen waren zufrieden.

Was waren die Herausforderungen vorab?

Die Corona-Pandemie war natürlich ein Einschnitt. Zu Beginn des Projekts haben wir uns regelmäßig getroffen und hatten große Workshops vor Ort mit vielen Teilnehmern. Plötzlich ging all das nicht mehr. Aber auch da haben alle Beteiligten flexibel reagiert. Und wir haben schnell festgestellt: es funktioniert auch remote. Und das sehr effizient. Wir haben das Projekt ohne Verzug durchziehen können – und die komplette Roll-out-Phase quasi aus dem Mobile-Office betreut.

Und aus Projektsicht?

Da waren die Datenbereinigung und Migration eine Herausforderung. Die Datenbereinigung war ein wichtiges Thema und das Dubletten-Risiko hoch. Die Dubletten vorab zu identifizieren ist eine Wissenschaft für sich. Dennoch hat auch das am Ende gut funktioniert. Ebenso wie die Adaption von lieb gewonnenen und sehr spezifischen Funktionen aus dem Altsystem. Es waren stellenweise komplexe Anforderungen, die wir hatten.

Warum haben Sie sich für die SYBIT als Projektpartner entschieden?

Ich komme aus dem IT und Projektmanagement. Da war die SYBIT schon immer im Kopf, wenn es um CRM-Themen ging. Gerade für mittelständische Unternehmen wie uns ist es wichtig, keine zu großen oder zu kleinen Projektpartner an der Seite zu haben. Bei den einen könnte man untergehen – und die anderen haben zu we-

nig Erfahrung. Im Pitch hatten wir auch andere SAP-Partner. Bei der Entscheidung hatten wir das Gefühl, dass wir bei der SYBIT gut aufgehoben sind und die Kollegen viel Kompetenz und Erfahrung im C4C- und ERP-Umfeld sowie im Projektmanagement mitbringen. Dieses Gefühl hat sich bestätigt. Die SYBIT-Kollegen waren flexibel, fokussiert, immer abgestimmt und gut erreichbar.

Wie lief die Zusammenarbeit ab?

Der Ablauf und die Dokumentation waren sehr strukturiert und die Umsetzungsgeschwindigkeit, wie wir sie erwartet hatten. Es war eine partnerschaftliche Zusammenarbeit auf Augenhöhe, keine Ja-Sagerei. Herausforderungen wurden mit verschiedenen Lösungsansätzen begegnet und Anforderungen kritisch bewertet. Solch ein Feedback ist wichtig, um am Ende das Geld nicht an der falschen Stelle auszugeben. Für einige Kollegen war die agile Projektmethode neu. Entsprechend war eine detaillierte Einführung, so wie sie bei uns lief, der richtige Ansatz. Und inzwischen haben sich auch bei uns die Scrum-Methode sowie Jira etabliert.

Ihr Fazit?

Engagement, professionelle Herangehensweisen und partnerschaftliche Zusammenarbeit sind für mich entscheidend für einen Projekterfolg. Die SYBIT hat all diese Eigenschaften und das unterstreicht die Kompetenz, anspruchsvolle (C4C-)Projekte verlässlich und erfolgreich ins Ziel zu führen.

We Create CX Champions.

500+

Kunden

350+

Mitarbeitende

100%

kundenzentriert

No.1

für CX in Europa

Top 10

IT-Arbeitgeber

25+

Jahre Erfahrung



**Gehen wir den nächsten
Schritt zusammen!**

+49 7732 9508-2000

sales@sybit.de

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