



Success Story

Symbiose von Sales und Service

zehnder

Das Unternehmen

Der erste Stahlrohr radiator Europas stammt aus Gränichen (AG). Die Zehnder Group schaffte damit im Jahr 1930 den internationalen Durchbruch und gilt heute als Gesamtlösungsanbieter für Raumklima.

Komfortable Raumlüftung, Heiz- und Kühldecken-Systeme, Luftreinigungssysteme und Design-Heizkörper sind nur einige Beispiele aus dem Produkterepertoire des börsenkotierten Unternehmens. Das Sortiment ist groß, die Kundenliste lang. Damit das Unternehmen weiterhin den Überblick behält und den Wünschen seiner Kundschaft gerecht werden kann, führte es neben dem existierenden ERP-System zwei neue SAP-Lösungen ein, die die so wichtige Zusammenarbeit zwischen Vertrieb und Service stärken. Heute sind die ausführlichen Kundendaten für beide Bereiche auf einen Blick ersichtlich. Das spart Zeit, stärkt Kompetenzen und vertieft die Kundenbindung.



Ausgangslage

Vom Ein-Mann-Unternehmen zur internationalen Firmengruppe: Zehnder eroberte in den Zwanzigerjahren mit dem Kleinmotorrad „Zehnderli“ die Schweiz.

Den internationalen Durchbruch schaffte das Unternehmen im Jahr 1930 mit der Entwicklung des ersten Stahlrohrradiators in Europa, der bis heute das bekannteste Produkt von Zehnder ist. Die Firmengeschichte ist geprägt von Erfindergeist, Unternehmertum und Kundenorientierung. 1979 schaffte es das Unternehmen erneut in die Herzen der Schweizerinnen und Schweizer, indem es den ersten Badheizkörper auf den Markt brachte, der auch heute noch ein Erfolgsprodukt ist.

Schweizer Pionierklima

Das Schweizer Familienunternehmen wurde zum Gesamtlösungsanbieter für Raumklima und ist heute in über 20 Ländern weltweit tätig. Das Erfolgsrezept der Zehnder Group, die heute in vierter Generation geführt wird: Customer Experience. Zehnder möchte nicht bloß Produkte verkaufen, sondern langfristiger Lösungsanbieter sein, was in einem schnelllebigen Zeitalter nicht immer einfach ist. Die Projektzyklen im Bauwesen werden immer kürzer. Lieferanten und Partner müssen schnell reagieren können.

Neue Wege

Um in allen Bereichen agil zu bleiben, hat sich das Unternehmen deshalb 2017 entschieden, die Abteilungen Vertrieb und Service digital auf Vordermann zu bringen. Zehnder wollte weg von papierbasierten, zeitaufwändigen Prozessen, hin zu digitalen Kunden-Touchpoints. Sven von Allmen, GPO Sales & After-Sales der Zehnder Group, erinnert sich: *„Unser damaliges Customer-Experience-Programm war nicht mehr zeitgemäss. Es konnte nicht in allen Ländern eingesetzt werden und hatte nicht die Features, die es für eine übersichtliche Datenbasis braucht.“* Diese fehlende Übersicht behinderte das Daily Business.

Zielsetzung

Ein Beispiel für die damaligen Herausforderungen: Der Vertriebsaussendienst war sehr abhängig vom Innendienst, der die meisten Kundeninformationen verwaltete.

Ein Kraftakt, wenn man bedenkt, dass ein Regionalverkäufer bei Zehnder zwischen 100 und 400 Kunden betreut und für die Zehnder Group alleine in Europa mehrere hundert Aussendienstmitarbeitende im Einsatz sind. Die regelmässigen internen Absprachen und Schattenwelten aus Papierbergen wurden zu untragbaren Zeitfressern und die wertvolle Zeit beim Kunden vor Ort wurde je länger, je mehr gefährdet.

Prioritäten richtig setzen

Das Ziel im Vertrieb war klar: den administrativen Aufwand reduzieren und mehr Zeit für Angebote und Kundenbesuche gewinnen. Zudem sollte die so wichtige 360-Grad-Sicht auf den Kunden gewährleistet und für alle internen Stakeholder schnell zugänglich sein. *„Wir wollten die Qualität im Vertrieb erhöhen und die Kompetenzen unserer Verkäufer stärken“*, so Sven von Allmen. Ähnlich sahen die Zielsetzungen für die Serviceabläufe aus.

Gestärktes Teamwork

Service und Sales gehen Hand in Hand, wenn es um Kundenbetreuung, Kundenbindung und After-Sales geht. Die Servicetechniker liefern wichtige Kundendaten, die im Sales-Bereich zu Zusatzverkäufen führen können. Service-Reports wurden jedoch bis vor Kurzem von den Technikern noch von Hand zu Papier gebracht, eingescannt und je nach Standort unterschiedlich abgelegt. *„Viele wertvolle Daten fanden den Weg zuvor nicht bis in die Sales-Abteilung“*, sagt Sven von Allmen. Das sollte sich ändern.

Lösung

Zehnder hat seit 2011 die ERP-Software SAP ECC im Einsatz. Dieses System wurde in allen europäischen Standorten ausgerollt und laufend an die Bedürfnisse des Unternehmens angepasst.

Diese Flexibilität und eine hohe Integration in das Core-SAP-System sollten auch zukünftige Lösungen mitbringen. Deshalb war schnell klar, dass man auch die neuen Systeme für Vertrieb und Service vom gleichen Anbieter beziehen wollte. Gemeinsam mit dem Vertrieb wählte die IT-Abteilung im Jahr 2017 schliesslich das System SAP Sales Cloud, dessen Einführung noch im gleichen Jahr startete. Die Umstellung vom alten, 15-jährigen CRM auf die neuen Customer-Experience-Prozesse war komplex und forderte viele Ressourcen.

Externe Unterstützung

Franz Furrer, IT-Verantwortlicher der Zehnder Group, erinnert sich: *„Wir waren sehr froh, einen kompetenten Partner an unserer Seite zu haben, der uns CRM-systemspezifisches Know-how und zusätzliche IT-Ressourcen zur Verfügung stellte.“* Als Partner wählte das Unternehmen die SYBIT GmbH, Fullservice-Digitalagentur, CRM-Spezialistin und langjährige SAP-Partnerin. Dank der erfolgreichen Zusammenarbeit verlief der Go-live grösstenteils komplikationsfrei, sodass kurz nach der Einführung und schneller als gedacht bereits das zweite Implementierungsprojekt angegangen werden konnte.

Lieblingsmodule

2020 ging schliesslich das Servicesystem SAP Field Service Management (FSM) live. Die beiden neuen Systeme sind einerseits über die ERP-Software und andererseits über eigens geschaffene Schnittstellen miteinander verbunden. Rückblickend war für Franz Furrer und sein Team nebst der engen Zusammenarbeit mit SYBIT die saubere Prozessharmonisierung ein wichtiger Erfolgsfaktor. *„Anderen mittelständischen Unternehmen, die ein ähnliches Projekt vorhaben, rate ich, sämtliche Prozesse gründlich zu überdenken und mit klaren Vorstellungen in die Konzeptionsphase zu gehen“*, so Furrer.

Nutzen

Heute möchten weder die Sales-Manager noch die Service-Techniker die neuen Lösungen missen, denn beide Abteilungen profitieren von deutlichen Effizienzsteigerungen.

Während die Service-Techniker früher noch selbst ihre Einsatzroute planten, werden die Service-Aufträge heute zentral und digital mit dem FSM-System disponiert. Neu ist das System auch mit dem wertvollen Feature „Best Matching Technician“ ausgestattet, was sich laut Daniel Binggeli, Leiter Service CH der Zehnder Group Schweiz AG, als Effizienztreiber erwies: *„Dank dem neuen Field Service Management konnten wir bereits nach einem halben Jahr 10 Prozent mehr Serviceeinsätze verarbeiten.“*

Zufriedene Zehnder-Kunden

Auch die Kundinnen und Kunden von Zehnder spüren das Upgrade. Auf das Einsatzprotokoll mussten sie früher zwei Wochen warten, heute kann es direkt nach dem Service-Einsatz aus dem FSM erstellt und den Kunden zugestellt werden. Besonders bei der Inbetriebnahme einer neuen Anlage ist das Gold wert. Die Zusammenarbeit zwischen Service und Vertrieb wurde ebenfalls zielführender, wie Sven von Allmen sagt: *„Die Gebietsverkaufsleiter haben Kundeninformationen ihrer Region in Echtzeit direkt zur Hand – sei es von den Regionalverkäufern oder den dort eingesetzten Technikern.“*

Feature-Paradies

Dank dem ebenfalls einfachen Opportunity-Management und den Prozessen „Besuchsplanung“ und „Kundenklassifikation“ fallen langwierige Meetingrunden weg, denn die gesamte Sales-Pipeline und Kundenhistorie sind auf einen Blick ersichtlich. *„Unsere Verkäufer treten heute dank der 360-Grad-Kundenübersicht kompetenter auf, fokussieren sich auf die erfolgsversprechenden Projekte und erhöhen schlussendlich die Verkaufsabschlüsse“*, so Sven von Allmen. Zudem bietet das System eine zuverlässige Offline-Verfügbarkeit, worauf man als Unternehmensgruppe insbesondere in Ländern mit instabilem Mobilfunknetz angewiesen ist. Zukünftig kann und soll die neue Customer-Experience-Lösung auch bei Partnern eingesetzt werden, um noch mehr Nähe zum Endkunden zu schaffen – digital und geschäftlich.

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