

## SAP Customer Success Story Pharmazeutische Industrie



**„Die Verarbeitungsgeschwindigkeit ist deutlich höher als bei unserem vorherigen System.“**

Dr. Stefan Koch, Leitung Vertrieb Sandoz Pharmaceuticals GmbH

### AUF EINEN BLICK

#### Unternehmen

- Firmenname: Sandoz Pharmaceuticals GmbH
- Standort: Ismaning
- Branche: Pharmazeutische Industrie
- Produkte und Services: Generika und biopharmazeutische Produkte
- Umsatz: 150 Mio. Euro
- Angestellte: rund 300
- Internetadresse: www.sandoz.de
- Partner: SAP Consulting\*

#### Die wichtigsten Herausforderungen

- Vertriebsprozesse auf Marktumfeld und Geschäftsstrategie ausrichten
- Schnittstellen- und Pflegeaufwand reduzieren

#### Projektziele

- Ablösung des bisherigen Systems
- Einführung einer konzerneinheitlichen IT-Lösung für das Kundenbeziehungsmanagement

#### Lösungen und Services

SAP Customer Relationship Management (SAP CRM)

#### Highlights der Implementierung

- Customizing, Implementierung und Roll-out aus einer Hand
- Auftragserfassung auf den Außen- und Innendienst abgestimmt

#### Entscheidung für SAP

- Vollständige Integration mit der SAP-Unternehmenslösung
- Anwendungsübergreifende Gewinnung geschäftskritischer Daten

#### Hauptnutzen für den Kunden

- Deutlich höhere Verarbeitungsgeschwindigkeit
- Zielgruppengenaue Vertriebssteuerung
- Schnelle Erfassung der Kundenwünsche
- Einsparung von nicht wertschöpfenden Arbeiten im Innendienst
- Synergieeffekte im Konzernverbund

#### Vorhandene Systemlandschaft

- SAP R/3® (Funktionen heute in SAP ERP verfügbar)
- SAP NetWeaver Business Intelligence (SAP NetWeaver BI)

#### Integration von Nicht-SAP-Produkten

- Hardware: HP RP 4440 Cluster
- Betriebssystem: HP-UX 11; Windows XP im Außendienst

## SANDOZ PHARMACEUTICALS

### Kundenbeziehungsmanagement erfolgreich auf Marktdynamik und Wettbewerb ausgerichtet

Der Gesundheitsmarkt ist in Bewegung. Die Politik drängt auf Strukturreformen, die den Wettbewerb fördern und Kosten senken sollen. Gerade Hersteller von Generika wie Sandoz Pharmaceuticals, die Arzneimittel vertreiben, deren Patentschutz abgelaufen ist, müssen sich auf steigenden Wettbewerbsdruck einstellen. Um trotz sinkender Margen und umkämpfter Marktanteile erfolgreich zu bleiben, erneuerte das Unternehmen sein Kundenbeziehungsmanagement von Grund auf. Sandoz Pharmaceuticals GmbH, eine Tochter der Novartis AG, nutzt nun eine SAP®-Vertriebslösung.

### Schnelle Antwortzeiten

„In unserem Geschäft kommt es auf eine hohe Verarbeitungsgeschwindigkeit an. Genau darin liegt der wesentliche Vorteil der neuen Lösung“, betont Dr. Stefan Koch, Vertriebsleiter bei Sandoz Pharmaceuticals. Direkt nach der Produktivsetzung von SAP Customer Relationship Management (SAP CRM) im Dezember 2006 machten sich kürzere Antwortzeiten bemerkbar. „Die Verarbeitungsgeschwindigkeit ist deutlich höher als bei unserem vorherigen System“, so Koch. Diese Beschleunigung ist nicht zuletzt auch dem Implementierungspartner SAP Consulting zu verdanken. Die SAP-Beratung mit ihrer langjährigen Branchenerfahrung unterstützte Sandoz dabei, die CRM-Lösung nach unternehmensspezifischen Anforderungen zu erweitern und das bisher eingesetzte System erfolgreich abzulösen.

\* Seit dem 01.01.2005 kooperieren SAP Deutschland AG & Co. KG und SAP Systems Integration AG noch enger. Mit dem gemeinsamen Serviceportfolio SAP Consulting steht unseren Kunden künftig ein umfassenderes betriebswirtschaftliches sowie technisches Beratungsangebot zur Verfügung.

Da nun beide Generikaunternehmen der Novartis-Gruppe, Sandoz und Hexal, SAP CRM nutzen, reicht eine Supportmannschaft zur Pflege der Anwendungen. Backofficefunktionen lassen sich weitgehend zusammenlegen. Doch profitiert Sandoz nicht nur von den Synergieeffekten. Weil sowohl das Kundenbeziehungsmanagement als auch die ERP-Software von SAP stammen, verringert sich die Zahl der Schnittstellen. Folglich reduzieren sich auch die damit verbundenen Pflegearbeiten auf ein Mindestmaß.

### **Customizing aus einer Hand**

„In der Vergangenheit gab es immer wieder Sand im Getriebe“, berichtet Peter Schäfer. Der Leiter für CRM bei Sandoz macht dafür umfangreiche Anpassungsprozesse und die Schnittstellenpflege verantwortlich. Nur so war zuvor ein Datenaustausch zwischen den unterschiedlichen Anwendungen möglich gewesen. Die Supportmannschaften für das Altsystem und die SAP-Unternehmenssoftware waren an verschiedenen Standorten stationiert. Zudem musste eine Reihe von externen Beratern und Experten hinzugezogen werden, um im Rahmen eines Optimierungsprojektes eine Systemverbesserung zu erreichen. Dieser Aufwand hat sich mit der neuen Lösung deutlich reduziert, da alles mit nur einem Partner, SAP Consulting, entwickelt wurde.

Das Einführungsprojekt ließ sich im vorgesehenen Zeit- und Kostenrahmen umsetzen. IT-Mitarbeiter, einige Key-User aus den Fachabteilungen und SAP Consulting erarbeiteten bis zum Jahresende 2005 die unternehmensspezifischen CRM-Anforderungen und dokumentierten das Ergebnis als so genanntes Blueprint. Das Projektteam implementierte die SAP-Lösung zwischen März und Dezember 2006. „Uns kommen die Vorteile der bei Hexal bewährten Anwendung zugute“, sagt Peter Schäfer.

### **Vorteile durch Zielgruppenauswahl**

Während Hexal mit seinem Außendienst in erster Linie den gesamten Apotheken- und Ärztbereich abdeckt, konzentriert sich Sandoz auf ausgewählte Zielgruppen. „Bei uns steht das Targeting, also die Auswahl Erfolg versprechender Kundengruppen, klar im Vordergrund“, so Schäfer. „Deshalb haben wir im Blueprintprozess ausführlich unsere Wünsche eingebracht.“

### **„Wir sind jetzt in der Lage, in kurzer Zeit solide abgesicherte und kalkulierte Marketingentscheidungen zu treffen.“**

**Peter Schäfer, Leiter CRM Sandoz Pharmaceuticals GmbH**

Zu klären war, welche Daten und Kennzeichen wo in der Anwendung ihren besten Platz haben. Was muss vorrangig angezeigt werden, und was kann eher im Hintergrund stehen? Entsprechend lässt sich nun z. B. direkt aus der Bildschirmanzeige ablesen, wie ein Kunde in puncto Verkaufspotenzial einzustufen ist und wann er zum letzten Mal kontaktiert wurde.

### **Vertriebserfolg dank guter Datenauswertung**

Die CRM-Lösung bildet die Auftragserfassung für den Apothekenaußendienst ab und dokumentiert zudem alle arztbezogenen Vertriebsaktivitäten. Marketingkampagnen lassen sich nun ganz gezielt aufsetzen, um Aufwand und Nutzen in einem optimalen Verhältnis zu halten. Durch die Vernetzung von SAP NetWeaver® Business Intelligence (SAP NetWeaver BI) mit der CRM-Lösung wird es möglich, Umsatzpotenziale und A-Kunden zu ermitteln.

Peter Schäfer: „Wir können ein genau abgestimmtes Targeting vornehmen, weil uns eine ergiebige Datenbasis über das Data-Warehouse zur Verfügung steht.“ Dabei gewichtet Sandoz Informationen über Märkte und Wettbewerber, aber in erster Linie Parameter wie die mit Kunden erzielten Umsätze oder die Anzahl der Verordnungen. Auch so genannte weiche Faktoren wie die Aufgeschlossenheit der Kunden für Generika kommen zur Geltung.

„Wir sind jetzt in der Lage, in kurzer Zeit solide abgesicherte und kalkulierte Marketingentscheidungen zu treffen“, so Schäfer. Die Kosten hängen im Wesentlichen von den einzusetzenden Kommunikationskanälen ab, wenn man berücksichtigt, dass Direktmarketingaktionen für bestimmte Werbebotschaften günstiger als Außendienstkampagnen sind.

### **Innendienst entlastet**

Das Datenmaterial ist immer auf aktuellem Stand. Sandoz kann jetzt eine durchgängig integrierte Systemlandschaft nutzen. Alle Eingaben der Außendienstmitarbeiter sind umgehend auch für das Berichtswesen verfügbar. Das erspart dem Innendienst viele Arbeitsschritte. Früher mussten die Daten zur Erstellung von Reports manuell erhoben, konsolidiert und in Excel-Tabellen übertragen werden.

„Die analytische Aufbereitung ist jetzt viel leistungsfähiger. Sie erspart uns Ressourcen im Innendienst“, so Stefan Koch. Der Sandoz-Vertriebsleiter schätzt die vielfältigen Möglichkeiten, die das flexible Berichtswesen jetzt bietet: „Dadurch steigt die Leistung des Vertriebsmanagements. Ich kann nun regelrecht nach einer Wunschliste Auswertungen anfertigen lassen, die für das Vertriebsmanagement wichtig sind.“

### **Analyse der Stärken und Schwächen**

Schon jetzt haben die Teamleiter einen ständig aktualisierten Blick auf die Vertriebsaktivitäten.

Jedoch will die Vertriebsleitung von Sandoz diese Erkenntnisse nicht als verbindliche Messlatte einsetzen, nach der sich die Arbeitsleistung jedes Mitarbeiters richten muss. „Es gibt Firmen, die sehr wohl ihr Vertriebspersonal in eine derartige Schablone zwingen wollen.“ Doch Stefan Koch betont: „Wir benutzen diese Werte eher zur Analyse der Stärken und Schwächen, aber nicht, um strikte Vorgaben zu machen.“

### **Kundenwünsche schnell umsetzen**

Im Ringen um mehr Wettbewerb und Wirtschaftlichkeit im Gesundheitswesen ist noch kein Ende abzusehen. Da ist Reaktionsschnelligkeit bei allen Marktpartnern gefragt. Peter Schäfer: „Wir können nicht mehr von Quartal zu Quartal planen, sondern müssen unsere Strategie bei Bedarf schnell anpassen.“ So beginnen Krankenkassen im Zuge des neuen GKV-Wettbewerbsstärkungsgesetzes mit Generikaherstellern Rabattverträge auszuhandeln, deren Vorteile mittelfristig den Versicherten zugute kommen sollen. Solche Informationen über den Wettbewerb können dann in der CRM-Anwendung als zusätzliches Merkmal eingeführt werden.

Damit sich Kundenwünsche noch schneller als bisher erfüllen lassen, verfügt SAP CRM über eine komfortable Merkmalspflege. Damit lassen sich strukturiert Informationen aus den Unternehmensprozessen und SAP NetWeaver BI gewinnen sowie über den Außendienst spezifische Bedarfe der Apotheker und Ärzte ermitteln. „Neue geschäftsentscheidende Merkmale zu erkennen

### **„Die analytische Aufbereitung entlastet den Innendienst und setzt neue Kapazitäten frei.“**

Dr. Stefan Koch, Leitung Vertrieb Sandoz Pharmaceuticals GmbH

und einzuführen ist ein ganz großes Plus unserer SAP-Lösung“, so Schäfer. „So können wir unseren Kunden gegenüber als Problemlöser auftreten und neue Wettbewerbsvorteile im umkämpften Marktumfeld erschließen.“



**SAP Systems  
Integration AG**  
St. Petersburger Straße 9  
01069 Dresden  
T +49/3 51/48 11-0  
F +49/3 51/48 11-303  
**[www.sap-si.de](http://www.sap-si.de)**

**SAP Deutschland  
AG & Co. KG**  
Hasso-Plattner-Ring 7  
69190 Walldorf  
T 08 00/5 34 34 24\*  
F 08 00/5 34 34 20\*  
\* gebührenfrei in Deutschland  
T +49/18 05/34 34 24\*\*  
F +49/18 05/34 34 20\*\*  
\*\* gebührenpflichtig  
E [info.germany@sap.com](mailto:info.germany@sap.com)  
**[www.sap.de](http://www.sap.de)**

Kostenloser Online Newsletter  
**[www.sap.de/sapimfokus](http://www.sap.de/sapimfokus)**