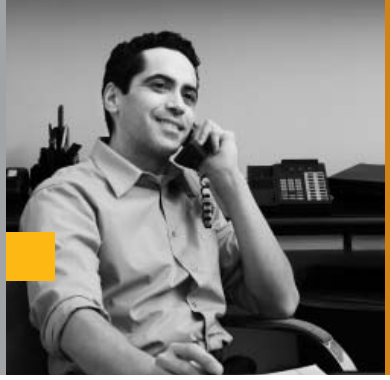
SAP Customer Success Story
Kundenbeziehungsmanagement im Handel



„Unser Verkauf und der Service sind auf allen Wegen erreichbar – Multichannel in Reinform. Das bedeutet im Durchschnitt bis zu 22 000 Anrufe am Tag, Spitzenwerte liegen bei über 60 000 Gesprächen täglich. Für das Service-Handling haben wir SAP CRM eingeführt."

Etelka Elekes, Leiterin CRM und Business Engineering bei HSE24 und verantwortlich für Sales- und Serviceprozesse

AUF EINEN BLICK

Unternehmen
- Name: HSE24 (Home Shopping Europe GmbH)
- Standort: Ismaning bei München, Deutschland
- Branche: Teleshopping
- Produkte und Services: Verkauf von Handelsware, eigener TV-Sender
- Umsatz: 286 Mio. Euro (2006)
- Angestellte: 460 (direkt), 1580 bei Call Center und Logistik (indirekt)
- Website: www.hse24.de, www.hse24.net
- Implementierungspartner: cm4 GmbH & Co. KG, Gütersloh www.cm4.de

Die wichtigsten Herausforderungen
- Neue Plattform für Service- und Vertriebs-Prozesse in einem stark wachsenden Segment
- Ablösung der heterogenen Altsysteme und dadurch integrierte Sicht
- High-Performance Call Center, Service- und Sales-Prozesse müssen in Echtzeit zu steuern sein
- Multi-Channel-Fähigkeit (Internet, Telefon, Fax)
- Fokus auf Business-to-Consumer (B2C)

Projektziele
- Das Projekt Kunde ist König (KIK) stellt den Kunden bei sämtlichen Prozessen in den Mittelpunkt
- Steigerung der Kundenzufriedenheit durch Erhöhung der Servicequalität
- Integration aller kundenbezogenen Sales-, Service- und Marketing-Prozesse in mehreren Projektphasen auf eine zentrale Plattform
- Prozessoptimierung durch schnelle und flexible Fallbearbeitung, durch hohe Verfügbarkeit und Elastizität des Systems sowie durch optimale Leistungsfähigkeit und Ergonomie des User Interface

Lösungen und Services
- SAP Customer Relationship Management (SAP CRM)
- Customer Interaction Center von SAP CRM
- SAP for Retail

Highlights der Implementierung
- Auf die Bedürfnisse von HSE24 angepasste, voll releasefähige Lösung auf Basis eines Standards
- Hochperformante Lösung
- Solide Basis für die Einführung zusätzlicher CRM-Funktionalitäten und neuer Prozesse
- Call Center Agent kann einen großen Teil der Anfragen fallabschließend erledigen

Entscheidung für SAP
- Nahtlose Integration der kundennahen Prozesse in die vorhandene Software SAP for Retail
- Vorkonfigurierte Anwendung für eine schnelle Implementierung
- Branchenspezifische und technologische Expertise im Bereich Handel und Medien von cm4 GmbH & Co. KG, Gütersloh
- zukunftsfähige Plattform

Hauptnutzen für den Kunden
- Umfassende Beratungskompetenz und Problemlösung beim ersten Anruf
- Zentrale, gemäß Berechtigungskonzept verfügbare Informationen zu allen Arten von Kundenanfragen

Vorhandene Systemlandschaft
- SAP for Retail
- Vertriebsanwendungen von Drittherstellern

HSE24

Teleshopping Unternehmen integriert sämtliche Service-Prozesse mit SAP® CRM

Vor zwölf Jahren ging das Münchener Unternehmen als erster Shoppingsender in Deutschland auf Sendung und bietet heute neben TV- auch Internet-Handel. Ausgestrahlt wird auf einem eigenständigen Fernsehkanal bundesweit per Kabel und Satellit in über 40 Millionen Haushalte, inklusive der Schweiz und Österreich. Das Unternehmen gehört zur Primondo Gruppe und bietet täglich 24 Stunden lang, davon 16 Stunden live, einstündige Verkaufsshows etwa mit Artikeln aus den Bereichen Schmuck, Mode, Beauty oder Haushaltselektronik.

Das Handels- und Medienunternehmen zählt rund 1,3 Millionen aktive Kunden, die ihre Bestellungen und Anfragen beim TV-Versender kostenfrei via Telefon, Internet, Teletext, Brief oder Fax aufgeben können. „Unser Verkauf und der Service sind auf allen Wegen erreichbar – Multichannel halt", erklärt Etelka Elekes, die als CRM- und Business-Engineering-Leiterin bei HSE24 die Sales- und Service-Prozesse verantwortet. Das bedeutet im Durchschnitt bis zu 22 000 Anrufe am Tag, die in insgesamt 14 Call Centern mit maximal 800 Agenten eingehen – Spitzenwerte liegen bei über 60 000 Gesprächen täglich.

Teleshopping bedeutet, sich den Anforderungen aus dem klassischen Versandhandel sowie den Herausforderungen eines Medienunternehmens zu stellen. „Retail im Live-Betrieb setzt die aktuelle Bearbeitung der Kundenanfragen sowie einen direkten Draht zwischen Call Centern und der Live-Show im Fernsehen voraus", sagt Norbert Paulus, Bereichsleiter Broadcast und IT bei HSE24. Beim Teleshopping seien die Abläufe fast noch komplexer als im konventionellen Versandhandel – schließlich müsse man im

HSE24 Ich seh shoppen

sysko cm4

SAP®

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
www.sap.de/crm

Minutentakt reagieren und nachsteuern. Nur wenn die Lagerbestände in Echtzeit abrufbar seien und jeweils sofort aktualisiert würden, könne man dem Zuschauer die lieferbare Menge einblenden.

„Wenn ein Produkt präsentiert wird, laufen die Leitungen heiß. Dann müssen Verkauf und Service die aktuellen Datenbestände im Zugriff haben“, ergänzt Service-Spezialistin Elekes. In der ersten Phase des Projektes „Kunde ist König“ (KIK) hat das TV-Versandhaus HSE24 dazu seine heterogene Systemlandschaft durch eine einheitliche Plattform ersetzt, um auf dieser Basis Service-Prozesse zu optimieren.

Nach einer Entscheidungsphase, in der vier verschiedene Lösungen zur Auswahl standen, bekam SAP® CRM mit dem Customer Interaction Center den Zuschlag. „Die Ausbaufähigkeit und die notwendige Integration quer durch das Unternehmen waren ausschlaggebend dafür, dass unsere Wahl auf SAP fiel“, erklärt Paulus. „Unser Service ist eng mit der Warenwirtschaft verzahnt und diese lief ja bereits auf SAP for Retail.“

„Unsere Ziele für das Projekt haben wir erreicht. Wir sind sehr zufrieden, dass die Service-Qualität, etwa durch eine höhere Erstlösungsquote, durch die Einführung von SAP CRM deutlich gestiegen ist.“

Norbert Paulus, Bereichsleiter Broadcast und IT bei HSE24

Die Standardsoftware SAP CRM bildet die Basis und wurde in den nötigen Bereichen vom Implementierungspartner cm4 individualisiert. Dazu gehören etwa eine umfassende Wissensdatenbank, spezifische Finanzbuchungsprozesse oder Fragebögen für Kundenfeedback. Die Expertise von cm4 sowie deren enge Partnerschaft mit SAP stellen sicher, dass die Erweiterungen mittelfristig in die Weiterentwicklung des SAP-Standardsystems einfließen.

Die maßgeschneiderte Lösung verknüpft den HSE24-Kundendienst mit dem TV-Programm und integriert alle einschlägigen internen und externen Funktionen, darunter Logistik, Buchhaltung und Lieferanten, auf derselben Plattform. Auch Webshop und Call Center, beide extern betrieben, sind daran angeschlossen. Über einen browsergestützten Zugang loggen sich die Telefonagenten je nach Anrufaufkommen ein. Die zentral vorgehaltenen Kunden, Produkt-, Programm- und Prozessdaten erhöhen die Transparenz: Externe wie interne Akteure können gemäß ihren Berechtigungsprofilen Bestände, Bestellhistorien und Artikelinformationen in Echtzeit abrufen und damit schnell und kundenorientiert handeln.

Per elektronischem Workflow und durch Anpassung der Systemoberfläche an die jeweilige Nutzerrolle werden Handlungsanweisungen und Teilprozesse automatisiert. In Kulanzfällen etwa können Gutschriften so zeitnah auf das Kundenkonto gebucht werden, dass sie dem Empfänger noch während seines Anrufs verbindlich bestätigt werden können. Dank automatischer Anrufannahme bleibt der Kunde selbst zu Spitzenzeiten selten in der Warteschleife hängen, sondern kann sofort mit einem Agenten eines zugeschalteten Call Centers sprechen. In der nächsten Projektphase, Einführung von SAP CRM für den Sales-Prozess, wird die Lösung weitere Stärken ausspielen können. „Das in den nächsten Projektphasen stetig wachsende Funktionsspektrum der CRM-Lösung wird überdies den Verkauf zusätzlicher oder margenstärkerer Produkte, also Cross- und Upselling, unterstützen“, wie Paulus erklärt. Durch ständige Auswertung kurzfristig messbarer Daten wie Agent, Zahl der Anrufe und Weiterleitungen, Gesprächs- und Bearbeitungsdauer wird die Effizienz kontinuierlich verbessert.

„Unsere Ziele für das Projekt haben wir erreicht. Wir sind sehr zufrieden, dass die Service-Qualität, etwa durch eine höhere Erstlösungsquote, durch die Einführung von SAP CRM deutlich gestiegen ist“, zieht Paulus als Fazit. „Die Erfahrungen der ersten Phase sind eine gute Grundlage für Lösungsansätze bei der Realisierung der nächsten Projektphase von „Kunde ist König“. In dem Schritt ist geplant, die Vertriebsprozesse ebenfalls in SAP CRM abzubilden – mit dem Ziel die Pole-Position von HSE24 zu erreichen.“

50 087 884 (08/01)

© 2007 SAP AG. Alle Rechte vorbehalten. SAP, R/3, mySAP, mySAP.com, xApps, xApp, SAP NetWeaver, Duet, PartnerEdge und weitere im Text erwähnte SAP-Produkte und -Dienstleistungen sowie die entsprechenden Logos sind Marken oder eingetragene Marken der SAP AG in Deutschland und anderen Ländern weltweit. Alle anderen Namen von Produkten und Dienstleistungen sind Marken der jeweiligen Firmen. Die Angaben im Text sind unverbindlich und dienen lediglich zu Informationszwecken. Produkte können länderspezifische Unterschiede aufweisen.

In dieser Publikation enthaltene Informationen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Die vorliegenden Angaben werden von SAP AG und ihren Konzernunternehmen („SAP-Konzern“) bereitgestellt und dienen ausschließlich Informationszwecken. Der SAP-Konzern übernimmt keinerlei Haftung oder Garantie für Fehler oder Unvollständigkeiten in dieser Publikation. Der SAP-Konzern steht lediglich für Produkte und Dienstleistungen nach der Maßgabe ein, die in der Vereinbarung über die jeweiligen Produkte und Dienstleistungen ausdrücklich geregelt ist. Aus den in dieser Publikation enthaltenen Informationen ergibt sich keine weiterführende Haftung.