



Nikon

Überblick

Land: Deutschland

Branche: Elektroindustrie & Hightech

Mitarbeiter: 120

Unternehmen

Nikon gehört zu den führenden Anbietern von Digitalkameras, Filmscannern und Mikroskopen. Die deutsche Niederlassung beschäftigt 120 Mitarbeiter und erzielt einen Jahresumsatz von rund 220 Millionen Euro.

Ausgangssituation

Bislang waren die Kundeninformationen auf mehrere Systeme verteilt. Eine Offlinenutzung war nur eingeschränkt möglich. Statistische Auswertungen mussten erst mühevoll zusammengestellt werden.

Lösung

Nikon entschied sich für die Einführung von Microsoft Dynamics CRM. In einem Detailvergleich mehrerer Lösungen erzielte die CRM-Software die höchste Punktzahl.

Nutzen

Die einfache Datenerfassung erhöht die Qualität der Vertriebsberichte. Die Mitarbeiter finden in Microsoft Dynamics CRM alle relevanten Kundeninformationen an einer Stelle.

Thema: Customer Relationship Management (CRM)

Neue CRM-Software verschafft Vertrieb und Management mehr Bewegungsfreiheit

„Nach einem knappen Vierteljahr können wir die Akzeptanz deutlich spüren. Microsoft CRM macht richtig Spaß.“

Marcus Diepenseifen, Coordinator Business Information bei der Nikon GmbH Deutschland

Präzision ist das Geschäft des japanischen Technologiekonzerns Nikon. Ganz gleich, ob es sich um hochauflösende Kameras oder wissenschaftlich exakte Mikroskope handelt – immer geht es darum, den Blick auf die kleinen Dinge zu lenken. Weniger detailverliebt ging Nikon Deutschland bislang mit den Kundendaten um. Sie waren auf mehrere Systeme verteilt und behinderten den Vertrieb mehr, als ihn zu unterstützen. Bei Kundenbesuchen fehlten wichtige Informationen, und Routineaufgaben wie das Erstellen von Vertriebsberichten verursachten viel Arbeit. Nikon entschied sich deshalb, die Systemvielfalt durch eine professionelle CRM-Software zu ersetzen. Die schnelle, einfache Datenerfassung sorgt seitdem für eine bessere Qualität im Berichtswesen. Für Managemententscheidungen stehen jetzt deutlich mehr Marktinformationen zur Verfügung. Gleichzeitig stieg der Zeitgewinn durch effizientere Geschäftsprozesse.



eCONNEX AG



„Microsoft CRM sieht wie Outlook aus, benimmt sich wie Outlook und lässt sich ebenso einfach bedienen.“

Marcus Diepenseifen, Coordinator Business Information bei der Nikon GmbH Deutschland

Wer vor dem Kauf einer Digitalkamera die Liste der Anbieter durchgeht, stößt spätestens an der dritten Stelle auf Nikon. Der japanische Konzern zählt weltweit zu den bekanntesten Herstellern von optischen Präzisionstechnologie, darunter auch Fernrohre, Mikroskope und Filmscanner. Bei den Kameras deckt Nikon die gesamte Bandbreite vom kompakten Einstiegsmodell bis zur Spiegelreflexkamera für Profifotografen ab. Bei der Entwicklung technischer Neuerungen wie dem „Vibration Reduction“-Verfahren zur Bildstabilisierung achtet Nikon auch auf langfristigen Nutzen. Das gilt zum Beispiel bei den Objektiven: „Wer sich eine digitale Single-Lens-Reflection(SLR)-Kamera kauft, kann in die Verlegenheit kommen, die Objektiv zu tauschen zu müssen, da der Anschluss geändert wurde. Das kann sehr teuer werden. Unsere Objektive sind hingegen abwärtskompatibel“, unterstreicht Marcus Diepenseifen, Coordinator Business Information bei Nikon Deutschland. Seit 1971 ist Nikon mit einer Vertriebsniederlassung in Düsseldorf vertreten. Die 120 deutschen Mitarbeiter erzielten 2006 einen Umsatz von 220 Millionen Euro.

Undurchschaubare Strukturen

Mitte 2005 analysierte Nikon das Datenmanagement seiner Vertriebsorganisation und entdeckte einige strukturelle Schwächen. Während ein Teil der kundenbezogenen Informationen in einer selbst entwickelten Datenbank gespeichert wurde, kam bei Schriftverkehr, E-Mail, Termin- und Aufgabenplanung Microsoft Office zum Zuge. „Die Kerninformationen, die wir für die Kundenbetreuung benötigen, waren zwar vorhanden, allerdings verteilt auf verschiedene Systeme, Rechner und Standorte“, erinnert sich Diepenseifen. Die Folge: Viele Arbeitsabläufe wurden manuell angestoßen, und der Kommunikationsbedarf zwischen den Mitarbeitern war relativ hoch.

Da eine einheitliche Datenhaltung fehlte, mangelte es an Transparenz. Eine Offlinesynchronisierung oder ein Datenabgleich

zwischen den Systemen war nur teilweise beziehungsweise gar nicht möglich. Statistische Auswertungen mussten erst mühsam zusammengestellt werden. „Was uns wirklich fehlte, war ein zentrales System, mit dem wir den Vertrieb effizient steuern konnten“, sagt Marcus Diepenseifen. Mitte 2005 beschloss Nikon Deutschland, eine zeitgemäße CRM-Software einzuführen.

Benutzerführung kam gut an

Oberstes Ziel war es, Produkt-, Kunden- und Marktinformationen auf einer Plattform zu führen. „Ein zentraler Datenpool sollte unseren Vertriebsmitarbeitern alle Informationen liefern, die sie im Kontakt mit dem Fachhandel benötigen. Gleichzeitig erwartete das Management fundierte Marktinformationen als Basis für Entscheidungen“, erzählt Diepenseifen. Mit Blick auf den praktischen Umgang standen Faktoren wie die Anbindung an Microsoft Office, das Kontaktmanagement oder die Offlinesynchronisierung der Daten im Mittelpunkt. „Uns war wichtig, dass die Eingewöhnungsphase schmerzlos verläuft. Die Benutzerführung spielte eine wesentliche Rolle“, sagt Diepenseifen. Das Projektteam erarbeitete eine Entscheidungsmatrix, die alle relevanten Funktionen ihrer Bedeutung nach auflistet. Sieger nach Punkten wurde Microsoft Dynamics CRM vor Lösungen von Siebel und Salesforce. Beeindruckt hat Diepenseifen die enge Bindung an Office: „Microsoft CRM sieht wie Outlook aus, benimmt sich wie Outlook und lässt sich ebenso einfach bedienen. Damit konnten wir den Umgewöhnungsfaktor niedrig halten.“ Für die Implementierung wählte Nikon den Microsoft-Partner eCONNEX AG.

Heißer Draht zum ERP-System

Der Startschuss für die Implementierung fiel im Mai 2006. Große Anpassungen waren anfangs nicht vorgesehen. „Die vorhandenen Geschäftsprozesse reichten völlig für unsere Zwecke. Die unterschiedlichen Strukturen von Fachhandel und

Die Nikon GmbH gehört zu den führenden Herstellern von Digitalkameras und Fernrohren

Foto: Nikon GmbH



Technik im Überblick

Microsoft Dynamics CRM

Derzeit arbeiten 50 Mitarbeiter mit Microsoft Dynamics CRM. Nikon nutzt dabei die Programmbereiche Vertrieb und Marketing. Eine Anbindung besteht an SAP/R3.

Microsoft Office 2003 Professional

Die vollständige Integration in Outlook erlaubt den Vertriebsmitarbeitern, E-Mails, Aufgaben und Termine wie gewohnt zu bearbeiten.

Windows XP Professional

Dank Windows XP kann Nikon Daten sicher tauschen und verwalten.

Elektronikmärkten konnten wir beispielsweise sehr genau abbilden“, erläutert Diepenseifen. Lediglich ein paar Eingabefelder sollten hinzukommen, um kundenspezifische Merkmale zu erfassen. Doch die flexible Programmstruktur entwickelte schnell eine Eigendynamik. Im Laufe des Projekts kamen weitere Ergänzungen hinzu, die von Kleinigkeiten bis zur komplexen Integrationslösung reichten. Zum Beispiel gibt es inzwischen ein Aufklappmenü, das die Hobbys der Kunden rasch erfassen kann.

Den größten Nutzwert schafft indes die Anbindung an die Unternehmenssoftware SAP R/3, die den Nikon-Vertrieb mit aktuellen Unternehmenszahlen versorgt. Auf diese Weise erfahren die Vertriebsmitarbeiter bei der Vorbereitung auf einen Besuchstermin automatisch, ob ein Lieferrückstand besteht und wie hoch dieser ausfällt. Bisher verbrachten die Mitarbeiter oft bis zu eine Stunde pro Tag damit, die Daten manuell abzugleichen. „Auf unausweichliche Fragen sind wir jetzt gut vorbereitet“, betont Diepenseifen. Auch Umsätze oder die aktuelle Budgetauslastung werden über die Verbindung ausgetauscht. Umgesetzt wurde der Schulterschluss zwischen Microsoft Dynamics CRM und SAP R/3 mithilfe einer Integrationslösung des US-Softwarehauses Scribe. Neben der finanzwirtschaftlichen Seite spielt auch die Vertragsgestaltung eine zentrale Rolle im Beziehungsmanagement. Hierzu liefert die CRM-Software wichtige Details, etwa die Jahresumsatzvereinbarungen der einzelnen Fachhändler.

In operativer Hinsicht nutzt Nikon Microsoft Dynamics CRM insbesondere für das Kontaktmanagement. Hier werden Besuchsberichte gespeichert und wichtige Kontakte dokumentiert. „Wir schreiben unseren Mitarbeitern aber nicht vor, jedes Telefonat zu notieren. Eine zu penible Interpretation von CRM wirkt eher kontraproduktiv“, ist sich Diepenseifen sicher.

Hohe Mitarbeiterakzeptanz

Seit Februar 2007 ist Microsoft Dynamics CRM bei Nikon im Einsatz. Eine ausgesprochen glatte Einführung, findet der Koordinator Business Information: „Die technische Umsetzung war absolut unproblematisch. Der Knackpunkt lag in der Vorbereitung: Wer alle Anforderungen im Vorfeld ausreichend spezifiziert, vermeidet Verzögerungen im Projektverlauf.“ Es gab keine Schwierigkeiten, den Vertrieb an die Software zu gewöhnen. Dazu sei die Ausgangssituation einfach „zu desaströs“ gewesen. Mit dem Zugriff auf einen gepflegten, zentralen Datenpool, der auch unterwegs zur Verfügung steht, dem sinkenden Abstimmungsbedarf und einer schnellen, einfachen Vertriebsdatenerfassung hat sich Microsoft Dynamics CRM schnell den ersten Platz unter den Anwendungen erobert. Bei den Mitarbeitern kommt auch das enge Zusammenspiel mit Microsoft Office gut an. „Nach einem knappen Vierteljahr können wir die Akzeptanz von Microsoft CRM deutlich spüren. Die Berichte sind ausführlicher geschrieben und werden schneller geliefert. Die CRM-Soft-

Weitere Informationen

Microsoft-Partner

eCONNEX AG
Siemensstraße 8
24118 Kiel
Tel.: 0431 59369-0
Fax: 0431 59369-19
E-Mail: sales@econnex.com
www.econnex.com



Geschäftskundenbetreuung

Microsoft Deutschland GmbH
Konrad-Zuse-Straße 1
85716 Unterschleißheim
Tel.: 0180 5 672330*

*0,14 Euro/Min., deutschlandweit;
Mobilfunkgebühren können abweichen

Weitere Kundenreferenzen

finden Sie unter:

www.microsoft.de/kundenreferenzen

ware macht richtig Spaß“, lobt Diepenseifen. Von der neuen „Kultur“ des Berichteschreibens profitiert am Ende auch das Management. Der Vertriebsleitung stehen jetzt detaillierte Informationen zur Verfügung, etwa zum Wettbewerb oder zur Marktresonanz neuer Produkte. Um quantitative Aussagen treffen zu können, ist es für den Coordinator Business Information allerdings

noch zu früh: „Wir werden in den nächsten Monaten genau beobachten, wie Microsoft CRM genutzt wird. Die Anregungen und Verbesserungsvorschläge sammeln wir zunächst und entscheiden dann über den weiteren Systemausbau.“ Beschlossene Sache ist bereits die Einführung eines Kampagnenmanagements, das schon in Kürze an den Start gehen soll.

Software und Services

- Microsoft Dynamics CRM
- Microsoft SQL Server 2005
- Microsoft Exchange Server 2003
- Microsoft Office 2003 Professional

- Microsoft Windows Server 2003
- Windows XP Professional

Partner

- eCONNEX AG