

Customer Relationship Management (CRM) bei ARCADIS Deutschland

Wissen optimal nutzen

Arcadis Deutschland mit Sitz in Darmstadt, ist führender Anbieter von Beratungs-, Projektmanagement- und Ingenieurleistungen in den Bereichen Infrastruktur, Umwelt und Immobilien. Für Arcadis stehen das Wissen und die optimale Nutzung dieser Ressource im Mittelpunkt des Unternehmensalltags. Um, trotz einer dezentralen Organisationsstruktur, das Erfahrungswissen aller Mitarbeiter und das Know-how aus sämtlichen Projekten zentral verfügbar zu machen, entwickelte Arcadis ein stark prozessorientiertes Vorgehen, von der Kontaktaufnahme über die Angebotserstellung bis hin zur Projektdurchführung. Dieses Vorgehen und das komplexe Projektgeschäft stellen besondere Herausforderungen an die IT-Anwendungslandschaft, hier vor allem an das CRM-System. Von Michael Büning*

Für Unternehmen wie Arcadis, tätig im reinen B2B-Bereich, sind die abzubildenden Datenstrukturen wesentlich komplexer als im reinen Privatkundengeschäft. Obwohl im Privatkundengeschäft einige Millionen Privatkunden und

**Michael Büning ist Mitgründer und Gesellschafter der Team4 GmbH.*



Drei von zahlreichen Arcadis-Projekten: Westhafengelände Frankfurt am Main: Rückbau, Sanierung, Baureifmachung.

nicht nur einige Tausend Firmen adressiert werden, gehört im B2B-Bereich zu jeder Firma eine ungleich größere Informationsmenge. Während die meisten Unternehmen im B2B-Bereich lediglich ihre Beziehung zu anderen Unternehmen im CRM-System abbilden lassen, forderte Arcadis hier eine Besonderheit.

Komplexe Strukturen bändigen

„Wir wollten, dass die Information zu einem bestimmten Projekt nicht nur an der Firma, sondern auch an den beteiligten Personen aufgehängt wird“, erläutert Bertram Subtil, Marketing Leiter bei Arcadis und Projektleiter CRM. „Nur so bleibt die gesamte Beziehungshistorie mit all ihren Dokumenten und Korrespondenzen stets dokumentierbar, unabhängig davon, ob eine Person in einem Unternehmen verbleibt.“ Diese Besonderheit steigert die Komplexität der Strukturen noch einmal.

Gerade wenn es um das Projektgeschäft geht, bildet ein fundiertes Opportunity Management den Mittel-

punkt des analytischen CRMs, wobei nicht nur der Auftrag, sondern oft auch Lieferpläne über Jahre abzubilden sind. „Das Opportunity Management bietet uns als Unternehmen die Möglichkeit, uns auf die Kunden zu konzentrieren, von denen wir tatsächlichen Nutzen erwarten. Grundvoraussetzung dafür ist die zentrale Speicherung der Vertriebsprojektdaten und der allgemeinen Kommunikation“, so Subtil. Einmal gewonnene Informationen müssen immer und überall verfügbar sein. Nur so bietet das Opportunity Management einen angemessenen Rahmen für die Darstellung und Verfolgung der Verkaufsprojekte von Beginn an und garantiert einen exakten und kompletten Überblick über alle aktuellen Vertriebstätigkeiten. Subtil: „Hierbei muss auch klar sein, dass gutes Opportunity Management stets ein mehrstufiger Prozess ist, bei dem häufig aus einem Ansatz mehrere Verkaufschancen erwachsen.“ Die Abbildung all dieser komplexen Strukturen muss ein gutes B2B-

CRM-System leisten. Nur im B2B-Bereich gibt es das so genannte Key-Account Management, also die spezielle Betreuung von wenigen absatzträchtigen Unternehmensgruppen, die oft 80 Prozent des Gesamtumsatzes ausmachen. Auch diese Strukturen muss ein B2B-CRM angemessen darstellen und den Kontakt zu den umsatzträchtigsten Kunden optimal unterstützen. Bertram Subtil sagt hierzu nur soviel, „auch wir kennen das Pareto-Prinzip und versuchen unseren Arbeitsalltag und den Kontakt zu unseren Kunden dementsprechend zu organisieren“.

CRM-Neustart

„Durch unser bisheriges CRM-System war unser komplexes Projektgeschäft nicht mehr handhabbar“, so Subtil: „Wir benötigten ein komplett neues System.“ Bei der Auswahl wurde besonders auf die Umsetzung bestimmter Grundanforderungen geachtet. Durch den mobilen Betrieb, auch offline, sollte die Nutzerakzeptanz nicht nur in Büroumgebung sondern auch unterwegs hoch sein. Zudem sollte das neue System, im Vergleich zum al-

Lufthansa Aviation Center: Projektsteuerung für die neue Unternehmenszentrale am Flughafen Frankfurt/Main.



Lillencarré Wiesbaden: Projektsteuerung für Shopping-, Hotel- und Bürocenter.

ten, über eine enge Integration mit der Notes-E-Mail und Kalender-Funktion verfügen. „Auch die mögliche Abbildbarkeit der komplexen Beziehungsstrukturen in unseren Projekten spielte für uns eine Rolle“, erläutert Subtil.

Die IT-Landschaft eines Unternehmens ändert sich ständig. Daraus erwächst nicht selten die Integration zwischen Vertrieb und Supply Chain Management oder eines Kundenportals mit CRM-Verbindung. „Hier war es uns wichtig, durch weitere Ausbaustufen das System an neue Herausforderungen anpassen zu können“, so Bertram Subtil. „So soll es etwa möglich sein, das Auftragsabwicklungssystem in das System zu integrieren.“

Offline-Funktionalität

Um genau das CRM-System zu finden, das dem komplexen Projektgeschäft bei Arcadis gewachsen ist und eine enge Integration mit dem Wissensmanagement erlaubt, führte man ein dreistufiges Auswahlverfahren durch. Am Ende entschied man sich für das CRM-System der Team4 GmbH aus Herzogenrath.

„Für Team4 sprach, dass sie bei allen uns wichtigen Grundanforderungen überzeugten“, so Subtil. Als

Groupware verwendet Arcadis Lotus Notes/Domino. Das Team4 CRM nutzt diese Infrastruktur als Basis. So wirkt das Userinterface wie eine Erweiterung der gewohnten Notes-Mail-Anwendung. Dies führt nicht nur zu einer schnellen und hohen Akzeptanz bei den Anwendern, sondern reduziert den Schulungsaufwand auf ein

Minimum. Durch die gleiche Plattform wird auch erst eine enge Integration mit der Notes-E-Mail und Kalender-Funktion möglich. Dank der Notes-Replikationstechnik, die die Daten auf die Festplatte der Notebooks verteilt, wird allen Mitarbeitern, egal ob im Büro oder im Außendienst, ein einheitlicher, aktueller und kompletter Informationszugriff ermöglicht. Das System bietet somit vollständige Offline-Funktionalität ohne zusätzlich betreuende Technologiekomponenten zu benötigen. Team4 CRM ist ein „Relation Framework“ unterlegt. Dies hebt die strukturelle Konfigurierbarkeit auf ein hohes Niveau. So können auch die komplexen und wachsenden Strukturen allein durch Konfiguration von Informationsobjekten und den Beziehungen sauber, einfach und flexibel modelliert werden. Subtil: „Wir haben die relationalen Modellierungsmöglichkeiten intensiv genutzt. So konnten wir Team4 CRM optimal an unsere komplexen Kunden-, Partner- und Projektstrukturen anpassen. Dabei war es sehr angenehm, dass auch Anpassungen und Erweiterungen sich bruchfrei in der Nutzeroberfläche präsentierten.“

www.team4.de