

Zur Prophylaxe gegen Kundenschwund: Neues CRM-System für Aventis Pharma Deutschland.



Überblick

■ Die Aufgabe

Einführung eines integrierten CRM-Systems für einfachere Verwaltung und effektivere Nutzung von Kundeninformationen bei Aventis Pharma Deutschland

■ Die Lösung

Implementierung eines CRM-Systems bei Aventis Deutschland: Einführung von Siebel für Call Center und Innen- und Außendienst; Aufbau eines Data Warehouse für Marketing und Vertrieb

■ Die Vorteile

Optimierung der Geschäftsprozesse, Stärkung von Kundenorientierung und Kundenbindung und Integration strategischer Ziele zur langfristigen Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit

Das Unternehmen Aventis

Aventis gehört zu den weltweit führenden Arzneimittelherstellern. Es erforscht und entwickelt innovative, verschreibungspflichtige Medikamente zur Behandlung und Prävention ernster Erkrankungen sowie Impfstoffe. Im Jahr 2003 hat Aventis in seinem Kerngeschäft einen Umsatz von 16,8 Milliarden Euro erzielt, 2,9 Milliarden Euro in Forschung und Entwicklung investiert und weltweit rund 69 000 Mitarbeiter beschäftigt. Der Sitz des Unternehmens ist in Straßburg, Frankreich.

Der Pharmamarkt

Die Pharmaindustrie hat bisher trotz der Zunahme des Kostendrucks im Arzneimittelsektor und trotz der Reform des Gesundheitswesens stabile Zuwachsraten verzeichnen können. Sie zählt zu den wenigen Wachstumsbranchen Deutschlands. Wegen der weiter fortschreitenden Globalisierung des Pharmasektors und der damit verbundenen Welle von Fusionen großer Pharmaunternehmen werden sich aber künftig

im Wettbewerb völlig neue Herausforderungen ergeben. Um sich am Markt behaupten und eine langfristige Kundenbindung sicherstellen zu können, müssen viele Unternehmen daher über neue Wettbewerbsstrategien nachdenken.

Auch hier ist Customer Relationship Management (CRM) zu einem zentralen Management-Ansatz geworden. Schon heute betreiben alle führenden Unternehmen der Pharmabranche ihr CRM. Es dient ihnen als ganzheitlicher Ansatz der Unternehmensführung, der ihnen erlaubt, abteilungsübergreifend alle kundenbezogenen Prozesse in Marketing, Vertrieb und Service zu integrieren und zu optimieren.

Einführung eines CRM-Systems bei Aventis Deutschland

Aventis Pharma Deutschland beauftragte IBM Business Consulting Services im Rahmen einer globalen Initiative mit diesem Projekt, das die Bereiche Außendienstunterstützung (ETMS), Call Center/Innendienst und Data Warehouse umfasste.

Zu den Kernprozessen, die im Siebel-System im Bereich 'Außendienst-Kontaktmanagement' (ETMS) abgebildet werden sollten, zählten:

- *Selektion/Targeting von Kunden*
- *Besuchsvorbereitung und Kontaktdokumentation*
- *Muster- und Literaturversand*
- *Thought Leader Management*

- *Veranstaltungsmanagement*
- *Anwendungsbeobachtungen*
- *Klinische Studien*

In der CRM-Anwendung „Call Center“ sollten folgende Prozesse abgewickelt werden:

- *Anruferkennung unter Nutzung von Computer Telephony Integration*
- *Dokumentation von Kundenanfragen*
- *Weiterleitung von Anrufen unter Nutzung eines Call/Screen-Transfers*
- *Zugriff auf eine Wissensdatenbank*
- *Literaturversand*

Zu den Zielen im Teilprojekt „Data Warehouse“ zählten:

- *Segmentation/Targeting*
- *Analysen und Reporting für Marketing und Vertrieb*
- *Direktmarketing*

Einer umfassenden Analyse der gegebenen Prozesse und Organisationen und der Erstellung des Projektplans folgte eine halbjährige Testphase, in der gezeigt werden konnte, dass Siebel als CRM-Lösung die gestellten Anforderungen bestens erfüllt.

Nach intensiver Planung ging das Projekt dann 2002 in die Implementierungsphase aus technischem Design, Entwicklung, Test, Training und Roll-out.

Eine der Hauptaufgaben bei der Implementierung des Siebel-Systems war, mehr als 50 alte CRM-Systemkomponenten abzulösen und die Anforderungen von 1 300 Endanwendern abzubilden. Es galt, die Endanwender durch frühzeitige, intensive Kommunikation von den Veränderungen zu überzeugen und ihren Nutzen für jeden Mitarbeiter herauszustellen.

IBM hat durch sein professionelles Vorgehen und sein hervorragendes Know-how in der Siebel-Implementierung die Kundenanforderungen sogar übererfüllt und Aventis bestens dabei unterstützt, seine Strukturen und internen Abläufe zu optimieren. Außerdem haben IBM und Aventis gemeinsam Serviceleistungen entwickelt, die die Kunden langfristig zufrieden stellen werden.

Der große Erfolg dieses Projekts ist nicht zuletzt der partnerschaftlichen Zusammenarbeit von IBM und Aventis zu verdanken.

Im Ergebnis haben die Änderungen im Customer Relationship Management bei Aventis Pharma Deutschland zu signifikanten Verbesserungen bei den Kundenbeziehungen und deutlich vereinfachten Arbeitsprozessen geführt.

Weitere Informationen

Wenn sie mehr über CRM oder IBM Business Consulting Services erfahren möchten, wenden sie sich an Ihren IBM Ansprechpartner – oder besuchen Sie uns unter:

ibm.com/services/de/bcs



IBM Deutschland GmbH
70548 Stuttgart
ibm.com/de

IBM Österreich
Obere Donaustraße 95
1020 Wien
ibm.com/at

IBM Schweiz
Bändliweg 21, Postfach
8010 Zürich
ibm.com/ch

Die IBM Homepage finden Sie unter:
ibm.com

IBM, das IBM Logo, das e-Logo und ibm.com sind eingetragene Marken der IBM Corporation. On Demand Business und das On Demand Business Logo sind Marken der IBM Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

Weitere Unternehmens-, Produkt- oder Servicenamen können Marken anderer Hersteller sein.

Diese Erfolgsgeschichte verdeutlicht, wie ein bestimmter IBM Kunde Technologien/Services von IBM und/oder einem IBM Business Partner einsetzt. Die hier beschriebenen Resultate und Vorteile wurden von zahlreichen Faktoren beeinflusst. IBM übernimmt keine Gewährleistung dafür, dass in anderen Kundensituationen ein vergleichbares Ergebnis erreicht werden kann. Alle hierin enthaltenen Informationen wurden vom jeweiligen Kunden und/oder IBM Business Partner bereitgestellt. IBM übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit dieser Informationen.

© Copyright IBM Corporation 2004
Alle Rechte vorbehalten.