

KUNDENFALLSTUDIE

Deutsche Presse-Agentur (dpa) setzt auf neues Customer- Relationship-Management- System von SugarCRM

dpa ...

Erfolgreiche Implementierung eines neues Vertriebstools mit maximaler Nutzerakzeptanz

Die Deutsche Presse-Agentur (dpa) ist die seit 1949 führende deutsche und eine der weltweit angesehensten unabhängigen Nachrichtenagenturen. Das Unternehmen beschäftigt Korrespondenten in mehr als 80 Ländern und liefert Medien, Unternehmen und Organisationen weltweit Nachrichten und redaktionelle Angebote. Die Berichterstattungen der dpa erfolgen in sieben Sprachen – Deutsch, Englisch, Spanisch, Arabisch, Französisch, Polnisch und Russisch. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 600 Angestellte und 1.000 Journalisten, die stets nach den im dpa-Statut festgelegten Grundsätzen arbeiten: unabhängig von Weltanschauungen, Wirtschaftsunternehmen oder Regierungen.

Industrie ///

Presse

Standort ///

Berlin, Deutschland

Webseite ///

www.dpa.com

Neue Anforderungen erfordern neues CRM

Nach dem jahrelangen Einsatz einer Altlösung benötigte die dpa ein neues und zukunftsweisendes CRM-System, um den aktuellen Vertriebsprozess bestmöglich abzubilden und zu steuern, auf diese Weise Transparenz zu schaffen und den Verkaufsteams weltweit ein professionelles Organisationstool bieten zu können. Bei der Implementierung und Entwicklung der alten CRM-Lösung war das Ziel, alle Nutzerwünsche innerhalb der Systemsteuerung umzusetzen, was das Prozedere unscharf machte und wodurch die Nutzerakzeptanz sank. Das System diente somit nur noch als Verwaltungstool.

Der Anspruch an ein neues CRM-System war demnach, die Vertriebsprozesse perfekt abzubilden und nutzerspezifische Anpassungen lediglich durchzuführen, wenn diese die Nutzerakzeptanz und die Funktionalität der Lösung steigern. Die Einführung eines neuen Systems innerhalb einer Unternehmensstruktur ist stets mit Veränderungen verbunden und birgt das Risiko, dass es von den bisherigen Nutzern abgelehnt wird. Change-Management ist deshalb besonders wichtig und muss im Voraus geplant werden, um die Anwender auf den Wechsel vorzubereiten. Es gilt hierbei zu vermeiden, dass Nutzer sich abwenden, wenn das neue CRM-System eingeführt wird.

Intensiver Auswahlprozess

Zur Auswahl eines passenden CRM-Systems, das alle gewünschten Funktionalitäten ermöglicht, haben die Projektverantwortlichen der dpa Tools von mehr als 20 Anbietern getestet und verglichen. Zusammen mit der Fellow Consulting AG, Vertriebspartner von SugarCRM, fiel die Wahl schließlich auf SugarCRM, dessen Plattform die Erfüllung aller Anforderungen versprach. Die Zusammenarbeit mit Fellow Consulting basierte auf Klarheit, Offenheit und Transparenz, wodurch die gemeinsame Durchführung des Projekts erleichtert wurde. Von Beginn an wurden die Geschäftsführung sowie die IT-Entscheidungsträger in das Projekt mit eingebunden.

Um die Umstellung auf das neue CRM für alle Nutzer möglichst konform und einfach zu gestalten und Nutzerakzeptanz erzielen zu können, hat die dpa bereits während der Implementierungsphase verschiedene Angebote für die Nutzer bereitgestellt: Sprechstunden, Workshops, regelmäßige Statusberichte, Early-Bird-Tests, Video-Tutorials, Schulungen und ein Kommunikationskanal für Fragen und Antworten gewährleisteten einen kontinuierlichen Austausch und bereiteten auf die Nutzung des neuen CRM vor. Dennoch gibt es bei der Belegschaft, sobald ein neues System eingeführt wird natürlich gewisse Ängste, da gewohnte Arbeitsläufe von neuen abgelöst werden. Die Sichtbarkeit des einzelnen Mitarbeiters innerhalb des neuen Systems stellte hier eine besondere Herausforderung dar.

„Bei Auswahl, Einkauf und Implementierung eines neuen Tools ist es unabdingbar, die Mitarbeiter mitzunehmen, da ein solcher Prozess immer auch einen Wandel bedeutet.“

– **ULRIKE W.**

Leiterin Kundenservice bei der Deutschen Presse-Agentur

Transformationsängste nehmen – Transparenz positiv kommunizieren


Die neue Transparenz eigener Aufgaben im Rahmen eines modernen CRM-Systems kann zu Verunsicherung führen. Deshalb hat die dpa bereits während der Implementierungsphase versucht, die positiven Aspekte dieser neuen Form von Sichtbarkeit hervorzuheben. Durch die neuen einheitlichen Arbeitsregelungen sind Vertretungsmodelle leichter möglich und Mitarbeiter können in ihrer Arbeitsweise wesentlich individueller und persönlicher – etwa durch eine bessere Kommunikation mit dem direkten Vorgesetzten – unterstützt werden.

Als das System live ging, hatten alle Mitarbeiter aufgrund der transparenten Kommunikation über die neue Technologie bereits eine recht konkrete Vorstellung der neuen Lösung und den damit verbundenen Veränderungen.

„Bei Auswahl, Einkauf und Implementierung eines neuen Tools ist es unabdingbar, die Mitarbeiter mitzunehmen, da ein solcher Prozess immer auch einen Wandel bedeutet“, betont Ulrike Wilhelm, Leiterin Kundenservice bei der Deutschen Presse-Agentur. „Mit Sugar konnten wir unseren Vertriebsmitarbeitern ein Tool an die Hand geben, das Transparenz über den Vertriebsprozess schafft und alle Daten, die wir über Kunden erheben, den entsprechenden Mitarbeitern jederzeit und kontextuell zur Verfügung stellt.“

Erfolgreiche Projektumsetzung

Die dpa erreichte mit SugarCRM die Ziele, die sie sich für den Wechsel vom alten zum neuen CRM-System gesetzt hatte. Seit zwei Jahren ist die Plattform von Sugar nun täglich im Einsatz und wird umfassend als Vertriebstool genutzt. Die Sales-Teams haben sich am neuen System interessiert gezeigt, zahlreiche Rückfragen gestellt und es dementsprechend nach der Implementierung wohlwollend angenommen. Die dpa führt weiterhin spezifische Anpassungen am System durch, solange diese nicht zu viel Aufwand erfordern oder zu weit vom Standard abweichen.



FELLOW CONSULTING AG

SUGAR PARTNER

Die Fellow Consulting AG mit Sitz in Poing bei München ist ein weltweit tätiger Lösungsanbieter für CRM Beratungs- und Implementierungsdienstleistungen.

www.fellow-consulting.de // info@fellow-consulting.de

Über SugarCRM

Mit SugarCRM erhalten Marketing-, Vertriebs- und Serviceteams endlich ein klares Bild jedes einzelnen Kunden. Auf diese Weise erreichen Unternehmen neue Leistungsspitzen und können konkrete Vorhersagen treffen. Sugar ist die CRM-Plattform, die Schwieriges einfach macht.

Tausende von Unternehmen in über 120 Ländern verlassen sich auf Sugar, um High-Definition-CX zu erreichen, indem sie die Arbeit der Plattform überlassen. Das im Silicon Valley ansässige Unternehmen Sugar wird von Accel-KKR unterstützt.

Um mehr zu erfahren, besuchen Sie www.sugarcrm.com/de oder folgen Sie [@SugarCRM](https://twitter.com/SugarCRM).