

Die Campina GmbH setzt zur optimierten Planung und Steuerung sämtlicher Vertriebsarbeit das CRM-System CompAS Consumer der Münchner CompAS GmbH ein. Die CRM-Branchenlösung für den Molkereiproduktevertrieb unterstützt fortan die Koordination und Steuerung sämtlicher Vertriebsprozesse des Heilbronner Markenunternehmens im Innen- und Außendienst.

Als eines der führenden Molkereiunternehmen in Deutschland mit einer jährlichen Milchverarbeitung von 860 Millionen Kilogramm Milch stellt Campina hohe Ansprüche an Distributionsplanung und Vertrieb. Gerade renommierte Marken wie z.B. Landleibe, Optiwell oder Puddis benötigen vertrieblich bestmögliche Betreuung, um sie weiterhin erfolgreich im Handel zu platzieren. Das CRM-System CompAS Consumer



soll zukünftig neben einer Optimierung der vertrieblichen Abläufe im Allgemeinen vor allem eine systematische, einheitliche und koordinierte Steuerung des Außendienstes ermöglichen. Weiterhin dient das System zur strukturierten Erfassung und Analyse unterschiedlichster Informationen aus dem Handel. Diese Informationen liefern Campina detaillierte und faktenbezogene Einblicke in die eigene vertriebliche Arbeit und können so für die Entwicklung wirksamer Vertriebsstrategien herangezogen werden, wie zum Beispiel zur optimierten Preisfindung zu einem bestimmten Artikel.

Alle Daten auf einen Blick

Neben der Übersicht über allgemeine Vertriebsdaten sollten vor allem Informationen aus den Outlets schnell und übersichtlich zur Verfügung stehen. „Der genaue Blick in die Outlets liefert uns wichtige Infor-

Deutsche Milchwirtschaft

4940
59. Jahrgang
122. MKZ
45894 Gelsenkirchen
13. Oktober 2008

21

Österreichische Milch- & Lebensmittelwirtschaft Schweizer Milchwirtschaft

101. ZDM-Verbandstag in Berlin

Im Vertrieb natürlich optiwell!

Campina Deutschland führt CompAS CRM zur Vertrieboptimierung ein

mationen“ erklärt Bernd Philipp, Supply Chain Manager und Projektverantwortlicher bei Campina. „Mit CRM verfügen wir nun jederzeit über aktuelle POS-Daten und können so

„Intelligente Listungen“

Speziell im Hinblick auf die Artikellistungen wurde eine Funktion erforderlich, welche die Listungsvorgaben des Handels nach dem Baustein-Prinzip berücksichtigte. Anhand eines Verteilerschlüssels werden automatisch im System nur diejenigen Produkte zur Listung angezeigt, die vom Händler auch vorgesehen sind. Gerade für die Molkereiproduktbranche sind verschiedene Typen von Baustein-Vorgaben möglich, was die Listungsumsetzung für diese Branche oft recht komplex gestaltet. Anhand der „intelligenten Listungen“ können nun die unterschiedlichen Vorgaben des Handels einfach berücksichtigt werden. Sämtliche Outletdaten laufen in der Campina Zentrale in Heilbronn zusammen. Dort können sie von berechtigten Nutzern zentral abgerufen werden. Neben der besseren Informationslage profitiert auch die Kommunikation. „Die Kommunikation verläuft seit der Konsolidierung der Daten reibungsloser und effizienter“, erklärt Konstanze Paech. Zuvor erfolgte der Austausch zwischen den Abteilungen oft mehrstufig und verzögert, da die Informationen dezentral verteilt lagen.

Branchensystem einer CRM-Allgemeinlösung bevorzugt

Im Verlauf der internationalen CRM-Ausschreibung rückte CompAS Consumer aufgrund der Spezialisierung auf den Vertrieb von Molkereiprodukten schon früh in die engere Auswahl. „Dem System merkte man an, dass darin eine Menge Branchenwis-

sen mit eingeflossen ist“, so Philipp. Im Gegensatz zu Anbietern ohne klare Branchenorientierung hätten sich dort bereits in der Standardversion Funktionen gezeigt, die im Kern die Anforderungen von Campina schon sehr genau abbildeten. „Hier sahen wir die Branchenspezialisierung von CompAS Consumer ganz klar im Vorteil.“ Systeme mit allgemein gehaltenen CRM-Funktionalität hätten einfach nicht denselben Grad an Genauigkeit in der Prozessabwicklung gezeigt, erklärt Philipp. Auch was die Integration des Systems in die bestehende IT-Architektur betraf, zeigte sich Campina zufrieden. Neben der Anbindung an das R/3-System von SAP sollte auch eine Anbindung an externe Handelsdaten



erfolgen. Aufgrund der offenen Systemkonzeption und der integrativen Ausrichtung von CompAS Consumer konnten die Schnittstellen dazu einfach und ohne großen Aufwand eingerichtet werden. „Die Schnittstellenkonfiguration stellte sich im Verlauf erfreulicherweise als ressourcenschonendes Thema heraus“, bekennt Konstanze Paech. Nach einer Test- und Vorbereitungsphase von 6 Monaten ist das System nun in den Echtbetrieb eingebunden und wird abteilungsweise implementiert. □