



Transparente CRM-Daten verbessern Servicequalität

Überblick

Land: Deutschland

Branche: Informationstechnologie

Unternehmen

Die Navigon AG hat sowohl mobile Navigationslösungen für Pocket-PCs, PNAs und Mobiltelefone als auch Firmenlösungen und vorinstallierte Systeme im Produktsortiment. An den beiden Standorten Würzburg und Hamburg arbeiten derzeit 180 Mitarbeiter.

Ausgangssituation

Bisher verwaltete bei Navigon jeder Mitarbeiter seine Kunden- und Serviceinformationen selbst. Die fehlende gemeinsame Datenbasis führte zu Doppeleingaben, belastete die Servicequalität und erschwerte die Auswertung.

Lösung

Navigon entschied sich für Microsoft CRM. Den Ausschlag gaben der große Funktionsumfang des Servicemoduls, die einfache Integration in das Systemumfeld und die Erfahrung des Microsoft-Partners Impello.

Nutzen

Mit Microsoft CRM stiegen Servicequalität und Effizienz. Die Personalquote im Kundenservice blieb trotz Umsatzwachstums konstant, die Beschwerdequote sank um rund 70 Prozent, und die Zusammenarbeit mit externen Call-Centern verbesserte sich.

„Dank Dynamics CRM sind die Retouren fehlerhafter Geräte stark rückläufig. Gleichzeitig sank die Beschwerdequote um rund 70 Prozent.“

Stephan Kunert, Manager Customer Care bei der Navigon AG

Mit ihren mobilen Navigationslösungen für Handys, Pocket-PCs und Personal Navigation Assistants (PNAs) spart die Navigon AG Unternehmen und Privatpersonen viel Zeit. Im eigenen Kundenservice fuhr das Unternehmen hingegen den einen oder anderen Umweg: Den Mitarbeitern fehlte eine gemeinsame Datenbasis, was zu Doppeleingaben führte und Auswertungen erschwerte. Seit kurzem liefert eine CRM-Software transparente Kunden- und Supportinformationen an Servicemitarbeiter und externe Call-Center. Diese können damit schneller erkennen, welche Vorgeschichte ein Servicefall hat oder ob eine Reparatur von der Gewährleistung gedeckt ist. Das Ergebnis: Die Beschwerdequote sank um 70 Prozent. Dank der Systemintegration gelang es zudem, die Zusammenarbeit mit den externen Call-Centern zu verbessern. Das Serviceaufkommen wird – trotz rasant steigender Verkaufszahlen – auch weiterhin mit dem vorhandenen Personalstamm bewältigt.





„Die Zahlen aus Dynamics CRM zeigen uns Verbesserungspotenziale auf.“

Stephan Kunert, Manager Customer Care, Navigon AG

Sie sind klein, mit wenigen Handgriffen installiert und überzeugen mit einem großen Funktionsumfang: mobile Navigationslösungen für Handys, PNAs und Pocket-PCs. Während man für fest installierte Navigationssysteme meist vierstellige Summen auf den Tisch legen muss, fällt für die handliche Alternative nur ein Bruchteil der Kosten an. Kein Wunder, dass die mobile Navigation derzeit zu den am schnellsten wachsenden Marktsegmenten der Informationstechnologie gehört. Ein Anbieter der ersten Stunde ist die Würzburger Navigon AG. Mobile Navigationslösungen tragen derzeit rund 60 Prozent zum Gesamtumsatz des Unternehmens bei. Der Rest entfällt auf spezielle Firmenlösungen und das Geschäft mit vorinstallierten Geräten. Stephan Kunert, Manager Customer Care bei der Navigon AG, sieht die aktuelle Marktsituation völlig entspannt: „Der Markt steckt noch immer in den Kinderschuhen. Die hohen Wachstumsraten sind fast ausschließlich auf die steigende Nachfrage zurückzuführen. Dabei ist das Potenzial noch lange nicht ausgeschöpft.“ Navigon beschäftigt an den beiden Standorten Hamburg und Würzburg rund 180 Mitarbeiter. Zur Verstärkung des Kundenservice greift das Unternehmen zusätzlich auf die Dienste von zwei externen Call-Centern zurück.

Ungenutzte Serviceinformationen

Das verteilte Arbeiten an verschiedenen Standorten ging allerdings bislang zu Lasten der Datentransparenz: „Eine zentrale Kundendatenbank für Servicefälle gab es nicht. Jeder Mitarbeiter arbeitete mit eigenen Aufzeichnungen, Listen und Datenbanken. Bei einem Personalwechsel konnte es durchaus passieren, dass wertvolle Kundeninformationen verloren gingen“, erklärt Kunert. Zudem sei eine Analyse der Servicevorgänge kaum möglich gewesen. „Wir haben die vorhandenen Serviceinformationen bislang kaum genutzt. Uns fehlten zum Beispiel eine Klassifizierung der Vorgänge und statistische Auswertungen, um Kundenbe-

dürfnisse oder technische Probleme besser identifizieren zu können“, erinnert sich Kunert. Im Sommer 2004 machte sich Navigon deshalb auf die Suche nach einer passenden Customer-Relationship-Management(CRM)-Software für den Kundenservice. Ziel war es, Kundendaten und Serviceinformationen an den einzelnen Standorten in einem gemeinsamen Programm zu erfassen und allen Mitarbeitern zeitnah zur Verfügung zu stellen.

„Wichtig war für uns eine solide Ausstattung der Software, etwa mit Funktionen zur Nachverfolgung von Fehlern oder Reparaturverwaltung“, skizziert Kunert die Anforderungen. Da das Einsatzgebiet mittelfristig auch auf Vertrieb und Marketing ausgeweitet werden soll, gehörten auch Funktionen für diese Bereiche zu den Auswahlkriterien. Im Hinblick auf die technische Infrastruktur hatte Navigon dabei konkrete Vorstellungen. „Wir setzen ausschließlich Microsoft-Produkte ein. Im betriebswirtschaftlichen Umfeld arbeiten wir beispielsweise mit Dynamics NAV. Die neue CRM-Software sollte zu den vorhandenen Systemen passen“, bringt Kunert die Anforderungen auf den Punkt.

Supportfunktionen entscheiden

In der Endrunde im Dezember 2004 setzte sich Microsoft CRM gegen Anwendungen wie Siebel, genesisWorld oder WinCard CRM durch. „Viele CRM-Lösungen sind einseitig auf den Vertrieb ausgerichtet. Für uns spielte jedoch der Kundenservice die wichtigere Rolle. Dynamics CRM deckt gerade hier fast alle Anforderungen im Standard ab. Ein gutes Beispiel ist die integrierte Artikeldatenbank, auf deren Basis wir unsere gesamte Produktpalette abbilden können“, begründet Kunert die Wahl. Eine mindestens ebenso große Bedeutung hat für ihn der Aufbau einer gemeinsamen Wissensdatenbank, in der Supportbeiträge oder Lösungswege veröffentlicht werden können. Dadurch könnten vor allem die externen Call-Center das technische Fachwissen

Technik im Überblick

Microsoft CRM

Navigon setzt Microsoft CRM mit dem Modul Service im Kundenservice und in den externen Call-Centern ein. Derzeit sind 57 Arbeitsplätze an die Software angebunden, alle Mitarbeiter nutzen dabei Webclients. Verknüpfungen existieren zum Serviceportal und zur Unternehmenssoftware Microsoft Dynamics NAV.

Microsoft Dynamics NAV, vormals Microsoft Business Solutions–Navision

Seit 2001 setzt Navigon die betriebswirtschaftliche Standardsoftware Microsoft Dynamics NAV in den kaufmännischen Bereichen Finanzbuchhaltung, Lohnbuchhaltung, Auftragsbearbeitung und Warenwirtschaft ein. Microsoft Dynamics NAV tauscht mit Microsoft CRM Kundendaten für die Auftragsbearbeitung aus.

Microsoft Office 2003

Navigon schätzt an Microsoft Office vor allem die weite Verbreitung. Neue Mitarbeiter können ohne Schulung mit der Bürosoftware umgehen. Den Funktionsumfang bewertet das Unternehmen insbesondere bei Textverarbeitung und Präsentationen als sehr groß.

Microsoft Windows Server 2003

Das Serverbetriebssystem stellt Navigon integrierte Sicherheits- und Kommunikationstechnologien zur Verfügung und erleichtert den Datenaustausch so erheblich.

Microsoft Windows 2000

Das Client-Betriebssystem ermöglicht der Navigon AG eine sichere Einwahl ins Internet. Es enthält Werkzeuge zur Verschlüsselung von Dateien und Ordnern und ist die Basis für eine integrierte Kommunikation über das Firmennetz.

besser nutzen. Den Zuschlag für die Implementierung erhielt der Microsoft-Partner Impello GbR. „Impello überzeugte uns mit einer kompetenten Präsentation. Wir konnten die CRM-Software sofort ausprobieren und erste Änderungswünsche grob umsetzen“, erläutert Kunert. Entscheidend war für ihn jedoch die Erfahrung des Implementierungspartners. „Wir sind in den letzten Jahren rasant gewachsen. Die Entwicklung ist nicht spurlos an unseren Arbeitsabläufen vorbeigezogen. Unabhängige Experten bewerten Organisationsstrukturen unvoreingenommen und können die Prozessoptimierung mit neuen Ideen unterstützen“, betont Kunert die Bedeutung betriebswirtschaftlicher Beratung.

Kaum Ergänzungen erforderlich

Der Startschuss für die Implementierung fiel im Januar 2005 mit einem gemeinsamen Workshop, bei dem die vorhandenen Geschäftsprozesse analysiert und in einem konkreten Anforderungsprofil zusammengefasst wurden. „Glücklicherweise konnten wir die zentralen Abläufe und Programmstrukturen eins zu eins übernehmen. Wir mussten lediglich einige zusätzliche Datenfelder einrichten“, freut sich der Navigon-Experte über den geringen Anpassungsaufwand. Die gesparte Zeit investierte das Projektteam in Programmiererweiterungen wie die Anbindung eines Onlineserviceportals. Hier können Anwender ihre Navigationslösungen registrieren, Serviceaufträge platzieren oder Bestellungen in Auftrag geben. Viel Wert legte Kunert dabei auf die Verfolgung der Servicevorgänge: „Unsere Kunden können sich via Internet selbst über den aktuellen Stand ihrer Supportanfragen und Reparaturaufträge informieren. Lange Wartezeiten am Telefon bleiben ihnen damit erspart. Gleichzeitig entlastet das Serviceportal unsere Mitarbeiter von Routineanfragen. Sie können sich stärker auf die Lösung technischer Probleme konzentrieren.“ Eine zweite Anbindung betrifft die Unternehmenssoftware Microsoft Dynamics NAV, an die

Foto: Navigon



Navigons Kunden haben gut lachen: Dank Microsoft CRM ist der Service des Unternehmens hervorragend

Microsoft CRM Kundendaten für die Auftragsbearbeitung übergibt. Eine besondere Arbeitserleichterung hat sich das Projektteam für die Mitarbeiter der externen Call-Center einfallen lassen: Sie können mit Unterstützung eines webbasierten, interaktiven Lösungsleitfadens technische Fehler am Telefon schneller identifizieren. Die Informationen werden an die jeweilige Serviceanfrage angehängt und erleichtern die spätere Reparatur der Geräte.

Dass Stephan Kunert keine psychologischen Tricks benötigte, um seine Mitarbeiter zu überzeugen, ist daher kaum verwunderlich. „Mit Dynamics CRM haben wir eine Lücke im System geschlossen. Jeder Mitarbeiter konnte seine persönlichen Vorteile sofort erkennen. Zudem haben wir unsere Schulungen nicht einzig und allein auf Funktionen zugeschnitten, sondern vor allem die CRM-Philosophie vermittelt“, erläutert der Manager Customer Care die Strategie.

Sinkende Rücksendungsquote

Mit Microsoft CRM arbeitet der Kundenservice der Navigon AG heute deutlich effizienter: „Unsere Mitarbeiter können sofort erkennen, ob es sich um einen Gewährleis-

Weitere Informationen

Microsoft-Partner

Impello – Tobias Rohrbach, Peter Fricke
GbR
Neumeyerstraße 48
90411 Nürnberg
Tel.: 0911 2526300
Fax: 0911 2526305
E-Mail: info@impello.net
www.impello.net

Geschäftskundenbetreuung

Microsoft Deutschland GmbH
Konrad-Zuse-Straße 1
85716 Unterschleißheim
Tel.: 0180 5 672330*
Fax: 0180 5 229554*
E-Mail: btob@microsoft.com
*0,12 Euro/Min., deutschlandweit
©2006 Microsoft Corporation.
All rights reserved.

Weitere Kundenreferenzen
finden Sie unter:
[www.microsoft.com/germany/
kundenreferenzen](http://www.microsoft.com/germany/kundenreferenzen)

tungsfall handelt oder ob ein Vorgang bereits eine Vorgeschichte hat“, so Kunert. Trotz des rasanten Umsatzwachstums von 237 Prozent im Jahr 2005 arbeite man beim Service mit konstanter Personaldecke. „Rechnet man den Effekt höherer Verkaufszahlen heraus, sind die Retouren fehlerhafter Geräte stark rückläufig. Gleichzeitig sank die Beschwerdequote, etwa über uninformierte Mitarbeiter oder fehlende Antworten, um rund 70 Prozent. Beide Indikatoren spiegeln die gestiegene Servicequalität wider“, erklärt Kunert.

Seine täglichen Entscheidungen trifft er jetzt auf einer breiten Informationsbasis. Mit übersichtlichen Auswertungen informiert ihn Microsoft CRM beispielsweise über häu-

fige Anwenderfehler oder besonders problematische Komponenten. „Mit diesen Informationen können wir unsere Lieferanten auf Verbesserungspotenziale hinweisen und unsere Produktbeschreibungen optimieren“, benennt Kunert zwei Ansatzpunkte für laufende Qualitätsverbesserungen.

Angesprochen auf den Projektverlauf, zeigt sich der Manager Customer Care hochzufrieden. Die Integration von Microsoft CRM in das Systemumfeld sei wie der gesamte Implementierungsprozess „vollkommen schmerzfrei“ verlaufen. Nicht zuletzt aus diesem Grund plant Navigon bereits die nächste Stufe des CRM-Projekts: die Einführung in den Unternehmensbereichen Vertrieb und Marketing.

Software und Services

- Microsoft Dynamics CRM 1.2
Microsoft Dynamics NAV, vormals
Microsoft Business Solutions–Navision
- Microsoft Windows Server System
Microsoft Exchange Server 2003
Microsoft SQL Server 2000
Microsoft Windows Server 2003
- Microsoft Office 2003
- Microsoft Windows XP

Hardware

Zentrale Datenbank ist der Microsoft SQL Server 2000. Der CRM-Server befindet sich in Würzburg, die beiden externen Call-Center und die Hamburger Niederlassung greifen über ein getunnetes virtuelles privates Netzwerk mit 16 beziehungsweise 8 Megabit zu.

Partner

- Impello – Tobias Rohrbach, Peter Fricke GbR