



HÄRING
INNOVATIVES BAUEN MIT SYSTEM

cobra® CRM-LÖSUNG BEI

Häring & Co. AG –

Schweizer Engineering- und Technologieunternehmen für Holzbauwesen

Der grösste Holzkuppelbau Europas – Saldome2 – steht im schweizerischen Rheinfelden. Für den futuristischen Bau wurden ca. 1'300 m³ Holz verbaut. Mit seiner Fläche von 1,5 Fussballfeldern dient er als Streusalzlager. Bereits der erste Kuppelbau dieser Art wurde anlässlich der Weltausstellung 2005 in Japan mit dem Global Eco-Tech Award 2005 ausgezeichnet. Verantwortlich für den Entwurf und die Erbauung beider Kuppelbauten ist das Schweizer Engineering- und Technologieunternehmen Häring & Co. AG mit Hauptsitz in Eiken. Doch das sind nicht die einzigen innovativen Produkte im breiten Service-Sortiment des Unternehmens. Gemeinsam mit seinen Kunden entwickelt es individuelle Lösungen, immer unter Einbezug ökologischer und wirtschaftlicher Gesichtspunkte. Im Bereich Kundenmanagement wird Häring von cobra CRM bei der Optimierung der Prozesse unterstützt.

Das international tätige Holzbauunternehmen blickt auf eine 140-jährige Firmentradition zurück. 130 Mitarbeitende kümmern sich um die Belange der Kunden. Zu den Auftraggebern zählen Privatpersonen, Unternehmen oder Behörden. Dass Holz nicht nur solide, sondern innovativ und modern ist, beweist Häring in zahlreichen Projekten – vom modularen Raumsystem über Ein- oder Mehrfamilienhäuser und Gebäudeaufstockungen bis hin zu Industrie- und Gewerbebauten. Im Zuge der Digitalisierung haben in der Produktion längst Roboter und Computer Einzug gehalten. Damit die Prozesse künftig auch in der Kundenbetreuung optimal funktionieren, suchte man nach einer passenden CRM-Lösung.

Viele Systeme – wenig Output

«Im Kundenmanagement hatten wir diverse Umsysteme im Einsatz. Keines dieser Systeme wurde konsequent als Adressdatenbank genutzt. Viele Mitarbeitende nutzten eigene Adresslisten.

Dadurch gab es gerade bei Marketingaktionen hohe Streuverluste und viele redundante Daten», berichtet Remo Nyffenegger, Leiter Marketing & Verkauf bei der Häring & Co. AG. Ein Projektcontrolling war nur eingeschränkt und mit grossem Aufwand möglich. Hand in Hand mit der Einführung eines neuen CRM-Systems sollte auch die Reorganisation von einer passiven auf eine aktive Marktbearbeitung erfolgen. «Die aktuelle Wettbewerbssituation verlangt nach Veränderungen», sagt Nyffenegger. Der Markt wird seit Jahren immer umkämpfter und härter. Wenn wir die nächsten 140 Jahre erfolgreich bestehen wollen, dann müssen wir den Markt strukturierter bearbeiten. Dies geht nur mit einem geeigneten Instrument.»

Kompetenz und Flexibilität

Im Auswahlprozess konnte cobra mit der CRM-Lösung, mit der Beratungsleistung und mit Referenzen überzeugen. Nyffenegger: «Für uns war ein

Im Überblick

Organisationsprofil

- Unternehmen für innovative Bausysteme
- Teil der Häring-Gruppe
- ca. 30 User
- Hauptsitz: Eiken, weitere Standorte: MuttENZ, Zürich, Burgdorf und Tianjin in China

Anforderungen an CRM

- Zentrales Kundenmanagement-Tool mit Adressverwaltung
- Verwaltung von Veranstaltungen
- Möglichkeit der Projektablage
- Vertriebscontrolling

Entscheidungsgründe für cobra

- Kompetenter Lösungspartner mit entsprechender Consultingleistung
- Flexibilität des Systems
- Vorhandene Referenzen
- Preis-Leistungs-Verhältnis

Einsatzbereiche bis heute

- Adressverwaltung
- Veranstaltungsmanagement
- Projektverwaltung
- Akquisitionsverwaltung
- Auswertungen und Reports
- Anbindung des Aussendienstes mittels cobra-App
- Anbindung an ERP-System
- Schnittstelle zur Webseite

wichtiger Punkt, dass unser Partner die entsprechende Kompetenz und das Verständnis für unsere Wünsche mitbringt. Ebenso war ausschlaggebend, wer uns als Betreuer zur Verfügung steht. Das Zwischenmenschliche muss einfach passen, denn ein Projekt steht und fällt damit. Beim System hat uns die Flexibilität, mit der man das Programm auf unsere individuellen Bedürfnisse hin anpassen kann, überzeugt. Und letztendlich hat auch der Preis gepasst.»

Grosse Datenflut – unterschiedliche Prozesse

Die Hauptschwierigkeit war, die enorme Datenflut aus den verschiedenen Systemen vor dem Import in cobra zu bereinigen. Für die Mitarbeitenden von Häring war dies mit einem hohem Aufwand verbunden. Eine weitere Herausforderung waren die unterschiedlichen Prozesse und Arbeitsweisen der einzelnen Bereiche innerhalb der Firma, die nun in ein zentrales System einfließen sollten. Hier musste sich der ein oder andere Mitarbeitende komplett an neue Workflows gewöhnen.

Aktive Marktbearbeitung mit Controlling

Bei Häring gab es bisher noch keinen vollständig definierten Verkaufsprozess. Dieser wurde im Zuge der CRM-Einführung festgelegt und ist nun durchgängig in cobra abgebildet. «Damit sind wir jetzt in der Lage, im Vertrieb unter anderem die Anzahl der Besuche und Kontakte, den Umsatz pro Mitarbeitende oder die Umsatzerwartung pro Gebiet zu budgetieren und zu messen. Bisher hatten wir nur begrenzte Möglichkeiten für eine individuelle Messung der Mitarbeitenden. Wenn es jetzt ein Problem gibt, sehen wir es frühzeitig, können gegensteuern und den Mitarbeitenden entsprechend unterstützen. Dies macht eine aktive und gezielte Marktbearbeitung möglich. Insgesamt ist für uns eine deutliche Verbesserung und Professionalisierung im Vertriebscontrolling spürbar», so Nyffenegger.

Zielgerichtete Kommunikation

Eine auf die Zielgruppen gerichtete Kommunikation – statt Giesskannenprinzip – war der Anspruch im Marketing. cobra ermöglicht die Erfassung aller Daten wie Branchen, Geschäftsfelder, Region und Kundengruppen. Dies ermöglicht eine zielgenaue Ansprache bei Marketingaktionen wie Events, Newsletter, Mailings oder CallCenter-Aktionen. Häring veranstaltet im Jahr ein bis zwei grosse-Events mit über 100 Gästen, sowie kleinere Microevents für ausgewählte Kunden.



Mit cobra CRM konnten wir unser **Adress- und Projektmanagement sowie Controlling optimieren und professionalisieren.** Damit haben wir einen richtigen und wichtigen Schritt in Richtung fokussierte Marktbearbeitung getan.

REMO NYFFENEGGER
Leiter Marketing & Verkauf

«Das Veranstaltungsmanagement mit cobra erleichtert uns den Anmeldeprozess für die Veranstaltungen. Mittels Schnittstelle ist die Webseite an cobra angebunden. Das ist ein grosser Pluspunkt. Für uns ist heute jederzeit ersichtlich, wann wir wen eingeladen haben, wer teilgenommen hat und wer ein No-show ist», fasst Nyffenegger zusammen.

Effiziente Ablage von Kunden- und Projektdaten

cobra ermöglicht das Erfassen und Bearbeiten von Kunden- und Projektdaten bis zum Vertragsabschluss sowie die weitergehende Kundenbetreuung. Hierbei können Projekte oder Gebäude

einem oder mehreren Kunden zugeordnet werden. Ein weiterer Vorteil ist die Möglichkeit, bei jeder Adresse oder jedem Projekt eine Kommunikationshistorie zu hinterlegen. Zudem ist jede Adresse einem oder bei Relevanz auch mehreren Mitarbeitenden zugeordnet. Im Falle eines Mitarbeiterausfalls ist auch die Stellvertretung geregelt. Über den Stand der Projekte sind alle Mitarbeitenden informiert. Dies war bisher nur mit einem hohen zeitlichen Aufwand möglich. Zusätzlich lassen sich Dokumente wie E-Mails, Briefe oder ähnliches einfach und problemlos in cobra erstellen und einbinden.

Zahlen im Fokus

«In meiner Funktion ist neben der Verkaufssteuerung das Auswertungs-Dashboard ein Highlight», sagt Remo Nyffenegger. «Bisher war es nur möglich, Auswertungen über die Buchhaltung zu erhalten. Heute kann ich selbst schnell und einfach Reports abrufen und habe so jederzeit einen aktuellen Überblick. Wir erfassen mittlerweile auch zusätzliche Daten wie zum Beispiel Geschäftsbeziehungen oder die Ursprungsquelle von Aufträgen. Damit können wir zukünftig sinnvolle Auswertungen fahren, die vorher mehr oder weniger Bauchgefühl waren. Der Markt unterliegt massiven Veränderungen und wir müssen schnell reagieren.»

Vorteile überzeugen

«Mittlerweile sehen unsere Mitarbeitenden die Vorteile, wenn etwas transparent aufgebaut ist und es nur noch eine zentrale Adressdatenbank sowie eine Projektablage gibt. Die Arbeit jedes einzelnen Mitarbeitenden wird transparenter. Das fanden anfangs nicht alle gut. Aber dies war eine Gewöhnungsphase und letztendlich überwiegen die Vorteile», zieht Nyffenegger Bilanz. Doch nicht nur mit dem CRM-System ist er sehr zufrieden, sondern auch mit cobra als Partner: «Trotz einer nur kurzen Einführungszeit haben wir uns vom Projektteam jederzeit sehr gut betreut und beraten gefühlt.»