

Methodisches Kundenbeziehungsmanagement bringt Schweizerischer Post 3,4 Mrd. CHF Umsatz



Die Schweizerische Post
Bern, Schweiz
www.post.ch

Branche:

Öffentlicher Sektor

Umsatz:

8,7 Mrd. CHF

Mitarbeiter:

58.000

Oracle Produkte & Services:

Oracle Siebel CRM
Siebel Sales
Siebel Call Center
Siebel CRM Analytics
Oracle Datenbank
Oracle Support

Implementierung:

Oracle Consulting

Vorteile:

- Gesamtsicht auf den Kunden
- Exzellente Möglichkeit, Kundenwert und -potenzial zu erkennen
- Ausgefeilte Analysetools für fortgeschrittenes Reporting
- Durch Konfektionieren der Lösung sehr kostengünstige Migration auf neue Releases

"Mit dem methodischen Kundenbeziehungsmanagement haben wir es geschafft, unseren Umsatz auch nach Öffnung des Monopols zu halten: durch Bestandspflege und Neugeschäft. Siebel ist dabei das Werkzeug, das den Erfolg unterstützt." – Peter Kohler, Leiter Kompetenzzentrum Kundendienst, Die Schweizerische Post

Die Auflösung eines staatlichen Monopols ist eine einfache politische Entscheidung. Für das betroffene Unternehmen und seine Mitarbeiter hat sie allerdings weitreichende Folgen. Wo früher Umsatz und Gewinn gesetzt waren, geben heute Marktkräfte den Takt an: Angebot und Nachfrage bestimmen den Preis, neue Produkte den Erfolg und strategisches Kundenmanagement Kontinuität und Wachstum.

Für Die Schweizerische Post (Swiss Post) hat die Öffnung zum Markt eine strategische Neuorientierung mit sich gebracht, die das Unternehmen innerhalb von acht Jahren in einen äußerst erfolgreichen Wirtschaftsbetrieb transformiert hat. Dabei bediente sich die Post der Target Account Selling Methode, die u. a. dabei hilft, den Markt und neue Geschäftsmöglichkeiten zu erkennen, konkurrenzfähige Strategien zu entwickeln sowie ein Kundenbindungsmanagement festzulegen.

Zentrale Kenngröße ist seitdem der Kundenwert = Umsatz pro Jahr + Potenzial + Rentabilität. Er macht es möglich, fundierte Verkaufs- und Kundenbindungsstrategien festzulegen. Diese haben entscheidend zu dem Erfolg der Schweizerischen Post beigetragen, den Umsatz in Höhe von 8,7 Mrd. CHF auch nach der Marktöffnung kontinuierlich erzielen zu können.

Dreh- und Angelpunkt ist dabei die CRM-Lösung von Siebel, die die Swiss Post im Vertrieb, Marketing und Call Center bei Analysen unterstützt. Sie macht es möglich, die 196 unterschiedlichen Produktgruppen zu kategorisieren, mit Marketingaktivitäten zu hinterlegen und über die Multikanalstrategie der Post (Poststellennetz, Virtueller Postschalter, Kundendienst) zu vertreiben, neue Kunden zu generieren und die bestehenden, mehr als 70.000 Geschäftskunden mit allen relevanten Daten darzustellen und entsprechend ihren Verkäufern zuzuordnen.

“Siebel bietet eine klare Sicht auf unsere Geschäftskunden und lässt uns erkennen, welche Möglichkeiten wir ihnen bieten können, damit sie noch effizienter mit uns arbeiten können. Das geht nur mit einem exzellenten Analysetool und ist in keinem Fall mehr mit Excel und gutem Willen darstellbar.”

Peter Kohler
Leiter
Kompetenzzentrum
Kundenbeziehung
Die Schweizerische Post

Die herausragende Entscheidung aber war, Siebel auf die Bedürfnisse der 270 User unter Berücksichtigung der Methoden zu konfektionieren – und nicht zu programmieren. So wird es möglich, dass die Migration auf ein neues Release die Swiss Post weniger als 50.000 CHF kostet: ein Betrag, von dem andere Unternehmen bei Updates nur träumen können.

Kundenwert als Ankerpunkt

Die Unternehmensanalyse brachte der Schweizerischen Post vor allem zwei Erkenntnisse: Erstens, die Top 5-Produkte aus dem Standardsortiment Briefe, Pakete, Zeitungen und Dienstleistungen, welche über 50 Prozent des Umsatzes bringen und zweitens, sind die 32 Großkunden von besonderer Bedeutung für das Unternehmen, da sie zu einem erheblichen Teil zum Umsatz (jeweils über 10 Mio. CHF) beitragen und weiteres Potenzial für Neugeschäft (Inhouse Post, Dokumenten Service, E-Business) haben.

Damit war die Grundlage für die Verkaufs- und Kundenbindungsstrategie der Post gelegt, die sich als Pyramide darstellt mit dem Strategic Account an der Spitze, gefolgt vom Key Account, Business & Regional Account sowie KMU/Privatkunden. Entsprechend dieser Aufteilung ließ sich ein Betreuungsmodell entwickeln, das die Anzahl der Unternehmen pro Betreuer festlegt – pro Manager im Strategic Account kommen durchschnittlich 3 Kunden, während es im regionalen Bereich pro Manager rund 300 Unternehmen sind.

Kunden in der Gesamtübersicht

Ziel war es dann, die Kunden zu erkennen, zu strukturieren wie zu beplanen und in der Gesamtübersicht darzustellen. Dabei werden – je nach Kundengröße – verschiedene Methoden (Enterprise Selling Process, Portfolio Management Process, Territory Management Process) genutzt, die allesamt in Siebel integriert sind. Sie erlauben es zu sehen, wie viel Umsatz ein Kunde etwa mit Standardprodukten macht, ob noch weitere Produkte in Frage kommen und welche Marketingaktion über welche Kanäle (z. B. Direct Mailing oder Call Center) am besten geeignet ist.

Weiter wird es möglich, komplette Lösungs- und Leistungspakete für Unternehmen zu schnüren, die etwa ihre Logistik für bestimmte Produkte auslagern wollen oder Inhouse Postdienste nachfragen, bei der die Swiss Post Services (eine Tochtergesellschaft der Schweizerischen Post) den Brief oder das Paket bis auf den Schreibtisch des Leistungsempfängers trägt.

Bemerkenswerte Analysen

Ein besonderes Highlight für die Schweizerische Post ist aber das Analytic Tool von Siebel, das als Front End mit den Möglichkeiten der Oracle Datenbank perfekt harmoniert. So lassen sich detaillierte Management-Reports erstellen, die die Geschäftsführung gezielt in der Entscheidungsfindung unterstützen können.

Weiter kann ein Großkunde in Produkte und Umsatz gesamthaft dargestellt und bis auf die einzelne Tochtergesellschaft und das jeweilige Produkt hinuntergeklickt werden. Dies bringt den Vorteil, etwa schleichende Abgänge zu sehen und ihnen gegenzusteuern oder neues Potenzial über Cross Selling-Ansätze zu generieren. Dabei sind die Analysetools so perfekt, dass das CRM-Team-Post alle 270 Siebel-Lizenzen mit nur zwei Siebel-Spezialisten betreibt und unterstützt. In den Fachgebieten Verkauf, Marketing, Kundendienst und Analytics werden die Siebel-Spezialisten durch Super-User unterstützt, welche ihrerseits die Siebel-Anwender betreuen.

Warum Oracle?

Mit der Vorbereitung zur Marktöffnung hat Die Schweizerische Post 1999 eine öffentliche Ausschreibung mit einer großen Evaluation durchgeführt, die einen umfangreichen Fragenkatalog umfasste. Nach der Auswertung der Bewerber hatte Siebel in jedem Punkt und auf allen Ebenen gewonnen. „Uns ist inzwischen auch klar geworden, dass Siebel tatsächlich das einzige Produkt ist, das den Kunden in das Zentrum stellt“, sagt Peter Kohler, Leiter Kompetenzzentrum Kundendienst, Die Schweizerische Post.

Die Schweizerische Post ist der zweitgrößte Arbeitgeber in der Schweiz. Sie versorgt die Bevölkerung und Wirtschaft mit Dienstleistungen des Post- und Zahlungsverkehrs sowie mit Angeboten im öffentlichen Verkehr.