



Deutsche Leasing Gruppe
Bad Homburg v. d. Höhe,
Deutschland
www.deutsche-leasing.com

Industry:

Finanzwirtschaft

Assets under Management 2005:

25 Mrd. €

Neugeschäft 2005:

6 Mrd. €

Mitarbeiter/innen 2005:

1247

Oracle Products & Services:

Siebel Sales

„Siebel Sales ist ein äußerst effektives Vertriebs- und Marketing-System. Es bietet eine 360 Grad Sicht eines Kunden, was uns die Möglichkeit gibt, diesen sehr genau zu analysieren und ihm dann den Service anzubieten, den er benötigt. So konnten einige unserer Vertriebsteams ihren Umsatz gegenüber ihrer Zielsetzung um 100 Prozent steigern.“ – Friedel Jonker, CRM Fach- und Programmleiter, Deutsche Leasing AG, Bad Homburg v. d. Höhe

Deutsche Leasing Gruppe: Mit Siebel/Oracle CRM-System das Neugeschäft jährlich um durchschnittlich 12 Prozent gesteigert

Die Deutsche Leasing Gruppe bietet Lösungen rund um die Investition – national und international. In nur 45 Jahren hat sich die Unternehmensgruppe vom deutschen Leasing-Pionier mit dem Schwerpunkt Mobilien-Leasing zum international agierenden Finanz- und Service-Dienstleister entwickelt. Als Kompetenzzentrum Leasing der Sparkassen-Finanzgruppe nutzen die Sparkassen das komplette Know-how des Unternehmens für ihre Kunden.

Herausforderungen

- Neugestaltung des Geschäfts mit dem Kunden im Mittelpunkt
- Unternehmensweite Integration der Kundeninformationen

Lösungen

- 2001 Migration des seit 1997 im Einsatz befindlichen Database Marketing – Client Server Systems nach Siebel Sales 2000 – Thin Client. 2006 Migration auf Siebel Sales 7 – Multi-Channel Web-Lösung.
- Installation der vollständig integrierten Anwendungen für die Verkaufsanforderungen der Vertriebsteams (380 Anwender)
- Einbeziehung der Mitarbeiter mittels Workshops und anderer Kommunikationsinstrumente, dadurch hoher CRM-Nutzungsgrad
- Verwaltung, Koordination und Synchronisation der Kundeninteraktionen über alle Kanäle hinweg
- Kundenspezifische Informationen jederzeit und von jedem beliebigen Standort aus zugänglich
- Lückenloses Bild des jeweiligen Kunden, Kontrolle der Geschäfte, Identifizierung zukünftiger Vertriebsprojekte sowie von Cross- und Up-Selling Potenzial
- Exellenter Kundenservice
- Deutlich verbessertes Kundenbeziehungs-Management, dadurch Steigerung des Neugeschäfts in einzelnen Vertriebsteams gegenüber der Zielsetzung um mehr als 100 Prozent
- Realisierung eines durchschnittlichen jährlichen Neugeschäftswachstums von 12 Prozent
- Anwenderzufriedenheit bei 8,53 von 10 möglichen Punkten
- Sales Excellence Award des Handelsblatts und der Universität St. Gallen