

Swisscom Hospitality Services Plus: Geschäftsprozesse auf Fünf-Sterne-Niveau

“ Die Anwender und das Management sind extrem zufrieden mit dieser Lösung. ”

— Claudia Wenzl,
Projektmanagerin bei Swisscom Hospitality Services Plus AG



Industry

Telekommunikation

Märkte

Weltweit

Herausforderung

Account Manager hatten keine Transparenz über die Vorgänge beim Kunden.

Keine Effizienz im Kundenmanagement

Vertriebsmitarbeiter waren auf Callcenter angewiesen, um geschäftskritische Informationen zu erhalten.

Implementierung

Geschlossene Geschäftsprozesse in Marketing, Vertrieb, Service und Management

Reporting über alle Kundenvorgänge

Vorteile

Schnelle und günstige kundenorientierte Geschäftsprozesse

360° Sicht auf alle Kundenvorgänge

Up-to-date Informationen für das Management zur Unternehmenssteuerung

Komfort bestimmt das Geschäft der Swisscom Hospitality Services Plus AG, einer Tochtergesellschaft der Swisscom AG mit Sitz in Genf.: Per Highspeed-Netzwerk versorgt das weltweit operierende Telekommunikations-Unternehmen etwa 200.000 Zimmer in rund 2.300 europäischen und nordamerikanischen Hotels der Business-Klasse mit einer IT-Infrastruktur für Breitband-Internetzugänge. Ob Hilton, Hyatt, Intercontinental oder Marriott – jedes angeschlossene Hotel verfügt über individuelle, auf die Erwartungen und Bedürfnisse der Gäste zugeschnittene, Lösungen. Ähnlich schnell, hochverfügbar und luxuriös präsentieren sich neuerdings auch die internen Geschäftsprozesse des Dienstleisters – auf Basis der On Demand CRM Lösung von salesforce.com.

Professionelles CRM sichert globales Engagement

„Unsere in Europa und den USA aktiven Account-Manager hatten keine echte Transparenz über die Geschäftsvorgänge beim Kunden“, bringt es Claudia Wenzl, Projektleiterin bei Swisscom Hospitality Service Plus, auf den Punkt, um den sich Anfang 2006 alles drehte: Die Optimierung des Kundenmanagements auf Basis effizienterer Prozesse für geschäftstypische Anforderungen der Vertriebsmitarbeiter. Zu diesen Prozessen zählten etwa das Vertrags- und Kontakt Management sowie das Angebots- und Service Management. Die Konsequenz: Account-Manager sahen sich regelmäßig gezwungen, zeitraubende und teure Telefonate mit dem Call-Center zu führen, um unterschiedlichste geschäftskritische Informationen über die Klientel aus dem Hotelgewerbe zu erhalten. Wenzls vorläufiges Fazit: „Das war schlicht ineffizient.“

On-Demand versus Open Source

Unzumutbare Zustände also für einen extrem global agierenden Dienstleister, dessen Unternehmenserfolg eng mit schnellen operativen Entscheidungen verknüpft ist: „Wir suchten nach einer Lösung, mit der unsere Sales-Leute, egal wo auf der Welt sie sich gerade befinden, einen 360°-Einblick auf den Kunden haben“, so die Projektverantwortliche.

Eine große Herausforderung lag darin, die existierenden BackOffice Business-Prozesse auf Basis selbst entwickelter Open-Source-Lösungen mit den kundenorientierten Prozessen im Marketing, Vertrieb und Support zu verbinden und unter einer konsolidierten IT Architektur zu vereinen.

Nach einer ausgiebigen Definitionsphase für existierende Prozesse standen zwei mögliche Ansätze im Pflichtenheft der IT- Prozess Strategen: Eine Lösung mit Open-Source-Technologien und Sugar-CRM oder die Alternative, die On-Demand-Software von salesforce.com. Dazu Wenzl: „Wir haben uns für salesforce.com entschieden, unter anderem auch aufgrund der zu erwartenden kurzen Implementierungszeit.“

Für salesforce.com sprach auch ein überzeugendes Konzept zur Integration der Prozesse, welches mit Hilfe eines Schweizer Business Partners (menticorp AG) erfolgreich umgesetzt werden konnte.

Mittels einer Open Source basierten Integrations Plattform konnte das entwickelte Prozess Modell kostengünstig implementiert werden.

Nicht nur kundenrelevante Information stehen allen Vertriebsmitarbeitern real-time zur Verfügung, auch die kundenorientierten Prozesse können real-time gesteuert werden.

The Americas
The Landmark @ One Market Suite 300
San Francisco, CA 94105
United States of America
1-800-NO-SOFTWARE
www.salesforce.com

Japan
Ebisu Business Tower 18F
1-19-19 Ebisu, Shibuya-ku
Tokyo, 150-0013
Japan
+81-3-5793-8301
www.salesforce.com/jp

Asia/Pacific
Suntec Tower Two
9 Tamasek Tower
Singapore, 038989
+65-6302-5700
www.salesforce.com/au

Europe, Middle East & Africa
Ch. de la Dent d'Oche 18
1024 Ecublens
Switzerland
+353-1-2723-500
www.salesforce.com



Copyright ©2006, salesforce.com, inc. All rights reserved. Salesforce.com, the “no software” logo, and Team Edition are registered trademarks, and AppExchange, “Success On Demand,” and “The Business Web” are trademarks of salesforce.com, inc. All other trademarks mentioned in this document are the properties of their respective owners.



Waren vor der salesforce Implementierung alle relevanten Daten über mehrere Applikationen verteilt und daher schwer zu administrieren, konnte der bis dato hohe Administrations Aufwand minimiert werden.

So ist es nun auch möglich, die mehrere Applikationen umspannenden Business Prozess mittels eines grafischen Monitors zu verwalten.

Nach einer kurzen und grundsätzlich problemlosen Implementierung, das heisst der Anpassung von salesforce.com an die spezifischen Prozess- und User Interface Anforderungen folgten schon bald die ersten positiven Resultate: Geschlossene Geschäftsabläufe für Marketing, Vertrieb und Service, schnelle und kostengünstige Provisionings- und Finanzprozesse.

Um die Vertriebsmitarbeiter auch bzgl. Kunden Finanzinformationen (Rechnungs Status, Zahlungs Historie) auskunftsfähig zu machen, wurde auch die Finanz Software Navision in die salesforce Kundenprozesse integriert.

Den größten Mehrwert allerdings bietet das Reporting mit Salesforce. Gesteuert über Zugriffsberechtigungen können sich Vertriebsmitarbeiter sowie das Management durch Real-Time-Dashboards einen Überblick über die aktuelle Sales-Pipeline verschaffen oder den momentanen Stand der Rechnungsstellungen prüfen. So nutzt jeder Sales-Mitarbeiter eine einheitliche „Quelle der Wahrheit“ und ist zugleich up-to-date mit allen aktuellen Leads, Opportunities und gewonnenen Kunden, die in Salesforce vollautomatisch in alle Statistiken einbezogen werden können.

Neben einer deutlich verbesserten Vertriebseffizienz, kostengünstigeren und schnelleren Prozessen hat sich auch die Visibilität in alle kundenrelevanten Aktivitäten signifikant verbessert. Der Erfolg der Salesforce Lösung manifestiert sich auch in einer sehr hohen Benutzerakzeptanz.

Wenzl: „Die Anwender und das Management sind extrem zufrieden mit der Lösung.“ Rund 90 Anwender und „ein halber Administrator“ nutzen mittlerweile die zukunftsfähige Lösung von salesforce.com.

AppExchange: Gerüstet für künftige Anforderungen

Apropos Zukunft: Die Entscheidung des Genfer Managements, auf On-Demand-CRM mit Salesforce zu setzen, bietet ausreichend Platz für neue Herausforderungen: Mit AppExchange, dem weltweit ersten On-Demand-Marktplatz für webbasierte Business-Anwendungen, stehen Swisscom Hospitality Services Plus künftig mehr als 600 On-Demand-Applikationen aus allen Geschäftsbereichen zur Verfügung. Dazu gehören u.a. Lösungen für das Kampagnenmanagement, Online-Marketing oder für Massenmailings.