

Projektbericht

Mit Salesforce fit für die Zukunft des Kundenmanagements

Wie können wir uns für die Herausforderungen und Möglichkeiten einer veränderten digitalen Welt rüsten? Diese Frage stellte sich unser Kunde bereits im Jahr 2015. Als eine Maßnahme wurde identifiziert, die in die Jahre gekommene CRM-Plattform für Automobilhändler durch ein innovatives, zukunftsfähiges Dealer-Sales-Portal (DSP) zu ersetzen.

Geplant wurde das neue DSP als zentrales Steuerungssystem für alle Kundeninteraktionen, um eine gesamtheitliche 360°-Sicht auf den Kunden zu ermöglichen. Das heißt, das DSP muss als zentrales Kundenmanagement-System die Informationen jeder Kundeninteraktion über alle Kommunikationskanäle erfassen. Denn nur, wenn der Vertrieb die Kunden kennt, kann er eine zielgerichtete Customer Journey gestalten.

Da die Salesforce-Plattform eine zuverlässige, innovative und kundenorientierte CRM-Lösung bietet, entschied sich unser Kunde, das Dealer-Sales-Portal als neues Standard-CRM-System aufzubauen.

» Die Wahl von msgGillardon als unser Salesforce-Integrationspartner war eine der Schlüsselerkenntnisse für den Erfolg mit diesem Projekt. Wir hätten keinen besseren Partner hierfür aussuchen können.«

DIE HERAUSFORDERUNGEN

Die Einführung eines neuen Systems im laufenden Betrieb ist immer eine Herausforderung – ganz besonders, wenn das Vorgängersystem seit 20 Jahre im Einsatz ist. Die Komplexität im Change-Management ist hoch, die Treue der Händler zu „ihrem System“ in der Regel auch. Um die Akzeptanz der Händler für das

neue DSP zu sichern, mussten daher lokale, auf die Anforderungen der Händler maßgeschneiderte, Anpassungen berücksichtigt werden. Eine weitere Herausforderung waren die zahlreichen Schnittstellen, mit denen das CRM-System an die heterogenen Systemlandschaften angebunden war. Eine der größten Herausforderungen der DSP-Implementierung betraf das Thema Datenschutz. Aufgrund rechtlicher Anforderungen mussten die Daten der einzelnen Händler strikt vom Headquarter und anderen Händler getrennt werden. Für genehmigte Ausnahmefälle



sollten Zugriffe auf die Daten nur zeitlich beschränkt möglich sein und detailliert protokolliert werden.

Nicht die Anforderungen an Salesforce, sondern Salesforce an die Anforderungen anpassen

Da für diese spezifische Anforderung keine Salesforce Standardlösung verfügbar war, musste eine maßgeschneiderte Lösung konzipiert und implementiert werden.

» Ohne den ausgereiften Salesforce Connector hätten wir wesentlich mehr Zeit auf die Integration der unterschiedlichen individuellen Peripheriesysteme der Händler benötigt.«

Per Definition haben CRM-Systeme eine hohe Sichtbarkeit auf Kundenseite. Der Premium-Anbieter benötigt entsprechend ein nachhaltiges, zuverlässiges und zugleich innovatives System. Potenzielle Integrationspartner mussten somit Kenntnisse über die Geschäftsprozesse unseres Kunden und Salesforce-Technologie mitbringen, um eine effiziente Implementierung des Dealer-Sales-Portals zu ermöglichen.

DIE LÖSUNG

Die Nutzung eines globalen Salesforce-Templates in Kombination mit einem agilen Entwicklungsansatz ermöglicht es unserem Kunden, Anforderungen schnell und effizient zu implementieren. Mit diesem Setup ist die Umsetzung kri-

» Das eigenentwickelte EnCO ist eine exzellente Lösung für die manuelle Verwaltung von ca. 1.000 Salesforce-Instanzen, die es so im Markt nicht gibt.«

tischer Geschäftsanforderungen wie die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) trotz hoher Komplexität auch in kurzer Zeit möglich. Der Implementierungszeitraum von zwei Monaten pro Release passt perfekt zur hohen Innovationsgeschwindigkeit des Marktes, die für eine kontinuierliche optimierte Customer Journey unabdingbar ist.

Bezüglich der heterogenen Systemlandschaften der Händler bietet der Salesforce Connector diverse Schnittstellen, um eine reibungslose Integration des DSP zu garantieren. Die zugrundeliegende Micro-Service-Architektur vereinfacht die Adaption bisher unbekannter Schnittstellen.

Durch den Einsatz von individuellen Salesforce-Instanzen für jeden Händler (ca. 1.000 Instanzen in der EU) sind die Daten gegenüber Dritten perfekt abgesichert. Bei Betrachtung der aktuellen Diskussion um Datenschutz erzeugt diese Lösung Vertrauen und Akzeptanz in das DSP. Allerdings erfordern diese zahlreichen Salesforce-Instanzen mit ihren lokalen Anpassungen eine effiziente und effektive Verwaltung. Das Variantenmanagementsystem EnCO (Environmental Central Operations) minimiert den organisatorischen Aufwand für deren Administration.

DAS ERGEBNIS

EnCO vereinfacht die Administration von mehr als 1.000 Salesforce-Instanzen mit minimalem Aufwand. Zusätzliche

Erweiterungen wie Lizenz-, Rollout-, Migrations- und Translation-Manager unterstützen organisatorische Aufgaben wie Rollouts und Deployments.

Als Premium Anbieter hat unser Kunde hohe Ansprüche an eine optimale Customer Journey. Diese Erwartungen erfüllt msgGillardon durch fundiertes Know-how des Business Kontextes, intelligentes Lösungsdesign und nachhaltige Entwicklungsarbeit. Passend zu einem komplexen und dynamischen Geschäftsumfeld bietet das agile Release Management – kombiniert mit zweimonatigen Release-Zyklen – eine optimale Time-to-Market.

» Die starken Projektmanagement Fähigkeiten der msgGillardon waren essenziell wichtig, um dieses komplexe und herausfordernde Projekt erfolgreich umzusetzen.«

Als Salesforce-Integrationspartner unterstützt msgGillardon im Projekt die Entwicklung des Dealer-Sales-Portals in den Bereichen Projektmanagement, Anforderungsanalyse, Lösungsdesign, Entwicklung, Umgebungsmanagement, Qualitätsmanagement, Testing, Support, Deployment und Rollout.



Stefan Siegler

Salesforce Business Development
stefan.siegler@msg-gillardon.de

