



CRM-Software schafft die Basis für solide Unternehmensplanung

Kundenprofil

Der Reiseinformationsdienst Cityguide AG hält auf dem Internetportal Cityguide.ch mehr als 18 000 Einträge zu Metropolen aus 30 verschiedenen Ländern parat. Zielgruppe sind reiselustige Internetnutzer unter 40. Derzeit beschäftigt Cityguide 54 Mitarbeiter.

Ausgangssituation

Für die Vermarktung des Reiseportals fehlte der Cityguide AG eine professionelle CRM-Software. Die dezentrale Datenhaltung erschwerte die Abwicklung von Marketingaktivitäten. Zudem war das Reporting mit einem hohen Aufwand verbunden.

Lösung

Die Cityguide AG entschied sich für die Einführung von Microsoft Dynamics CRM. Ausschlaggebend war neben der nahtlosen Integration in die vorhandene, von Microsoft geprägte Systemstruktur vor allem die Benutzerführung.

Resultate

- keine aufwendigen Konsolidierungsarbeiten vor dem Versand von Mailings und Newslettern
- Kontakthistorie liefert den aktuellen Stand der Geschäftsbeziehung
- aktuelle Geschäftszahlen auf Knopfdruck
- Datenzugriff unterwegs

„Dank Microsoft Dynamics CRM können wir negative Entwicklungen schneller erkennen und rechtzeitig gegensteuern.“

Roger Lienhard, CEO der Cityguide AG

Der Reisemarkt gehört zu den am stärksten wachsenden Segmenten im Internet. Immer mehr Menschen buchen nicht nur ihre Reisen online, sie informieren sich im Netz auch über ihren Zielort. Ein Unternehmen, das diesen Trend frühzeitig erkannt hat, ist die Cityguide AG. Unter www.cityguide.ch findet jeder, den das Fernweh packt, Städteinformationen zu den wichtigsten Metropolen der Welt. Bei der Vermarktung der Plattform mussten die Mitarbeiter jedoch lange Zeit ohne spezielle Customer-Relationship-Management(CRM)-Software auskommen. Die dezentrale Speicherung der Kundendaten erschwerte die Vorbereitung von Mailings und den Versand von Newslettern. Zudem fehlte dem Management der Überblick über die aktuelle Vertriebssituation und künftige Umsätze. Mit Einführung einer professionellen CRM-Lösung wandelte sich das Bild: Heute profitiert Cityguide von effizienten Marketingaktionen und der übersichtlichen historischen Darstellung jeder Geschäftsbeziehung. Zudem stehen dem Management detaillierte Auswertungen zum laufenden Unternehmensergebnis und zu künftigen Umsätzen zur Verfügung.

„Mit Microsoft Dynamics CRM hat sich die Qualität der Kundenbetreuung verbessert.“

Roger Lienhard, CEO, Cityguide AG

Kennzahlen

Schulungsaufwand/Mitarbeiter	2 Tage
Anzahl der Mitarbeiter	54
Angeschlossene Arbeitsplätze	17

Kundenprofil

Der Tourismus gehört zu jenen Branchen, die das Internet in den letzten Jahren gehörig verändert haben. Immer mehr Menschen nutzen das Web, um Reiseziele auszuwählen und ihren Urlaub zu buchen. Ein Trend, den die Cityguide AG frühzeitig erkannt hat. Seit drei Jahren ist der Reiseinformationsdienst mit dem Portal Cityguide.ch am Markt präsent. Interessierte Besucher finden hier Städteinformationen zu Metropolen in über 30 Ländern. Mehr als 18 000 Tipps zu Gastronomie, Shopping, Nachtleben oder den lokalen Sehenswürdigkeiten haben die Autoren zusammengetragen. „Egal, in welche Stadt die Reise geht, bei uns findet man immer die passenden Informationen“, bringt Roger Lienhard, CEO der Cityguide AG, die Vorteile des globalen Reiseportals auf den Punkt. Das sieht die Internetgemeinde offensichtlich genauso: Mehr als drei Millionen Nutzer erreicht die Cityguide AG mit ihrem Informationsangebot. Die höchsten Zugriffsraten werden dabei in den Ferienzeiten verzeichnet. Der Erfolg des Konzepts spiegelt sich längst in den Organisationsstrukturen wider. Die Zahl der Mitarbeiter ist von anfangs fünf auf mittlerweile 54 gestiegen. Hinzu kommen zwei Niederlassungen in Bangkok und New York, die Reiseinformationen aus erster Hand liefern.

Ausgangssituation

Finanziert wird Cityguide.ch vornehmlich über Anzeigen. Ein hart umkämpfter Markt, bei dem es nicht nur auf eine gute Organisation, sondern vor allem auf die richtige Kundenansprache ankommt. In beiden Bereichen musste die Cityguide AG lange Zeit ihr Improvisationstalent unter Beweis stellen, denn die Dokumentation der Kundenbeziehungen offenbarte mitunter Lücken. „Bei der Pflege und Verwaltung der Kundeninformationen haben wir unseren Vertriebsmitarbeitern bislang freie Hand gelassen“, erinnert sich Roger Lienhard. Die Folge: Jeder Mitarbeiter pflegte in Microsoft® Office Outlook® seine Kundendaten selbst. Die Qualität fiel dabei – je nach individueller Ordnungsneigung – sehr unterschiedlich aus. Bei zentralen Marketingaktio-

nen, beispielsweise dem Versand von Mailings, musste der gesamte Adressbestand erst aufwendig konsolidiert werden. Ebenso problematisch war die fehlende Transparenz der Kundendaten. „Wir hatten weder Einblick in die aktuelle Auftragslage, noch konnten wir Vertriebsprognosen schnell abrufen. Das erschwert die Vertriebssteuerung natürlich“, gesteht CEO Lienhard. Auch für die Mitarbeiter war es mitunter schwer, Geschäftsvorgänge zu rekonstruieren. Die Journalfunktion in Outlook arbeitete eher langsam und wurde allenfalls sporadisch gepflegt. Ende 2005 entschied sich Cityguide deshalb für die Einführung einer professionellen CRM-Software.

Bei der Marktsondierung standen zwei Faktoren im Mittelpunkt, die den Kandidatenkreis merklich verkleinerten: Zum einen hatte der Reiseinformationsdienst seine gesamte IT-Infrastruktur bei dem Hosting-Dienstleister Everywhere gemietet. „Everywhere setzt ausschliesslich auf Microsoft Technologie. Wir suchten also eine CRM-Software, die exakt in das vorhandene Systemumfeld passt und sich zudem als Hosting-Lösung einsetzen lässt“, benennt Roger Lienhard eine der beiden zentralen Anforderungen. Der zweite kritische Aspekt waren die eigenen Mitarbeiter. Gerade im Vertrieb, fügt Lienhard hinzu, sei die Bereitschaft, sich mit Prozessoptimierung und neuen Anwendungen zu beschäftigen, eher gering. Verständlich, dass sich die Cityguide AG nicht allzu weit von der gewohnten Arbeitsumgebung in Microsoft Outlook entfernen wollte. Im Sommer 2006 fiel die Wahl nicht zuletzt deshalb auf Microsoft Dynamics CRM®. „Eine nahtlose Integration in das vorhandene Systemumfeld und eine Benutzerführung, die mit Outlook über weite Strecken identisch ist. Kein Zweifel, Microsoft Dynamics CRM passte genau in unser Profil“, begründet Cityguide-Chef Lienhard die Entscheidung. Mindestens ebenso wichtig sei die Option gewesen, das Softwareprojekt schrittweise umzusetzen. Schliesslich habe man wegen der dünnen Personaldecke niemanden für längere Zeit freistellen können. Auf Empfehlung des

Die Cityguide AG ist ein Reiseinformationsdienst. Auf dem Internetportal Cityguide.ch gibt es mehr als 18 000 Einträge zu 30 Ländern.



Foto: Cityguide AG

Hosting-Dienstleisters Everywhere erhielt der Microsoft Partner iTrust AG den Zuschlag für die Implementierung.

Lösung

Die eigentliche Herausforderung bei der Umsetzung des Projekts im Spätsommer 2006 lag weniger im technischen als vielmehr im zwischenmenschlichen Bereich. „Gerade bei CRM-Projekten ist es besonders wichtig, die Mitarbeiter ins Boot zu bekommen“, stellt Lienhard klar. Es waren vor allem die organisatorischen Vorteile der einheitlichen Datenhaltung, die den Vertrieb am Ende überzeugten. „Jeder Vertriebsmitarbeiter hat ein grosses Interesse daran, dass seine Kunden bei Marketingmassnahmen berücksichtigt werden. Schliesslich ist bei informierten Kunden die Abschlusswahrscheinlichkeit höher“, erklärt der CEO. Anders als bei der manuellen Konsolidierung der Kundendaten sei es bei einem sauber gegliederten, zentralen Verzeichnis praktisch ausgeschlossen, dass jemand „durchs Raster“ fällt. Auf der anderen Seite verschwieg das Projektteam nicht die Tatsache, dass Microsoft Dynamics CRM mehr Licht in die Vertriebsaktivitäten bringt und damit eine Kontrolle erleichtert. „Das ist aber nur ein

Nebenschauplatz. Unser Ziel war es, die Arbeitsbedingungen des Vertriebs zu verbessern, um unsere Geschäftschancen besser auszuerschöpfen“, unterstreicht Lienhard. Bei der technischen Umsetzung hielt sich der Aufwand in Grenzen. So waren lediglich kleinere Eingriffe erforderlich, um Microsoft Dynamics CRM an die Anforderungen der Cityguide AG anzupassen. „Wir haben überflüssige Felder aus den Eingabemasken entfernt und einige Aufklappenmenüs eingefügt, um die Eingabe zu beschleunigen und die Datenkonsistenz zu gewährleisten“, erläutert der Cityguide-Chef. Ebenfalls hinzugekommen sind mehrere Automatisierungen. Beispielsweise werden in jedem Stadium des Verkaufszyklus automatisch Nachfassaktivitäten erstellt, sollten diese vergessen werden. „Sonst kann es schnell passieren, dass ein Interessent zwar erfasst, aber anschliessend nicht angerufen wird“, betont Lienhard. Um den Verkaufsprozess lückenlos zu dokumentieren, pflegte man nicht nur die Kundendaten, sondern auch den kompletten Leistungskatalog in Microsoft Dynamics CRM ein.

Resultate

Seit September 2006 arbeiten 17 Mitarbeiter aus den Bereichen Vertrieb, Marketing und Vi-

Weitere Informationen

Für weitere Informationen über Microsoft Produkte und Services kontaktieren Sie bitte die lokale Microsoft Niederlassung:

Microsoft Schweiz GmbH

Richtistrasse 3
CH-8304 Wallisellen
Telefon: +41 848 22 44 88
Fax: +41 434 56 44 44
www.microsoft.com/switzerland

Für weitere Informationen zur beschriebenen Kundenreferenz kontaktieren Sie bitte:

iTrust AG

Patrick Müller
Birkenstrasse 47
CH-6343 Rotkreuz
Telefon: +41 41 798 00 11
Fax: +41 41 798 00 10
E-Mail: patrick.mueller@itrust.ch
www.itrust.ch

deoproduktion mit der neuen CRM-Software. Die Kundendaten werden dabei zunächst dezentral auf den Notebooks erfasst und laufend mit der zentralen SQL-Datenbank auf dem externen Unternehmensserver abgeglichen. Ein Konzept, das es den Mitarbeitern erlaubt, auch unterwegs Daten offline zu erfassen oder abzurufen. „Mit Microsoft Dynamics CRM sind unsere Geschäftsprozesse sicherer als vorher. Vor allem dank der lückenlosen Kontakthistorie hat sich die Qualität der Kundenbetreuung entscheidend verbessert“, freut sich der Cityguide-Chef. Neue Mitarbeiter seien dadurch immer auf dem aktuellen Stand und könnten sofort ins Tagesgeschäft einsteigen. Nicht zuletzt wegen der gestiegenen Datentransparenz erwartet Lienhard in Zukunft eine Verdoppelung der Vertriebsleistung. „Wir können negative Entwicklungen jetzt schneller erkennen und rechtzeitig gegensteuern“, benennt er den entscheidenden Vorteil von Microsoft Dynamics CRM aus Sicht des Managements.

Kein Wunder, dass ein Schwerpunkt beim weiteren Ausbau des Systems auf dem Vertriebscontrolling liegt. So soll das Berichtswesen um zusätzliche Reports, etwa zu Abschlussquoten oder verfeinerten Vertriebsprognosen, erweitert werden. Auch ganz oben auf der Wunschliste steht die direkte Übergabe von Verkaufschancen an die Unternehmenssoftware Microsoft Dynamics NAV®. Damit würde die erneute Erfassung der einzelnen Positionen bei der Rechnungsstellung entfallen.

Partnerprofil

Das Produktportfolio des Microsoft Partners iTrust AG umfasst neben CRM-Lösungen auch allgemeine Infrastrukturprojekte sowie die Virtualisierung und Konsolidierung vorhandener Systemstrukturen. Im Raum der deutschsprachigen Schweiz erwirtschafteten die 20 Mitarbeiter des Systemhauses zuletzt einen Jahresumsatz von über vier Millionen Schweizer Franken.

© 2007 Microsoft Corporation. Alle Rechte vorbehalten.
Alle genannten Produktbezeichnungen sind entweder eingetragene Marken oder Marken der Microsoft Corporation in den USA und/oder in anderen Ländern. Namen und Produkte anderer Firmen können eingetragene Warenzeichen der jeweiligen Besitzer sein.

Publiziert April 2007
5000-646-24 Yu 04/07

Software and Services

- Microsoft Dynamics CRM 3.0
- Microsoft Office 2003
- Microsoft SQL Server 2005
- Microsoft Windows Server 2003
- Microsoft Exchange Server 2003

Partner

- iTrust AG