

„Durch die Bereitstellung der konsolidierten Daten in QlikView können wir heute bereits ein Tag nach Verkauf der Produkte analysieren, wer, was, wann gekauft hat und damit viel schneller und gezielter den gesamten Marketing- und Vertriebsprozess steuern.“

Stefan Mauer, Leitung Marketing und Kommunikation Kyocera Deutschland

EVACO optimiert IT-gestützte Marketing- und Vertriebsanalysen bei Kyocera



Als einer der weltweit führenden Anbieter von effizienten Output-Lösungen steuert Kyocera seinen Vertrieb in Deutschland indirekt über ein Netz von 16 Distributoren und ca. 12000 Fachhändler. Um über den gesamten Vertriebszyklus die verschiedenen Datenquellen in eine einzige Kundendatenplattform zu integrieren, nutzt Kyocera für das Marketing, den Vertrieb und Service die webbasierte CRM-Lösung KYOonedesign von ConSol.

Intelligentes Datenmanagement

Das Datenbankhosting auf einem MS SQL Server und die komplexe Konsolidierung der Transaktionsdaten von den Distributoren sowie aus dem bestehenden SAP-System betreut die EVACO GmbH. „EVACO hat uns an der

Schnittstelle zwischen den Daten unserer Distributoren und der Integration in unser neues CRM entscheidend unterstützt“, erklärt Stefan Mauer, Leiter für Marketing und Kommunikation bei Kyocera Deutschland. „Wenn wir genau sind, umfasst die eigentliche ‚EVACO Datenbank‘ acht verschiedene Datenbanken. Aber das ist nur eine Zahl. Entscheidend ist, dass EVACO für uns die täglichen Sellout-Reports und die Absatzzahlen aus SAP importiert und diese konsolidiert, das heißt EVACO bereinigt die Adressen, Produkte und Verkaufszahlen.“

Datenanalysen mit QlikView

Die konsolidierten Daten werden sowohl in die CRM-Lösung KYOonedesign als auch für detaillierte Vertriebsanalysen in die Business Discovery Software QlikView eingespeist. „Durch die Bereitstellung der konsolidierten Daten in QlikView können wir heute bereits ein Tag nach Verkauf der Produkte analysieren, wer, was, wann gekauft hat und damit viel schneller und gezielter den gesamten Marketing- und Vertriebsprozess steuern“, erläutert Stefan Mauer.

Europaweit im Einsatz

„Diese Vertriebsanalyse ist in ihrer Schnelligkeit und Qualität wirklich einmalig in unserer Branche. Und der Erfolg dieser Vorgehensweise spricht für sich. Inzwischen nutzen wir europaweit in den Niederlanden, Spanien, Frankreich und Italien die ‚EVACO Datenbank‘ für die Vertriebsanalyse mit QlikView“, erläutert Stefan Mauer. „Das schafft auch einen ganz neuen Blick über die Grenzen der nationalen Märkte hinaus und gewährt uns eine über die Länder gespannte Werbekostenanalyse.“

Success Story Kyocera Document Solutions

Lösungen auf einen Blick

Kundenname

Kyocera Document Solutions

Branche

Output-Lösungen

Abteilung

- Marketing
- Vertrieb
- Service

Herausforderung

- Indirekte Vertriebsstrukturen ohne Detailkenntnisse über die Absatzzahlen der Reseller
- Fehlende Daten über die Lagerbestände bei den Distributoren
- Unspezifische Informationen über den Erfolg von Vertriebsaktionen bei den Resellern

Lösung

Aufbau einer Datenbank für die Transaktionsdaten aus dem ERP-System und Konsolidierung der Sellout-Reports, welche durch QlikView tagesaktuell analysiert werden

Nutzen

- Aktuelle Informationen über Distributoren, Partner und Reseller (Umsätze, Preise etc.)
- Kampagnenmanagement in Echtzeit
- Neue Kontrollfunktionen im Marketing und Service

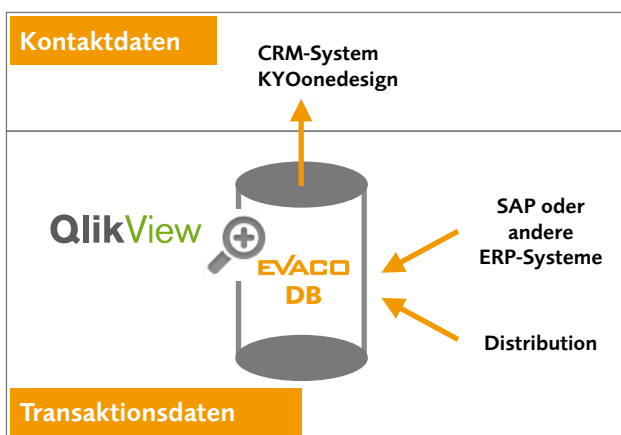


Steuerung und Erfolgsmessung des Marketings

Neben der Auswertung der Verkaufsberichte erhält Kyocera wichtige Zusatzinformationen zu laufenden Marketingkampagnen, zum jeweiligen Status eines Partners und seiner Preiskonditionen sowie Informationen über Lagerbestände bei den Distributoren. „Das wir diese Daten tagesaktuell bereinigt in QlikView analysieren können, ist ein handfester Wettbewerbsvorteil. Beispielsweise können wir auf Knopfdruck sehen, welche Sonderpreisaktionen gerade laufen und gegebenenfalls schnell Preisänderungen vornehmen. Für die Steuerung und Erfolgsmessung von Marketingkampagnen ist dies immens wichtig“, erläutert Stefan Mauer.

Outsourcing von Lagerbeständen

Die Absatzanalysen zu den Produkten geben Kyocera zudem ein ganz neues Werkzeug an die Hand, um die Lagerbestände besser auszunutzen und die Produktion effizienter zu organisieren. „Wir wissen im Gegensatz zu früher, welche Produkte bei den Distributoren aktuell im Lager liegen. Das versetzt uns in die Lage, unsere Produkte bei den Distributoren auszulagern, so dass wir unsere eigene Lagerhaltung minimieren und unsere Produktion auf die Lagerbestände abstimmen können“, erklärt Stefan Mauer.



„Das wir diese Daten tagesaktuell bereinigt in QlikView analysieren können, ist ein handfester Wettbewerbsvorteil.“

Partnerprogramme immer im Blick

Eine weitere Stärkung durch die Vertriebs- und Marketinganalysen hat das Partnerprogramm bei Kyocera erfahren. „Früher wussten wir recht wenig über unsere Partner und unsere Partner wenig über unsere Zielvorgaben. Heute erhalten wir dank der konsolidierten Datenbank von EVACO genaue Informationen zu unseren 300 Partnern“, erläutert Stefan Mauer. „Diesen Ist-Zustand gleichen wir mit den Zielvorgaben ab. Um unsere Partner darüber zu informieren, verschicken wir direkt aus QlikView generiert alle zwei Wochen einen PDF-Bericht an die Partner. Sie sehen dann, ob sie im Plan sind oder was wir ihnen für Verbesserungsmaßnahmen empfehlen.“

Ausblick

„Ein großes Thema bei uns ist gerade auch die QlikView-Analysen auf mobile Endgeräte zu bringen und erste Applikationen für QlikView sind bereits geplant“, blickt Stefan Mauer in die Zukunft. „Entscheidend wird sein, dass wir die riesigen Datenmengen aus den unterschiedlichen Datenbanken sinnvoll in mobile QlikView-Applikationen übersetzen, so dass der Vertrieb und das Marketing noch schneller steuernd wirken können“, erklärt Stefan Mauer. „Aber wir sind sehr zuversichtlich, dass wir auch das durch die Unterstützung von EVACO erfolgreich auf den Weg bringen.“

„Früher wussten wir recht wenig über unsere Partner und unsere Partner wenig über unsere Zielvorgaben. Heute erhalten wir dank der konsolidierten Datenbank von EVACO genaue Informationen zu unseren 300 Partnern.“

Stefan Mauer, Leitung Marketing und Kommunikation Kyocera Deutschland

Portrait
Stefan
Mauer