HSE24

SAP® CRM BESCHLEUNIGT DAS WACHSTUM DES HOMESHOPPING-UNTERNEHMENS

„Teleshopping ist wie ein ständiger Spurt auf der Zielgeraden. Wir müssen unsere Kunden jeden Tag neu von unserem Angebot und Service überzeugen, indem wir ihnen vom ersten Moment an ein rundes Einkaufserlebnis bieten. Diesen Ablauf haben wir mit SAP CRM perfektioniert."

Norbert Paulus, Bereichsleiter Broadcast & IT und Mitglied der Geschäftsleitung von HSE24

AUF EINEN BLICK

Unternehmen

- Name: HSE24 (Home Shopping Europe GmbH)
- Branche: Homeshopping (TV- und Internetshopping)
- Produkte: Verkauf von Handelsware unter der Dachmarke HSE24
- Standort: Ismaning bei München, Deutschland
- Angestellte: 574 (direkt), 1.976 bei Callcenter und Logistik (indirekt)
- Nettoumsatz 2008: 352 Mio. €
- Internetadresse: www.hse24.de, www.hse24.net
- Implementierungspartner und Generalunternehmer: cm4 GmbH & Co. KG, ein Tochterunternehmen der syskoplan AG, Gütersloh, www.cm4.de
- Hostingpartner: TDS Informationstechnologie AG, Neckarsulm

Die wichtigsten Herausforderungen

- Einheitliche Plattform für alle Service- und Vertriebsprozesse
- Identische Informationen und integrierte Sicht an allen Kontaktpunkten
- High-Performance-Callcenter, Verkauf und Service in einem extrem dynamischen Geschäft müssen in Echtzeit zu steuern sein
- System muss hohes Anruferaufkommen bei extremen Spitzenzeiten bewältigen
- Multichannel-Fähigkeit des Systems

SAP-Lösungen und -Services

SAP Customer Relationship Management (SAP CRM) mit Customer Interaction Center sowie SAP for Retail

Projektziele

- „LIVE"-Business in Echtzeit steuern
- Kunde soll in allen Vertriebskanälen dasselbe professionelle Kauf- und Serviceerlebnis erhalten
- Perfekte Abwicklung von Einkäufen sicherstellen
- Upselling-Potenziale gezielt nutzen
- Mit erstklassigem Aftersales-Service gegen Wettbewerb profilieren

Entscheidung für SAP CRM

- Nahtlose Integration in SAP for Retail
- Webtechnologie und Multichannel-Fähigkeit
- Stabilität bei höchster Auslastung
- Leistungsfähigkeit der Systeme und verlässliche Echtzeitinformationen

Hauptnutzen für den Kunden

- Identische Informationen in großer Detailtiefe mit rollengerechter Sicht für alle Prozessbeteiligten
- Exzellenter Überblick über alle Kundenbewegungen und die Kommunikationshistorie ermöglicht individuelle Ansprache und verbessert die Kontaktqualität
- Flexiblere Auftragsannahme (Anlegen des Auftrags erfolgt wahlweise zuerst mit Bestellnummer oder Kundennummer)
- Automatisierte, produkt- und zeitgesteuerte Upselling-Funktionen: Agenten werden mit Produktabbildungen und den wichtigsten USPs aktiv vom System unterstützt
- 1-Klick-Übernahme von Umsatzträgern in den „Warenkorb" des Kunden
- Bündelung aller Verkaufskanäle in SAP CRM

HSE24

SAP CRM MACHT TEMPO BEIM HOMESHOPPING-SPEZIALISTEN

Deutschlands kundenorientiertester Dienstleister heißt HSE24 und auch vom TÜV Saarland wurde der Service des Homeshopping-Spezialisten mit „sehr gut“ zertifiziert. Von Kunden und Fachjury erhält das Unternehmen Bestnoten für alle Service- und Verkaufsabläufe, die heute mit SAP Customer Relationship Management (SAP CRM) perfekt verzahnt sind.

In der Zentrale von HSE24 hängen zahlreiche Fernsehmonitore, auf denen Besucher und Mitarbeiter verfolgen können, welche Sendung „on Air“ ist. Sie übertragen, was im Studio nebenan gerade passiert: echtes LIVE-Shopping, das über einen eigenen Fernsehkanal über 40 Millionen Hauhalte via Kabel und Satellit in Deutschland, Österreich und der Schweiz erreicht. Zusammen mit dem Digitalsender HSE24 EXTRA und dem Onlineshop präsentiert das Homeshopping-Unternehmen rund um die Uhr an 365 Tagen im Jahr ein abwechslungsreiches Einkaufsvergnügen. Im TV zeigt HSE24 in einstündigen Verkaufsshows jährlich über 22.000 verschiedene Artikel aus den Segmenten Beauty, Wellness, Schmuck, Home & Living, Haushalt, Garten, Mode, Sport und Elektrogeräte. 16 Stunden des Rund-um-die-Uhr-Programms werden live produziert und gesendet. Dabei wird die Produktpalette während der Ausstrahlung dynamisch auf den Moment zugeschnitten. Es ist keine Frage – dieses Geschäft tickt im Sekundentakt!

Rasantes Business

Der Einkauf im Fernsehen erfreut sich steigender Beliebtheit. Seit dem Start im Jahr 1995 verzeichnet das Unternehmen jährlich steigende Wachstumsraten und Kundenzahlen. Derzeit hat HSE24 zwei Millionen aktive Kunden im Bestand. Es ist ein wachsender Markt, der durch eine außergewöhnliche Dynamik gekennzeichnet ist. Im Gegensatz zum Katalog- und Onlineversandhandel hat HSE24 ein wesentlich flexibleres Sortiment. Die Stückzahl der einzelnen Produkte ist auf die jeweiligen TV-Shows zugeschnitten. „Wir haben in der Angebotsphase nur eine begrenzte Warenmenge zu einem bestimmten Preis im Verkauf“, erläutert Norbert Paulus, Bereichsleiter Broadcast & IT sowie Mitglied der Geschäftsleitung, das erfolgreiche Absatzprinzip. Ist ein Produkt „on Air“ ausverkauft, kann man es eine Sekunde später auch nicht mehr im Internet bestellen.

Echtes LIVE-Shopping geht nur mit Echtzeitdaten

Der rasante Warenumschlag löst starke Kaufimpulse bei den Kunden aus, die sich ihren Wunschartikel sichern möchten und mit diesem Anliegen schnell zum Zuge kommen wollen. Deshalb erreichen die Callcenter des Homeshopping-Unternehmens zu Spitzenzeiten bis zu 73.000 und im täglichen Durchschnitt 26.000 Anrufe. Die Frequenz in den Callcentern kontrolliert der „Producer“ in der Regie – „live“ und online. Löst ein Produkt eine besonders gute Resonanz aus, wird das Sendeprogramm in Minutenschnelle umdisponiert und der Artikel bleibt noch etwas länger auf Sendung. Ein Programmwechsel erfolgt natürlich auch, sobald der Lagerbestand eines Artikels den Wert Null erreicht.

Dieses Live-Showgeschäft verlangt maximale Flexibilität in allen Ebenen und höchste Präzision, die sich nur mit Echtzeitdaten erzielen lässt. Denn während und nach den Sendungen muss ein dichtes Netz aus Callcentern und Logistikpartnern für die professionelle Bearbeitung und zügige Abwicklung der Bestellungen sorgen. Norbert Paulus: „Unser Kunde sagt uns in jeder Minute, was er will. Deshalb brauchen wir kurze Wege und schnelle Prozesse zwischen allen Beteiligten. Die Abläufe müssen zwar hochgradig automatisiert sein, uns aber dennoch erlauben, von einer Minute auf die andere flexibel zu reagieren.“

Dank SAP CRM verliert HSE24 keine Sekunde mehr

Mit der Einführung von SAP® CRM sicherte sich der Homeshopping-Spezialist eine unternehmensübergreifende Drehscheibe für das schnelllebige Handelsgeschäft. Im August wurde mit dem Produktivbetrieb der neuen Auftragsannahme und Bestellabwicklung die letzte Phase einer umfangreichen Umstrukturierung in der IT-Landschaft erfolgreich abgeschlossen. Seit dem Go-live profitiert der Sender von einer vertriebskanalübergreifenden Echtzeit-Integration aller Service- und Verkaufsprozesse. „Alle Informationen und Abläufe, die Service und Sales

„Unser Callcenter soll in höchstem Maße auskunftsfähig sein. Wir bieten unseren Kunden immer Lösungen an. Deshalb müssen wir zum Beispiel in jeder Sekunde wissen, ob das Wunschprodukt in der gewünschten Größe oder Farbe wirklich lieferbar ist. Und das können wir mit SAP CRM leisten."

Norbert Paulus, Bereichsleiter Broadcast & IT und Mitglied der Geschäftsleitung von HSE24

betreffen, haben wir mit SAP CRM und unserem Implementierungspartner cm4 in einer einzigen Plattform gebündelt. Wir sind technologisch zukunftssicher und so ausbaufähig, dass wir auch in Zukunft flexibel auf Kundenwünsche eingehen können", so Norbert Paulus, der anfügt, dass die Vorteile von SAP CRM bei hohem Bestellaufkommen bereits deutlich sichtbar wurden.

„Hohe Frequenz? Für SAP CRM kein Problem!"

Läuft das Geschäft wie in einer starken Eventwoche auf Hochtouren, können bei absehbarem Bedarf die neun Callcenter-Standorte jederzeit schnell eingebunden werden. „Das CRM-System erfordert weder langwierige Installationen noch die Einrichtungen von Netzwerkverbindungen. Es funktioniert über ein sichereres Internetprotokoll und Webtechnologie", so Paulus. Rund 1.000 Agenten können ohne Beeinträchtigung in den Antwortzeiten zeitgleich auf das System zugreifen. Diese Stabilität bei hoher Last und die Fähigkeit, Massendaten schnell und zuverlässig zu bearbeiten, waren neben der Web- und Multichanneltechnologie gewichtige Pluspunkte, die für die Software aus Walldorf sprachen.

„Wir bieten unseren Kunden immer Lösungen an."

Das stärkste Argument, mit dem sich SAP CRM nach einer technologischen Auswahlschleife endgültig gegen Mitbewerbersysteme durchsetzen konnte, kommentiert das Mitglied der Geschäftsleitung: „Die Integration ist ein großer Vorteil von SAP. Durch die nahtlose Verbindung in unsere bestehenden Anwendungen verknüpft das System Daten aus dem Einkauf, dem Finanzwesen, der Materialwirtschaft und der Logistik in Real-Time. Damit liefert uns SAP CRM punktgenaue Informationen in exzellenter Qualität, mit denen wir unser Geschäft steuern." Ohne diese „notwendigen Echtzeitinformationen" könnte man das Geschäft „nicht so minutiös steuern", betont Paulus. „Unser Callcenter soll in höchstem Maße auskunftsfähig sein. Wir bieten unseren Kunden immer Lösungen an. Deshalb müssen wir in jeder Sekunde wissen, ob zum Beispiel ein Ring in der gewünschten Größe wirklich lieferbar ist. Und das können wir mit SAP CRM leisten."

Verkaufen ist einfacher geworden

Mit der kürzlich gestarteten neuen Auftragsannahme und Bestellabwicklung erhalten die Agenten im Callcenter visuelle Unterstützung, die den Verkaufsprozess am Telefon vereinfacht. Das Einblenden von Produktabbildungen sorgt dafür, dass es eine hohe Deckung zwischen der Live-Sendung und der Bestellannahme gibt. So werden in der zentralen Erfassungsmaske Produktfotos mit Bestellnummern und den Kurzbeschreibungen jener Artikel angezeigt, die gerade „on Air" sind. SAP CRM steuert sinnvoll ergänzende Produkte, weitere Fotos sowie zentrale Produktmerkmale bei, die den Auftragsdialog des Agenten erleichtern. Ein Klick reicht aus und die gewünschten Artikel landen im Warenkorb des Kunden. „Damit können wir auch das produktgesteuerte Upselling systematisieren, das ohne die Systemunterstützung aufgrund von täglich bis zu 130 Artikeln auf Sendung nur rudimentär möglich wäre", berichtet Paulus.

Schneller Einstieg

Weiteren Komfort bei der Bestellung erzielt HSE24 mit einer individuellen Erweiterung des SAP-Standards, die der Homeshopping-Spezialist mit dem bewährten Projektpartner und Generalunternehmer cm4 implementierte. Das Gütersloher Beratungshaus integrierte sämtliche Sales- und Serviceprozesse von HSE24 in das einheitliche CRM-System. So klappt auch die Verbindung zwischen Bestellung und Showplanung reibungslos. Die Auftragsannahme kann nun wahlweise zuerst auch über die Bestellnummer erfolgen. Die Ware ist damit in der Sekunde im Materialsystem verbindlich reserviert. Danach können in Ruhe die weiteren Eingaben der Kundendaten sowie Prüfungen wie der ID-Check erfolgen.

Verzahnte Vertriebskanäle: Ausverkauft ist überall ausverkauft

Mit der Verzahnung der Vertriebskanäle kommt HSE24 seinem Primärziel nahe: dem Kunden an jedem Verkaufskanal einheitliche Abläufe und dieselbe hohe Auskunftsfähigkeit zu bieten. Wenn das letzte Kleid einer Größe ausverkauft ist, ist es eine Sekunde später auch im Internet als ausverkauft gekennzeichnet. Diese Rückmeldung erhält der Kunde sofort und nicht erst einen Tag oder eine Woche später. Für Paulus eine Selbstverständlichkeit: „Das Einkaufserlebnis im Webshop muss zur Präsentation im TV passen. Aus unserer Sicht darf man nicht nur laut trommeln, sondern muss seine Versprechen auch erfüllen. Daran messen die Kunden unsere Glaubwürdigkeit."

Flexibel auf Bedarf reagieren

Teilt ein Agent im Callcenter dem Kunden mit, dass ein gewünschtes Produkt nicht mehr lieferbar ist, wird das Kaufinteresse erfasst. Das passt zur kundenorientierten HSE24 Philosophie, die Norbert Paulus engagiert darstellt: „Wenn wir die Möglichkeit haben, Ware zu beschaffen, die unsere Kunden explizit nachfragen, dann tun wir das." Glücklicherweise hat das Unternehmen heute eine einheitliche Service- und Sales-Umgebung, die vom Onlineshop über das Service-Center und die Callcenter bis hin zu Logistik und Lieferanten alle kundenbezogenen Prozesse umfasst und alle Informationen bündelt.

„Der Kunde ist König"

Diese Botschaft ist im Haus des Homeshopping-Spezialisten keine Floskel, sondern zentrales Leitmotiv und der interne Name des CRM-Systems. Die Unternehmensstrategie lautet: Als multimediales Kaufhaus bietet HSE24 seinen Kunden eine interaktive Erlebniswelt, die mit exklusiven und innovativen Produkten immer wieder aufs Neue überrascht. Dafür habe man investiert und die Entscheidungskompetenz zusammen mit punktgenauen Informationen ans Telefon gebracht, resümiert das Geschäftsleitungsmitglied Norbert Paulus. Mit großem Erfolg: Heute lösen die Agenten innerhalb von 24 Stunden so viele Serviceanfragen wie früher in drei Tagen. Die Bearbeitungszeiten haben sich signifikant verkürzt und die Kunden sind messbar zufriedener geworden. Das Fazit: HSE24 hat sich um alle Auszeichnungen zu Recht verdient gemacht.

SAP Deutschland AG & Co. KG
Hasso-Plattner-Ring 7
69190 Walldorf
T 08 00 / 5 34 34 24*
F 08 00 / 5 34 34 20*
E info.germany@sap.com

www.sap.de

* gebührenfrei in Deutschland

sysko cm4

50 087 884 (09/09)
© 2009 SAP AG.
Alle Rechte vorbehalten. SAP, R/3, SAP NetWeaver, Duet, PartnerEdge, ByDesign, SAP Business ByDesign, und weitere im Text erwähnte SAP-Produkte und -Dienstleistungen sowie die entsprechenden Logos sind Marken oder eingetragene Marken der SAP AG in Deutschland und anderen Ländern.

Business Objects und das Business-Objects-Logo, BusinessObjects, Crystal Reports, Crystal Decisions, Web Intelligence, Xcelsius und andere im Text erwähnte Business-Objects-Produkte und -Dienstleistungen sowie die entsprechenden Logos sind Marken oder eingetragene Marken der Business Objects S. A. in den USA und anderen Ländern. Business Objects ist ein Unternehmen der SAP.

Alle anderen Namen von Produkten und Dienstleistungen sind Marken der jeweiligen Firmen. Die Angaben im Text sind unverbindlich und dienen lediglich zu Informationszwecken. Produkte können länderspezifische Unterschiede aufweisen.

In dieser Publikation enthaltene Informationen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Die vorliegenden Angaben werden von SAP AG und ihren Konzernunternehmen („SAP-Konzern") bereitgestellt und dienen ausschließlich Informationszwecken. Der SAP-Konzern übernimmt keinerlei Haftung oder Garantie für Fehler oder Unvollständigkeiten in dieser Publikation. Der SAP-Konzern steht lediglich für Produkte und Dienstleistungen nach der Maßgabe ein, die in der Vereinbarung über die jeweiligen Produkte und Dienstleistungen ausdrücklich geregelt ist. Aus den in dieser Publikation enthaltenen Informationen ergibt sich keine weiterführende Haftung.