



**NOVATEC CONSULTING GMBH STEUERT VERTRIEB UND
MARKETING MIT MICROSOFT DYNAMICS 365 CRM**



THE PERFECT FLOW

ALS UNABHÄNGIGER IT-SPEZIALIST FÜHRT DIE NOVATEC CONSULTING GMBH SEIT ÜBER 25 JAHREN UNTERNEHMEN EBENSO PRAGMATISCH WIE AGIL DURCH DIE KOMPLEXE WELT DER DIGITALISIERUNG UND INNOVATIVEN GESCHÄFTSMODELLE. DER FOKUS DES MITTELSTÄNDISCHEN UNTERNEHMENS MIT 300 MITARBEITENDEN LIEGT DABEI IN DER IT-BERATUNG SOWIE DER INDIVIDUELLEN SOFTWAREENTWICKLUNG. BEI VERTRIEB UND MARKETING SETZT NOVATEC INDES MIT MICROSOFT DYNAMICS 365 CRM AUF EINE STANDARDLÖSUNG.

„The Perfect Flow – für dieses Motto stehen wir bei Novatec. Das ist der Moment und das Gefühl, in dem sich alles zu einem gelungenen Ganzen verbindet“, erklärt Jannik Volz, Senior Marketing Manager bei Novatec. Zum Perfect Flow gehört für den IT-Spezialisten der Spaß an der Zusammenarbeit mit den Kunden, die gute Chemie untereinander oder der totale Fokus beim Programmieren. Das Unternehmen verfügte bereits über eine Vielzahl etablierter Prozesse in Vertrieb und Marketing, die in den vergangenen Jahren kontinuierlich weiterentwickelt wurden. Was letztlich fehlte, war eine große Klammer für die interne Prozesslandschaft. Um in Vertrieb und Marketing den Fluss perfekt laufender Projekte zu stärken, entschied sich Novatec daher für die Einführung der CRM-Lösung Microsoft Dynamics 365.

KLARE ZIELE

„Wir hatten in den verschiedenen Abteilungen und Arbeitsgruppen unterschiedliche Insellösungen im Einsatz, die sich bewährt haben. Mit der Einführung einer CRM-Lösung wollten

wir den nächsten Schritt gehen, um eine 360-Grad-Sicht auf Kunden wie Interessenten über die gesamte Customer Journey zu ermöglichen“, beschreibt Volz die Aufgabenstellung. Ein wichtiges Ziel dabei war die Möglichkeit, durch ein zentrales CRM-System die Transparenz zu steigern, um die Vertriebssteuerung zu optimieren und bisher ungenutzte Potenziale zu identifizieren. Außerdem sollte die Automatisierung von Vertriebs- und Marketingprozessen die Mitarbeitenden von zeitaufwendigen Routineaufgaben entlasten, beispielsweise bei der Planung und Durchführung von Marketingkampagnen und Events.

MEHRSTUFIGER AUSWAHLPROZESS

Obwohl Novatec bei der ERP-Software bereits mit Microsoft Dynamics arbeitet, war Microsoft für die CRM-Lösung nicht gesetzt. Auf Basis von User Storys sammelte das Team um Volz die Anforderungen an die CRM-Lösung und priorisierte diese anschließend. Nach mehreren Auswahlrunden konnte sich Microsoft Dynamics 365 CRM für Sales und Marketing ►



letztlich gegenüber anderen Lösungen wie Salesforce und HubSpot durchsetzen. Ausschlaggebend waren neben einer großen Übereinstimmung bei den geforderten Funktionalitäten unter anderem die ausgezeichnete Abbildung der Compliance- und Sicherheitsanforderungen sowie die Integration in die bestehende IT-Landschaft und die hohe Benutzerfreundlichkeit. Ein weiterer Vorteil war das Lizenzmodell der Cloud-Lösung: „Wir bezahlen nur das, was wir wirklich nutzen, und können die Lizenzen schnell und einfach an unseren tatsächlichen Bedarf anpassen“, kommentiert Volz.

AGILE EINFÜHRUNG

Bei der Einführung erwiesen sich die User Storys als äußerst hilfreiche Vorarbeit. „Da die Marketingprozesse größtenteils auf den Vertriebsprozessen aufsetzen, entschieden wir uns, zuerst Dynamics 365 CRM Sales einzuführen“, beschreibt Volz die zweistufige Vorgehensweise. Als Herausforderungen kristallisierten sich weniger technische Anforderungen als vielmehr begrenzte personelle Ressourcen heraus. „Da unser Tagesgeschäft natürlich weiterlief, haben wir uns bei der Zusammenarbeit mit der KUMAVISION auf eine agile Vorgehensweise verständigt, um optimal auf sich ggf. im Projektverlauf ändernde Rahmenbedingungen reagieren zu können“, blickt Volz zurück. Bei der Einführung konnte Novatec zudem auf den Erfahrungsschatz des CRM-Partners zurückgreifen: „Wie von uns erhofft, hat KUMAVISION nicht jede Anforderung einfach nur umgesetzt, sondern mit uns diskutiert, wie wir unsere Prozesse optimal in der CRM-Lösung abbilden können, und uns dabei auch

wertvolle Best-Practice-Lösungen vermittelt. Ein weiterer Vorteil für uns: KUMAVISION nutzt selbst auch die Dynamics-Lösungen.“

INDIVIDUELLER LEAD-PROZESS

Auch wenn Novatec viele Anforderungen bereits mit dem Standard von Dynamics 365 CRM umsetzen konnte, wollte der IT-Spezialist auf einige individuelle Anpassungen nicht verzichten. „Wir hatten klare Vorstellungen, wie der Lead-Management-Prozess auf Basis unserer bereits vorhandenen Lösungen im CRM aussehen sollte“, sagt Volz. Die Besonderheit bei Novatec: Als IT-Dienstleister bietet das Unternehmen keine fertigen Produkte an, sondern erarbeitet individuelle Lösungen. Entsprechend umfangreich und zeitaufwendig gestalten sich die Vertriebsprozesse: „Wir erfassen die Anforderungen und prüfen anschließend, ob und wie Novatec die Interessenten unterstützen kann“, gibt Volz Einblick. Dazu sind in der Regel mehrere Termine erforderlich, aus denen sich interne wie externe Aufgaben ergeben, die in der CRM-Lösung erfasst und nachverfolgt werden. Weiterhin gilt es, Zeitrahmen, Budgets und weitere Rahmenbedingungen mit den Interessenten zu klären und im CRM so zu dokumentieren, dass alle Beteiligten damit weiterarbeiten können, wobei oft auch unterschiedliche Unternehmensbereiche von Novatec beteiligt sind. Das Ergebnis: Dynamics 365 bildet bei Novatec heute den gesamten Lead-Prozess von der ersten Anfrage bis zum Abschluss transparent ab. Der Vertrieb wird damit in die Lage versetzt, Leads sukzessive zu qualifizieren und somit die

Vertriebspipeline auf Basis belastbarer Informationen zu bewerten. Das Management sieht auf einen Blick, ob etwa verstärkte Vertriebsaktivitäten oder Marketingkampagnen erforderlich sind, um den Vertriebstrichter optimal zu befüllen. Neben der funktionalen Umsetzung von Lead-Management und Vertriebssteuerung war die Benutzerfreundlichkeit ein wichtiger Faktor: „Die CRM-Lösung sollte nicht nur einfach zu bedienen sein, sondern auch Spaß machen. Dieses Ziel haben wir gemeinsam mit KUMAVISION eindrucksvoll erreicht“, kommentiert Volz.



„KUMAVISION hat uns mit einem lösungsorientierten Vorgehen und viel Erfahrung im CRM-Umfeld zuverlässig und kompetent begleitet.“

Jannik Volz, Senior Marketing Manager bei Novatec.

AUTOMATISIERTES MARKETING

Von Onlinekampagnen und Newslettern über Events und Webinare bis zu Content-Marketing: Im Marketing deckt Novatec mit Ausnahme von Social Media alle Aktivitäten mit Dynamics 365 Marketing ab. Wie bereits bei den Vertriebsprozessen stellte KUMAVISION diesen Teilbereich der CRM-Suite bereit, installierte Templates mit einer sinnvollen Systemkonfiguration und schulte die Mitarbeitenden von Novatec. „Die SmartStart-Einführungsmethodik von KUMAVISION hat uns in die Lage versetzt, schnell produktiv mit der neuen CRM-Lösung zu arbeiten. Wir konnten so in der täglichen Arbeit sehen, dass der Standard unsere Anforderungen im Marketing voll abdeckt und keine größeren Anpassungen erforderlich sind“, so Volz. Neben der Möglichkeit, im CRM Workflows zu hinterlegen, die wiederkehrende Aufgaben systemgestützt steuern und verfolgen, schätzt Volz besonders den hohen Grad an Automatisierung von Dynamics CRM. Dieser zeigt sich beispielsweise im Bereich Content-Marketing: Über ein Formular auf der Website fordern Interessenten ein White Paper an. Im CRM wird ein Kontakt angelegt und das White Paper per E-Mail verschickt. In festgelegten Abständen folgen weitere E-Mails mit nützlichen Inhalten für die Interessenten. „Ob 10 oder 500 Anfragen – für die Marketingautomation macht das keinen Unterschied. Dadurch spart sie uns nicht nur Zeit, sondern bietet uns auch wertvolle Einblicke in das Verhalten der Interessenten, sodass wir unsere Angebote kontinuierlich optimieren können.“

ZIELE ERREICHT

Die neue CRM-Lösung hat sich bei Novatec mehr als bewährt. Dem zentralen Team für Vertrieb und Marketing steht eine Lösung zur Verfügung, die den gewünschten 360-Grad-Blick auf Kunden und Interessenten bietet. Von der ersten Anfrage bis zum Abschluss werden alle Leads in einer Lösung bearbeitet. Moderne Marketingformen wie Content-Marketing oder Webinare lassen sich komfortabel und zeitsparend umsetzen. „Wir haben Vertrieb und Marketing mit Dynamics 365 auf ein neues Level gestellt – sowohl hinsichtlich der verbesserten Transparenz als auch bei der Zusammenführung und Automatisierung zahlreicher Prozesse.

Gleichzeitig haben wir die Prozesssicherheit erhöht. Ansichten und Reports können wir selbst erstellen und mit den Mitarbeitenden teilen“, fasst Volz die Ergebnisse zusammen. Zudem sieht sich Novatec mit der Microsoft-Technologieplattform zukunftssicher aufgestellt.

Optionen wie die ERP-Integration oder Business Intelligence mit Power BI sind bereits in der Diskussion. Auch die Zusammenarbeit mit dem Partner KUMAVISION bewertet Volz ausgesprochen positiv: „KUMAVISION hat uns mit einem lösungsorientierten Vorgehen und viel Erfahrung im CRM-Umfeld zuverlässig und kompetent begleitet.“ ■



EINGESETZTE LÖSUNG

Microsoft Dynamics 365 CRM Sales und Marketing

HERAUSFORDERUNG

Abbildung eines mehrstufigen Lead-Prozesses

BESONDERE EFFIZIENZ

360-Grad-Blick auf Kunden und Interessenten,
Zeitersparnis durch automatisierte Prozesse

