

## **Individuell und persönlich: Rajapack optimiert Kundenbeziehungsmanagement**

Die Rajapack GmbH, Tochterunternehmen der Raja Group als Europa's führender Anbieter von Verpackungsmaterialien, wird in Zeiten der immer bedeutender werdenden Customer Experience ihre Kunden künftig noch individueller betreuen. Deshalb optimiert das Unternehmen mit Hilfe der 1A Relations GmbH seine Prozesse und führt eine Lösung für Customer Relationship Management (CRM) ein.

Derzeit hält Rajapack über 100.000 Kunden und Interessenten in seiner Enterprise-Resource-Planning-Software vor. Bisher hat das Unternehmen diese mit Hilfe von ABC-Analysen nach Wichtigkeit klassifiziert. Lediglich die umsatzstärksten Kunden wurden persönlich durch ihnen zugeordnete Innen- und Außendienst-Mitarbeiter betreut, die anderen Kunden erhielten standardisierte Informationsschreiben oder Angebote.

„Damit wir neben unseren großen Kunden auch unsere mittleren und kleineren Kunden individueller betreuen können, haben wir uns dazu entschieden, eine CRM-Lösung einzuführen“, sagt Harald Schönfeld, Generaldirektor der Rajapack GmbH. „Mit dieser wollen wir unseren Kundenbestand schneller auf naheliegende und versteckte Potenziale analysieren und für entsprechende Vertriebsmaßnahmen selektieren.“

Hierzu hat sich Rajapack entschlossen, einen Experten mit dem Projekt zu beauftragen. Bei der darauf folgenden Marktrecherche ist das Team auf die 1A Relations GmbH gestoßen. Das Unternehmen berät Kunden herstellerneutral bei Strategieentwicklung, Kundengewinnung und Kundenbindung, CRM-Software-Auswahl, Social Media, Prozesseffizienz und Kundenmanagement-Organisation. Geschäftsführer ist Georg Blum, der seit 2003 Vorstandsmitglied im Deutschen Dialogmarketing Verband e.V. ist.

Als federführender Projektleiter setzte er als erstes einen Prozess zur Auswahl der geeigneten Software auf. Dazu hat er zunächst die Ist-Situation analysiert und gemeinsam mit den Mitarbeitern von Rajapack Wünsche und Ziele, die mit einer CRM-Lösung erreicht werden sollen, erarbeitet. „Anfänglich hatten wir gedacht, dass wir weitere Abteilungen, wie beispielsweise das Marketing gleich mit einbeziehen, stellten dann aber fest, dass das Projekt im ersten Schritt zu umfassend gewesen wäre“, so Schönfeld. „Daraufhin haben wir das Ganze verschlankt und uns darauf konzentriert, welche Funktionen die Software haben muss, um unseren Vertrieb zu unterstützen.“ Dazu gehörten sowohl Eigenschaften, mit denen die Vertriebsmitarbeiter im Großkundengeschäft zusätzlich unterstützt werden als auch Funktionen für das Massen- bzw. Kleinkundengeschäft. „1A Relations hat uns eine Return-on-Investment (ROI)-Kalkulation für die nächsten fünf Jahre an die Hand gegeben, mit der wir vergleichen konnten, was unsere jeweiligen Wünsche kosten. Das erleichterte uns natürlich die Entscheidung“, sagt der Generaldirektor.

Auf Basis dieses geschärften Anforderungsprofils erfolgte dann die Recherche nach in Frage kommenden Produkten. Mit Vorschlägen aus den eigenen Reihen und der Expertise von Georg Blum kamen dann zunächst neun Produkte in die engere Auswahl. Nach einem detaillierten Leistungsvergleich und einer ersten Angebotseinholung trafen sich die Anbieter Sepix mit ihrer eigens für die Verpackungsbranche entwickelten Lösung sowie Adito mit ihrem Produkt adito4 im Finale. Beide Unternehmen haben anschließend ihre Produkte dem Steering Committee (Lenkungsausschuss) präsentiert. Aufgrund ihres flexiblen, erweiterbaren Funktionsumfangs sowie der Produkt- und Herstellerstabilität fiel die Entscheidung schließlich auf Adito.

Im Rahmen von Workshops gemeinsam mit dem Anbieter und unter Moderation von Georg Blum wurden die Herangehensweise zur Einführung sowie die zunächst wichtigen Funktionen und die notwendigen Schnittstellen zur ERP-Software definiert. Ein umfassendes, präzise formuliertes Pflichtenheft wurde erstellt und von den Anwendern freigegeben. In den kommenden Wochen stehen die Programmierung, die Softwareeinführung sowie Anwenderschulungen und Inbetriebnahme an. Bis zum Go-Live wird Georg Blum Mitglied des Steering Committees bleiben. Die Frage, wie sich die Zusammenarbeit mit ihm gestaltet, beantwortet Harald Schönfeld mit „direkt, unkompliziert und offen“.