



„Dank dieser Tools sprechen wir nun überall auf der Welt dieselbe Sprache“



CFO Markus Schälch

„Vollständiger Überblick über die Auftragslage“

Die JENSEN-GROUP entwickelt und produziert kundenspezifische Großvolumen-Wäscherei-Lösungen, von einzelnen Maschinen bis hin zu ganzen Produktlinien und Komplettlösungen. Das ursprünglich dänische Unternehmen mit Hauptsitz und Börsennotierung in Belgien erzielte im Jahr 2016 einen Umsatz von 318 Millionen Euro.

Dadurch, dass die über die ganze Welt verteilten Verkaufsstellen der JENSEN-GROUP ihre Aktivitäten selbstständig in Excel-Dateien verwalteten, gab es am Hauptsitz und auf dezentraler Ebene kaum Einblick in die Verkaufszahlen, bis vor vier Jahren bei der Jensen Group die Verkaufsmanagementlösungen von Sofon implementiert wurden. Seither ist der Verkaufsprozess transparent. „Dank dieser Tools sprechen wir nun überall auf der Welt dieselbe Sprache“, sagt CFO Markus Schälch.

FEHLENDE TRANSPARENZ

Bis vor vier Jahren verfügte JENSEN über eine stark dezentralisierte Verkaufsorganisation, die aus selbstständig agierenden Verkaufsstellen in 16 Ländern bestand. „Jede Niederlassung hatte ihre eigenen Excel-Dateien mit zahlreichen Variablen“, so Markus Schälch. Darin hatte jede auf ihre eigene Weise und manchmal in ihrer eigenen Sprache beispielsweise erfasst, welcher Kunde welche Maschinen, Systeme und Optionen mit welchen Lieferzeiten und zu welchen Preisen und Kosten bestellt hat. Natürlich war es nicht einfach, dafür zu sorgen, dass Optionen und Beträge auf dem neuesten Stand waren. Außerdem entstanden

dadurch verschiedene Versionen derselben Excel-Dateien, was zu Missverständnissen zwischen Management, Verkaufsabteilung und Produktionsstätten führte. Gleichzeitig hatten wir als JENSEN-Management einen nur sehr begrenzten Einblick in den aktuellen Verkaufsprozess. Welche Niederlassung wie viele Maschinen von welchem Typ mit welchen Optionen zu welchem Preis anbot, welche Angebote angenommen wurden und in Produktion gehen konnten. Diese Informationen waren allesamt weder verfügbar noch transparent.“

EINBINDUNG DER WICHTIGSTEN MITARBEITER

Um sich einen besseren Überblick verschaffen zu können, begab sich JENSEN auf die Suche nach einem Verkaufsmanagementsystem und landete schließlich bei Sofon in Eindhoven. „Zusammen mit Sofon besuchten wir einen Kunden in Belgien, der genau wie wir Maschinen herstellt, mehr oder weniger mit den gleichen Nachteilen einer stark dezentralisierten Verkaufsorganisation konfrontiert war und sich deshalb für die Anschaffung der Sofon-Tools ausgesprochen hatte.“



„Sobald wir uns ein vollständiges Bild von den Funktionalitäten und der Flexibilität der Tools gemacht hatten, fiel uns die Entscheidung für Sofon leicht“

Dieser Besuch überzeugte uns in jeder Hinsicht. Sobald wir uns ein vollständiges Bild von den Funktionalitäten und der Flexibilität der Tools gemacht hatten, fiel uns die Entscheidung für Sofon leicht“, berichtet Herr Schalch.

Innerhalb eines Jahres wurden die Tools ganz und gar an den Verkaufsprozess von JENSEN angepasst und weltweit eingeführt: „Besonders hilfreich war dabei die enge Einbindung der wichtigsten Mitarbeiter aus Verkauf und Backoffice. Sie alle hatten Gelegenheit, ihre Meinung zum Einrichten der Tools zu äußern und kundzutun, wie diese Tools sie am besten unterstützen könnten. So entstand eine Software-Lösung, die nahtlos an die geforderte Arbeitsweise unserer Mitarbeiter aus Verkauf und Backoffice anknüpft. Sämtliche Veränderungen hatten die volle Unterstützung des Managements.“

In nur sechs Monaten haben wir die Tools entworfen und sehr gründlich mit diversen Angebotsdaten aus der weltweiten Praxis getestet. Anschließend wurden sie in sechs Monaten weltweit eingeführt; die Einführung umfasste dabei auch eine Schulung für alle Mitarbeiter, die damit arbeiten sollten.

KEINE DISKUSSIONEN MEHR

Gegenwärtig werden die Angebote von JENSEN weltweit auf identische Weise unter Verwendung identischer online verfügbarer Daten erstellt. „Wenn der Kunde um einen Zusatzrabatt bittet, wenn er Wünsche hat, die bestimmte Techniken erfordern, oder wenn er sich für eine Kombination von Optionen entscheidet, die mit einer gewissen Komplexität einhergeht, dann muss das Management kontaktiert werden. Wenn man in einem solchen Fall keine approval hat, kommt man im Angebotsprozess schlicht und ergreifend nicht weiter. Auf diese Weise verhindern wir, dass Specials entwickelt werden, obwohl es bereits Standardlösungen gibt, oder dass unnötigerweise Rabatte eingeräumt werden. Dank dieser Tools sprechen wir nun überall auf der Welt dieselbe Sprache.“ Und das im wahrsten Sinne des Wortes, so Markus Schalch: „Wenn ein Kunde beispielsweise auf Schwedisch nach einer bestimmten Spezifikation fragt, können wir diese Anfrage nun mit einem Mausklick in die englische Sprache übersetzen. Auch das vermeidet Missverständnisse.“

MEHR EINBLICK ALS ZUNÄCHST ERWARTET

Das Management hat nun die Transparenz, die notwendig war, um das multinationale Unternehmen effektiv führen zu können: „Wir haben nun einen vollständigen und aktuellen Überblick über die Auftragslage, aufgeschlüsselt nach Art der Maschinen, Systeme und Optionen. Und wir haben Einblick in die Kosten, die wir dafür aufwenden müssen, und die Marge, die wir erzielen. Darüber hinaus können wir sehen, welche Niederlassung und welche individuellen Verkäufer im vergangenen Zeitraum welche Aufträge generieren konnten. All diese Informationen helfen uns dabei, die Produktionskapazität präzise im Voraus zu planen. Außerdem stellen sie ein wertvolles Feedback für die Entwickler dar, da sie deutlich machen, welche neu entwickelten Optionen sich auszahlen und welche nicht. Alles in allem liefern uns die Sofon-Tools viel mehr relevante Managementinformationen, als wir vorher erwartet hatten.“





„Es ist kein Zufall, dass unser Umsatz in den letzten drei Jahren, seit wir uneingeschränkt mit den Tools arbeiten, um rund hundert Millionen Euro gestiegen ist.“

GROSSE BEGEISTERUNG

CFO Markus Schalch ist davon überzeugt, dass die Implementierung des Sofon-Tools signifikant zur Umsatz- und Gewinnsteigerung in den letzten Jahren beigetragen hat. „Denn wir konnten mit derselben Mitarbeiterzahl sehr viel mehr Angebote unterbreiten. Es ist kein Zufall, dass unser Umsatz in den letzten drei Jahren, seit wir uneingeschränkt mit den Tools arbeiten, um rund hundert Millionen Euro gestiegen ist.“ Doch auch vom Implementierungsprozess ist er sehr begeistert: „Ich bin hier nun schon seit zehn Jahren CFO, und in dieser Zeit wurden nur wenige ICT-Projekte ohne Rückschläge und Verzögerungen durchgeführt. Zu diesen gehört Sofon.“

EMPFEHLUNGEN GEGENÜBER KOLLEGEN

Auf die Frage, ob er die Tools seinen CFO-Kollegen empfehlen würde, verweist Schalch auf die frühe und enge Einbindung der „wichtigsten Mitarbeiter aus Backoffice und Verkauf“ und auf die Einsetzung und unmittelbare Einbeziehung eines Anwendungsmanagers, der uneingeschränkt dafür verantwortlich ist, dass die Implementierung die richtigen Ergebnisse liefert. „Außerdem ist es unerlässlich, dass man als Management präzise festlegt, welche Managementinformationen man wünscht und wie man diese einsetzen möchte, um Prozesse und Beschlussfassung zu vereinheitlichen.“

