



Erfolgsgeschichte

BUSINESS TRANSFORMATION BEI DER
COCA-COLA
EUROPEAN PARTNERS
DEUTSCHLAND GMBH



EINLEITUNG

SAP ALS STABILES BACKEND UND SALESFORCE ALS AGILES FRONTEND

SALESFORCE ALS PLATTFORM

APPS ALS MÖGLICHKEITEN

SAP als stabiles Backend, Salesforce als agiles Frontend.

Täglich werden in Deutschland in mehreren hunderttausend Verkaufsstellen Getränke der Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH verkauft. Rund 10 Millionen Liter sind es jeden Tag. Dahinter steckt ein ausgeklügeltes Zusammenspiel aus Produktion und Logistik, Verkauf und Marketing und einem sehr guten Kundenservice. Gleichzeitig hat das Unternehmen den Anspruch, jeden seiner 400.000 Kunden exzellent zu betreuen.

Seit Jahren ist Coca-Cola so das größte Getränkeunternehmen am Markt – und das, obwohl der Getränkemarkt in den vergangenen Jahren immer wettbewerbsintensiver wird. Neue Anbieter, Eigenmarken der Discounter, Preisdruck, die Konsolidierung im Handel und zunehmend auch das Onlinegeschäft: Dies alles führt dazu, dass die Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH ihre Prozesse kontinuierlich auf den Prüfstand stellt. Regelmäßig prüft das Management, ob das Unternehmen seinen B2B-Kunden das bestmögliche Kundenerlebnis bietet.

„Wir haben klar den Anspruch, unsere bestehenden Kunden besser zu betreuen als unsere Mitbewerber. Das ist einer der Schlüssel zu unserem Erfolg. Deshalb schauen wir kontinuierlich, wie wir noch besser werden können: Sind wir agil genug, innovativ, machen wir den Extraschritt?“

Unsere IT spielt dabei eine zentrale Rolle“, sagt Marcus Franke, CIO der Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH. Aber IT-Landschaften sind manchmal ein bisschen wie eine Mischung aus Gelsenkirchener Barock und Silos. Sie werden hier ergänzt, dort gestückelt und immer wieder aktualisiert. Und am Schluss entsprechen sie weder den Anforderungen des Unternehmens noch denen der IT selbst.

„Genauso so eine IT-Landschaft wollten wir nicht haben“, erklärt Marcus Franke. „Uns war klar, dass das den Anforderungen des Business nicht Genüge tun würde.“



Salesforce-Produkte:

- Salesforce Platform
- Sales Cloud
- Service Cloud
- Chatter



EINLEITUNG

SAP ALS STABILES BACKEND UND SALESFORCE ALS AGILES FRONTEND

SALESFORCE ALS PLATTFORM

APPS ALS MÖGLICHKEITEN

SAP als stabiles Backend und Salesforce als agiles Frontend

Coca-Cola traf deshalb zwei strategische Grundsatzentscheidungen für seine IT: Weltweit rollte das Unternehmen 2012 ein globales SAP-Template aus. Der ursprüngliche Plan war, SAP sowohl im Back- als auch im Frontend zu nutzen. Allerdings stellte sich schnell heraus, dass die Stärken von SAP ganz klar im Backend und in seiner Stabilität liegen und weniger darin, flexibel an sich wandelnde Bedürfnisse angepasst zu werden. Aus diesem Grund traf das Unternehmen 2013 die Entscheidung, Salesforce als Frontend einzuführen.

„Wir haben einen Schnitt gemacht, Komplexität reduziert und eine einfache, klare Struktur geschaffen: SAP ist unser stabiles Backend. Aber die Anforderungen, die wir in Bezug auf Agilität haben, um das Business weiterzuentwickeln, setzen wir mit Salesforce als unserem agilen und benutzerfreundlichen Frontend ein. Unser Ziel ist es deshalb, alles, was Customer-Facing und mobil ist, auf Salesforce abzubilden.“

SAP-Daten werden in dieser neuen Zwei-Plattform-Architektur direkt in Salesforce übernommen und von dort wieder zurückgespielt.



„Durch die Schnittstellen sind der bilaterale Datenaustausch und das Zusammenspiel zwischen SAP und Salesforce ein einfacher und gradliniger Prozess.“

– Marcus Franke, CIO, CCEP GmbH

EINLEITUNG

SAP ALS STABILES BACKEND UND SALESFORCE ALS AGILES FRONTEND

SALESFORCE ALS PLATTFORM

APPS ALS MÖGLICHKEITEN

Salesforce als Plattform

Was sich zunächst wie eine IT-Entscheidung anhört, ermöglicht der CCEP Deutschland GmbH eine weitreichende und zukunftsweisende Business Transformation des Unternehmens. Im Mittelpunkt stehen dabei die rund 400.000 Kunden. Die Veränderungen betreffen vor allem den Verkauf, den Customer Service und den Field Service sowie die Zusammenarbeit der Beschäftigten unternehmensweit.

„Wir wollen technologisch fortschrittlicher sein als unsere Wettbewerber und bei unseren Kunden eine Führungsposition einnehmen, von der wir und unsere Kunden profitieren“, erläutert Marcus Franke.

Salesforce ist die zentrale Plattform, von der aus Verkauf und Service die Kunden betreuen. Die entsprechenden Kundendaten und Prozesse werden im System samt Historie vorgehalten. Sie stehen den circa 1.200 Verkaufsmitarbeitern sowie den Key Accounts in der Cloud zur Verfügung. Das Ganze funktioniert regelbasiert, da der lokale Verkauf in sieben Verkaufsgebiete unterteilt ist. Auf die Kundendaten können dann außerdem die etwa 400 Kundenservicemitarbeiter zugreifen, bei denen Bestellungen, aber auch Beschwerden eingehen. Und auch die rund 400 Servicetechniker und Werkstattmitarbeiter, die Kühler und Zapfanlagen warten, haben Zugriff auf für sie relevante Kundeninformationen.

Intern hat Salesforce indes die Kommunikation revolutioniert: Bereichsübergreifend arbeiten und kommunizieren alle Beschäftigten seit



„Das ist eine große Herausforderung für das ganze Unternehmen, die wir mit Salesforce erfolgreich angehen.“

– Marcus Franke, CIO, CCEP GmbH

November 2013 mit Chatter, um besser zusammenzuarbeiten, bereichsübergreifende Zusammenarbeit zu fördern und interne E-Mails zu reduzieren. Zudem soll das Intranet als soziales und mobiles Intranet auf Salesforce komplett neu gestartet werden.

EINLEITUNG

SAP ALS STABILES BACKEND UND SALESFORCE ALS AGILES FRONTEND

SALESFORCE ALS PLATTFORM

APPS ALS MÖGLICHKEITEN

Apps als Möglichkeiten

„Seine ganze Stärke entfaltet Salesforce für uns durch Apps, die mobilen Anwendungen, die wir einfach und unkompliziert für die unterschiedlichen Bereiche und Devices entwickeln und implementieren“, sagt Marcus Franke.

„Unsere Strategie ist es nicht, alle Informationen eins zu eins abzubilden, die Salesforce beinhaltet. Vielmehr wollen wir den Mitarbeitern genau die Informationen bieten, die sie benötigen, oder sie so darstellen, dass sie den Beschäftigten neue Möglichkeiten aufzeigen. Unsere Vision ist, dass relevante Informationen die richtigen Mitarbeiter finden und nicht Mitarbeiter aufwendig nach Informationen suchen müssen.“

Von diesem Ansatz profitierte zunächst einmal der Cold Drink Service. Mit Service1, der Field Service Lösung, die vom CCEP Partner GMS Development auf der Plattform von Salesforce bereitgestellt wird, können die 228 Innendienstmitarbeiter und 560 Servicetechniker die über 250.000 Kühler und Zapfanlagen sehr viel effektiver betreuen.

Der hohe Integrationsgrad in das SAP Backend und eine umfassende Unterstützung aller Service Prozesse, angefangen von der Geräteaufstellung und Inbetriebnahme über die Wartung und Reparatur bis zum Geräte austausch und die Wiederaufbereitung in den eigenen Werkstätten, zeigte schnell die erhoffte Wirkung. So lassen sich Technikerqualifikation, Aufträge und Ersatzteilbedarf in Sekundenbruchteilen automatisch aufeinander abstimmen und Infos zu durchgeführten Arbeiten oder Folgeaktivitäten direkt in die Mobile Service App auf einem Android Device eingeben. Damit reduziert sich der administrative Aufwand der Techniker um rund 50 Prozent – eine deutliche Zeitersparnis und eine strategisch entscheidende Veränderung für das Unternehmen. Schließlich strebt die CCEP GmbH an, mehr eigene Kühler in den Markt zu bringen.



Damit reduziert sich der administrative Aufwand der Techniker um rund **50 Prozent** – eine deutliche Zeitersparnis und eine strategisch entscheidende Veränderung für das Unternehmen.

Von dem eigenen Erfolg motiviert, plant die CCE AG, weitere Apps auf der Salesforce Plattform zu entwickeln. Dazu zählen beispielsweise eine neue Complaint-Management-Lösung für das Kundenservicecenter, eine neue Verkaufs-App, Applikationen für das Management, Salesforce-Apps für die Produktion sowie ein neues Kundenportal, in dem Bestellungen und Services online abgewickelt werden können. All das soll in den kommenden zwölf Monaten umgesetzt werden.

„Entscheidend ist bei den Apps, die wir mit Salesforce entwickeln, dass sie intuitiv sind, von den Mitarbeitern schnell genutzt werden können und dass wir immer wieder neue Möglichkeiten für Mitarbeiter und Business Units schaffen“, sagt Marcus Franke.

„Wir entwickeln auf der Salesforce Plattform Apps in weniger als vier oder fünf Monaten und können sie in einem Jahr im Unternehmen ausrollen.“

EINLEITUNG

SAP ALS STABILES BACKEND UND SALESFORCE ALS AGILES FRONTEND

SALESFORCE ALS PLATTFORM

APPS ALS MÖGLICHKEITEN

Mit der Verkaufs-App erhalten die 1.200 Verkaufsmitarbeiter beispielsweise künftig über das iPad Routenvorschläge, sehen in einem Cockpit die relevanten Kundeninformationen auf einen Blick und können in Echtzeit den sogenannten RED Score ermitteln. Dieser umfasst bestimmte Aspekte wie die Umsetzung des Sortiments oder den Einsatz von beispielsweise Thekenaufstellern oder ungekühlten Zweitplatzierungen. Das Ergebnis wird direkt vor Ort ermittelt, so dass der Verkaufsmitarbeiter in der Lage ist, seinem Kunden unmittelbar neue Vorschläge zu unterbreiten, wie dieser das Sortiment adaptieren kann oder was er verbessern sollte, um seinen Umsatz zu steigern.

Ebenso einfach ist es, neue Kunden mit neuem Equipment anzulegen. Nahezu in Echtzeit legen Mitarbeiter diese Daten an und der Verkaufsberater nimmt direkt die neue Bestellung auf.

„Unsere Verkaufsberater können mit der App alles Wichtige direkt klären und müssen kein zweites Mal zum Kunden fahren. Sie brauchen abends den PC nicht mehr hochfahren, sondern geben alle Information vor Ort auf ihrem mobilen Device ein. So werden sie deutlich agiler, flexibler und effizienter und verbessern den Service für unsere Kunden.“

– Marcus Franke, CIO, CCEP GmbH



EINLEITUNG

SAP ALS STABILES BACKEND UND SALESFORCE ALS AGILES FRONTEND

SALESFORCE ALS PLATTFORM

APPS ALS MÖGLICHKEITEN

In alle Apps ist Chatter integriert. Führt das Topmanagement mit einer speziell für sie entwickelten App einen Store Check durch, erhält das gesamte Team dazu via Chatter ein Update und das Management Feedback ebenso wie Verbesserungsvorschläge.

„Mit der Salesforce Plattform haben sich für uns ganz neue Möglichkeiten ergeben. Wir können ganz neue Ansätze umsetzen. Als IT-Abteilung kommen wir so immer stärker in einen gestalterischen Prozess, in dem wir Geschäftsprozesse aktiv optimieren oder – gemeinsam mit den Abteilungen – neue Prozesse entwickeln. Das ist es, was wir und unsere IT als Enabler für eine Business Transformationen verstehen“, schließt Marcus Franke.

„Der Markt wird sich weiter verändern, aber mit Salesforce werden wir auch weiterhin schnell und einfach neue Wege gehen können, um diese neuen Anforderungen erfolgreich zu bewältigen. Wir können kreativ und ‚out of the box‘ denken und diese Ideen direkt mit Salesforce umsetzen.“



Das Projekt auf einen Blick:

- Salesforce wird als Frontend verwendet, reduziert Komplexität und schafft eine einfache, klare Struktur sowie bessere Usability und Mobility.
- Salesforce ist die zentrale Plattform, von der aus Verkauf und Service die Kunden betreuen.
- CCEP entwickelt auf der Salesforce Plattform weitere Apps.
- Bereichsübergreifend kommunizieren Mitarbeiter über Chatter.
- Ziel ist es, das Intranet vollständig sozial und mobil zu machen.

ÜBER SALESFORCE

Salesforce, die Customer Success Plattform und der weltweit führende Anbieter von Customer Relationship Management (CRM)-Software, ermöglicht Unternehmen, sich in einer komplett neuen Art und Weise mit ihren Kunden zu vernetzen. Weitere Informationen zu salesforce.com (NYSE: CRM) zu finden unter www.salesforce.com/de.

ÜBER COCA-COLA

Die Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH (CCEP DE) ist mit einem Absatzvolumen von knapp 3,9 Milliarden Litern (2015) das größte deutsche Getränkeunternehmen. Sie ist für die Abfüllung sowie den Verkauf und Vertrieb von Coca-Cola Markenprodukten in Deutschland verantwortlich. Die CCEP DE betreut ca. 370.000 Handels- und Gastronomiekunden und beschäftigt rund 9.000 Mitarbeiter. Die CCEP DE ist Teil von Coca-Cola European Partners (CCEP), einem der führenden Konsumgüterhersteller in Europa. CCEP bedient über 300 Millionen Konsumenten in zwölf Ländern mit einer breiten Auswahl von alkoholfreien Getränken.

Salesforce.com Germany GmbH
Erika-Mann-Str. 31
80636 München,
Deutschland

BEREIT FÜR MEHR KUNDENNÄHE?

Rufen Sie uns kostenfrei an!
0800 1822338
oder besuchen Sie uns auf
www.salesforce.com/de

