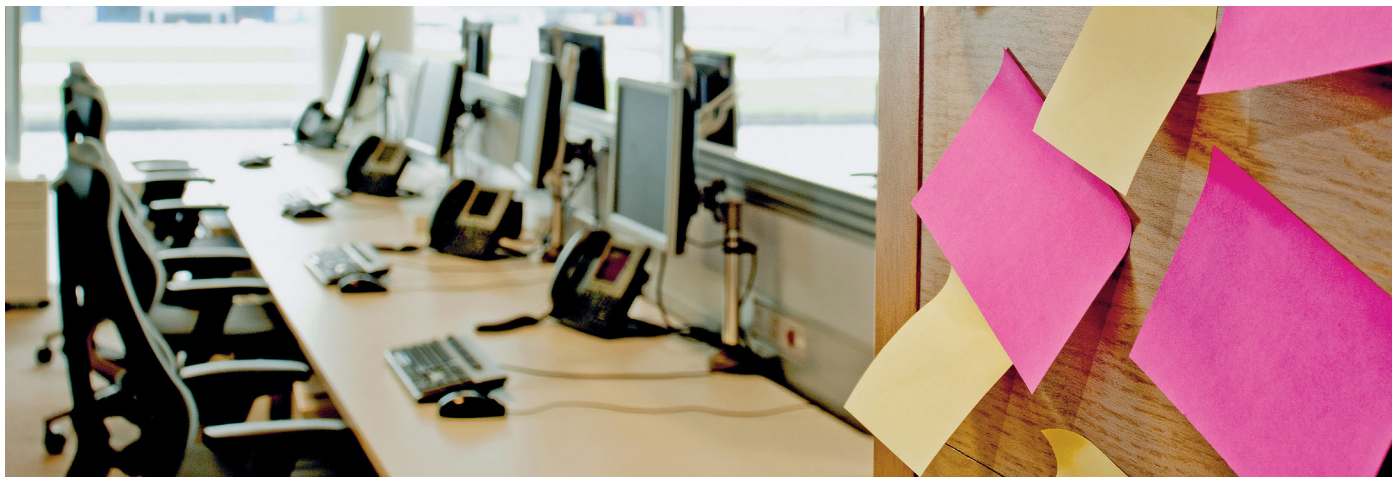




In vielen Logistikunternehmen gibt es immer noch zahlreiche Medienbrüche. Inzwischen ist aber technisch eine deutlich stärkere Integration möglich und angeraten.

Hereinspaziert ins CRM-Portal

So können Logistikunternehmen ihre gewachsenen IT-Strukturen elegant an geänderte Bedürfnisse anpassen

Von Dorothee Gabor und Jörg Veit

In fast allen Geschäftsprozessen stehen Adressen im Mittelpunkt, vor allem die der Kunden. Wichtig sind aber auch Adressen von Agenten, Partnern, Absendern, Empfängern, Frachtführern, Unternehmen. Die Geschäftsprozesse werden in unterschiedlichen Systemen abgewickelt. Sendungen werden im Transport Management System (TMS) erfasst, Rechnungen von der Finanzbuchhaltung erstellt, das Marketing arbeitet mit Excel-Listen, der Kun-

denservice führt ein Beschwerdebuch, das Controlling greift auf ein Business Intelligence Tool (BI) zu, das Enterprise Resource Planning (ERP) steuert die Kapazitäten.

Die Mitarbeiter wechseln ständig zwischen verschiedenen Welten und werden dadurch aufgehalten und behindert. Mit Hilfe eines individuellen Portals können Unternehmen ihre Organisation straffen und optimieren. Die Integration der Komponenten in einer heterogenen IT-Landschaft ist in der Logistik besonders notwendig und wichtig. Auch in vielen Unternehmen im Lo-

gistikumfeld gibt es seit einigen Jahren Intranet-Lösungen, mit denen sich verschiedene Anwendungen öffnen lassen.

Workflow ohne Brüche

Aber noch immer gibt es zahlreiche Medienbrüche - heutzutage ist technisch eine deutlich stärkere Integration möglich. Ein typisches Logistikunternehmen setzt eine Vielzahl verschiedener IT-Systeme ein, viele davon sind älteren Datums. Eine Ablösung kommt aus Gründen der Wirtschaftlichkeit und der internen Prozesse und Kapazitäten nicht infrage. Die tägliche

Arbeit in vielen Abteilungen ist von ständigen Systemwechseln bestimmt. Eine zentrale Datenbank steht oft nicht zur Verfügung, die verschiedenen Programme greifen auf unterschiedliche Daten zu.

Die Lösung besteht in der Einführung eines Customer Relationship Management Portals (CRM). Die Adressdatenbank aller Geschäftskontakte stellt dabei den Kern dar. Alle Prozesse rund um Kunden und Partner, Empfänger und Unternehmer werden hier abgebildet. Aus derselben Benutzeroberfläche rufen die Mitarbeiter nun andere Anwendungen auf. Aus einem Kunden im CRM kann derselbe Kunde im operativen Sys-

tem aufgerufen werden. In der Kundenakte hinterlegt sind Auswertungen und Reports über Sendungsverhalten, Tarife, Offerten sowie Zahlungsverhalten.

In- und externe Prozesse steuern

CRM ist die nächste Stufe der Integration. Damit sind jetzt auch systemübergreifende Workflows möglich. Der Prozess stellt sich folgendermaßen dar: 1. Kunde mit Sendung aus CRM im TMS aufrufen, 2. Reklamation aus Schadensmodul ins CRM bringen, 3. Tagespreis direkt aus Outlook ins CRM senden, 4. Liste der Rechnungen und offenen Posten aus dem CRM direkt in der Buchhaltung aufrufen, 5. Auswertungen über das Zahlungs- und Sendungsverhalten direkt aus der Kundenakte im CRM aufrufen und 6. Anforderungen aus Ausschreibungen automatisiert als Verkaufschance aus Tender-Tool im CRM anlegen.

Interne Prozesse wie Urlaubs- und Raumplanung, Benutzer- und Rechteverwaltung und soziale Diskussionsgruppen haben ihren Platz ebenso im Portal wie eine zentrale Wissensdatenbank für alle Mitarbeiter, zu der jeder beitragen kann. Viele dieser Funktionen können nicht nur am Arbeitsplatz-PC verwendet werden, sondern auch unterwegs auf dem Touchpad oder im Home Office am Laptop.

Das Portal bietet nicht nur einen Mehrwert für die eigenen Mitarbeiter. Mit Hilfe des Portals können rechtegesteuert auch Kunden und Agenten auf für sie bestimmte Informationen zugreifen. Und noch mehr ist möglich: So lassen sich Abfragen zu Newsletter-Abos, Kundenzufriedenheitsumfragen oder Online-Erfassung von Sendungen über das Portal in die Hände der Kunden geben.

Intuitiv zu bedienen

Unternehmen, die ein Portal erschaffen, können den Informationsaustausch zwischen den Anwendern verbessern und erleichtern. Die Geschäftsprozesse lassen sich damit unterstützen und die Prozesse durch einmaliges Anmelden verschlanken. Über das Portal lassen sich verschiedene Systeme aus einer übersichtlichen und intuitiv zu bedienenden Oberfläche aufrufen. Einrichten lässt sich auch ein geschützter Bereich für Mitarbeiter, Kunden oder Lieferanten.

Ein auf Logistikunternehmen spezialisierter Hersteller wird ohne großen Aufwand eine Anbindung der operativen Systeme, von Sendungsverfolgung und weiteren relevanten Tools bewerkstelligen. Profitieren werden Verkauf, Finanzbuchhaltung, Kundenservice, Marketing, Personal und Controlling. Wer plant, die zahlreichen Tools mit Hilfe eines Logistik-CRM-Portals zu integrieren, macht sich auch für die Zukunft fit.

Erfolgsfaktoren für Portale

Das CRM-Portal muss über die richtigen Adapter verfügen:

- zu den TMS
- zur Buchhaltung
- zu Office
- zum E-Mail-System
- zur Schadensbearbeitung
- zum Lagerprogramm
- zum Track and Trace
- zum BI-System
- zur Telefonanlage (CTI)
- zur eigenen Homepage.

Damit gewährleistet ist, dass alle Werkzeuge eingebunden werden können, sollte das Portal herstellerunabhängig sein.



Dorothee Gabor und Jörg Velt Vorstände der Logo GmbH, Starnberg am See

LOGO consult AG

LOGO consult AG ist führender Anbieter von CRM-Software für Transport und Logistik

- **Gründungsjahr:** 1993 in Starnberg bei München
- **Ziel:** Versorgung der Logistikbranche mit einer leistungsfähigen, standardisierten und global einsetzbaren CRM-Lösung
- **History:** Mit fast 20 Jahren Branchenerfahrung ist die LOGO consult AG führender Anbieter von CRM-Software für Transport und Logistik. In über 40 Ländern weltweit arbeiten viele tausend Anwender mit der Branchenlösung LOGO CRM.

Weitere Informationen unter www.logo-consult.com



LOGO consult AG
Software for Logistics

Software for Logistics
Enzianstraße 4a
82319 Starnberg am See
Tel. +49 (0) 700 / 100 55 100
E-Mail: kontakt@logo-consult.com
Web: <http://www.logo-consult.com>