

Neue Potenziale erschließen durch ein systematisiertes Kundenmanagement

CRM-Auswahl für die Firma *LISEGA SE*

Während Kundinnen und Kunden steigende Bedürfnisse im Hinblick auf und Erwartungen an die Kommunikation mit Unternehmen haben, erkennen Unternehmen auch zunehmend selbst die Relevanz einer engen Kundenbeziehung. Dies galt für lange Zeit vor allem im B2C-Umfeld und wurde durch Internetriesen wie Amazon massiv mitgeprägt. Kundinnen und Kunden erwarten kurzfristige Rückmeldungen auf Anfragen und personalisierte Angebote. Mehr und mehr wird dies auch im B2B-Umfeld zum Standard. Die Realität in vielen mittelständischen Betrieben sieht aber oft noch anders aus: Gut ausgebildete Vertriebler:innen sind zwar in der Lage, einen guten Kundenkontakt zu pflegen, aber auch sie können ohne die entsprechenden Prozesse und Tools nur bis zu einem gewissen Punkt den immer wichtiger werdenden individuellen Kundenkontakt sicherstellen. Dies trifft auch auf den Anlagenbauer *LISEGA SE* aus Zeven in Niedersachsen zu. Die richtige CRM(Customer-Relationship-Management)-Software kann hier Abhilfe schaffen. CRM bezeichnet eine Strategie zur systematischen Gestaltung der Beziehungen und Interaktionen einer Organisation mit bestehenden und potenziellen Kunden. Durch das standardisierte 3-Phasen-Konzept bietet das *FIR an der RWTH Aachen* ein strukturiertes Vorgehen bei der Auswahl und Einführung von IT-Systemen, wie z. B. eines CRM-Systems, an. >



Unlocking New Potential Through Systematic Customer Management

CRM Selection for *LISEGA SE*

While customers have increasing needs and expectations about their communication with companies, companies are increasingly aware of the relevance of close customer relationships. For a long time, this was especially true in the B2C environment, and the trend was largely driven by internet giants such as Amazon. Customers expect short-term feedback on inquiries and personalized offers. More and more, this is becoming the standard in the B2B environment as well. However, the reality in many medium-sized companies looks different: Well-trained sales staff may be able to maintain good customer contact, but without appropriate tools and processes in place, even they can ensure increasingly important customer contact up to a certain point only. This also applies to plant manufacturer *LISEGA SE* located in Zeven in Lower Saxony. The right CRM (Customer Relationship Management) software could provide a remedy in this context. CRM refers to a strategy for systematically shaping an organization's relationships and interactions with existing and prospective customers. Through a standardized 3-phase concept, *FIR at RWTH Aachen University* offers a structured process for the selection and introduction of IT systems, including CRM systems. >



Energieinfrastrukturprojekte werden weltweit immer komplexer, da neue Märkte erschlossen werden müssen und mit neuen Partnern zusammengearbeitet werden muss. Als führender Hersteller für industrielle Rohrhalterungssysteme, insbesondere für Kraftwerke, steht damit auch LISEGA SE vor großen Herausforderungen, besonders in Bezug auf die Abbildung der Kundenstruktur. Einerseits müssen Bestandskunden für neue Projekte gewonnen werden, andererseits müssen neue Märkte und Branchen erschlossen werden, um langfristig erfolgreich zu bleiben. Aufgrund dieser Fragestellungen und der komplexen Kundenstruktur im Projektgeschäft, bestehend aus Betreibern, Anlagenbauern und Ingenieurbüros, stellt sich für LISEGA SE die Frage, welcher CRM-Anbieter am besten zu ihren Bedürfnissen passt. Das Feld der Systemanbieter ist groß und eine Systemeinführung ist mit einigen Hürden verbunden. Spätere Unzufriedenheit und sogar das Scheitern von CRM-Projekten stellen keine Seltenheit dar. Daher hat sich LISEGA SE an die Expert:innen der FIR Aachen GmbH gewandt, um mithilfe des 3-Phasen-Konzepts die Auswahl des richtigen Anbieters zu erleichtern.

Dabei werden die Phasen der Analyse, Auswahl und Beschaffung mit jeweils drei Arbeitsblöcken unterschieden. Jedem dieser Arbeitsblöcke sind praxiserprobte und wissenschaftlich fundierte Methoden und Werkzeuge zugeordnet, welche im Rahmen der Anwendung des Konzepts kontinuierlich weiterentwickelt wurden. Bild 1 (Figure 1) zeigt das Vorgehen bei der CRM-Auswahl.

In der ersten Projektphase, der Analysephase, wird der Grundstein für das gesamte Projekt gelegt. Im Rahmen der Projekteinrichtung ist neben einem detaillierten und mit Meilensteinen versehenen Projektplan die richtige Zusammensetzung des Projektteams eine wichtige Aufgabe. Innerhalb

Energy infrastructure projects worldwide are becoming increasingly complex as new markets have to be developed and cooperation with new partners becomes necessary. As a leading manufacturer of industrial pipe support systems, especially for power plants, LISEGA SE is therefore faced with major challenges, particularly in terms of mapping the customer structure. On the one hand, existing customers have to be won for new projects, while on the other hand new markets and industries have to be developed in order to remain successful in the long term. Due to these issues and the complex customer structure in the project business, consisting of operators, plant constructors, and engineering firms, LISEGA SE is faced with the question of which CRM provider best suits its needs. The market of system providers is large, and the introduction of a new system is associated with a number of hurdles. Subsequent dissatisfaction and even failure of CRM projects are not uncommon. For this reason, LISEGA SE has turned to the experts of the FIR Aachen GmbH to assist it in selecting the most suitable provider with the help of the 3-phase concept.

The phases of analysis, selection, and procurement are comprised of three work packages each. Each of these work packages applies scientifically based methods and tools, which have been proven in practice and which were further developed with each application of the concept. Figure 1 shows the CRM selection process.

The first project phase, the analysis phase, lays the foundation for the entire project. When setting up the project, in addition to creating a detailed project plan with milestones, the right composition of the project team is crucial. Representatives from the business units directly affected by the deployment of the CRM system should be involved in the team.



Figure 1: CRM selection process

des Projektteams sollten die Unternehmensbereiche eingebunden werden, die vom Einsatz der gesuchten CRM-Lösung unmittelbar betroffen sind.

An die Analysephase schließen sich die Prozess- und IT-Analyse an. Bei *LISEGA SE* werden dafür die bestehenden Organisationsstrukturen und Prozesse erfasst, Verbesserungspotenziale identifiziert und anschließend als Teil des Prozess- und IT-Konzepts unter Berücksichtigung der Potenziale bzw. weiterer Vorgaben die Definition anzustrebender Sollprozesse vorgenommen. Darüber hinaus wird in sogenannten User-Stories der zukünftige Einsatz des CRM-Systems umrissen. Durch die Erarbeitung derer lassen sich zukünftige Prozesse und Szenarien planen sowie Anforderungen, die das Unternehmen an das System stellt, ableiten.¹

Als nächstes wird innerhalb der Auswahlphase mit dem *IT-Matchmaker*[®] der *Trovarit AG* der Anbietermarkt auf Basis des erstellten Lastenheftes sondiert und es werden hunderte am Markt verfügbare CRM-System-Anbieterkombinationen auf eine zweckmäßige und überschaubare Anzahl reduziert. Dazu werden die Ergebnisse der Analysephase genutzt, sodass unternehmensspezifische Anforderungen, z. B. hinsichtlich des Projektmanagements, Vertretungsregelungen, aber auch IT-Sicherheit formuliert und mit den Leistungsmerkmalen marktgängiger CRM-Lösungen abgeglichen werden können.

Im nächsten Schritt der Ausschreibung wird das anstehende Einführungsprojekt formal ausgeschrieben und die zuvor identifizierten Anbieter werden dediziert kontaktiert, um ihnen die Teilnahme an der Ausschreibung zu ermöglichen. Alle angeschriebenen wie auch weitere CRM-Lösungsanbieter haben dann die Möglichkeit, ihre Angebote einzureichen. Diese werden nach Ende der Ausschreibungsfrist von den Expertinnen und Experten der *FIR Aachen GmbH* ausgewertet und ein Report erstellt, sodass die Projektpartner, die für dieses Projekt benannt wurden, ihre TOP-3-Anbieter auswählen können. Im Rahmen des 3-Phasen-Konzepts verbringen diese drei CRM-Anbieter für den Arbeitsblock der Systempräsentation jeweils einen kompletten Tag beim potenziell zukünftigen Auftraggeber und stellen dort ihre Lösung sowie sich selbst als Team vor.

Dabei wird eine umfangreiche Anforderungsliste mit den Anbietern geteilt, die den Rahmen für den Tag vorgibt und sicherstellt, dass alle wichtigen Funktionen im System vorgestellt werden und die Präsentationen vergleichbar sind. Dadurch wird es für die Unternehmensvertreter und -vertreterinnen deutlich greifbarer, was die einzelnen Anbieter offerieren. Üblicherweise nutzen Anbieter eine Demoversi-

The analysis phase is followed by the process and IT analysis. At *LISEGA SE*, the existing organizational structures and processes are recorded, potential for improvement is identified and then, as part of the process and IT concept, the target processes to be aimed for are defined, taking into account opportunities for further enhancement and additional specifications. In addition, the future use of the CRM system is outlined in so-called user stories. By developing user stories, future processes and scenarios can be planned and company-specific system requirements can be derived. Due to the COVID-19 pandemic and the restrictions in place at the time, this part of the project was carried out remotely, without any reduction in effectiveness.¹

In the next step, the selection phase, *Trovarit AG's IT Matchmaker*[®] is used to sound out the vendor market on the basis of the specifications drawn up. The goal is to reduce the hundreds of CRM system/vendor combinations available on the market to a practical and manageable number. For this purpose, the results of the analysis phase are used, so that company-specific requirements, e. sing. with regard to project management, substitute arrangements, but also IT security, can be identified and compared with the performance features of CRM solutions available on the market.

In the next step of the tendering process, the upcoming implementation project is formally put out to tender and the previously identified providers are contacted to enable them to participate in the tendering process. The contacted – and other – CRM solution providers will then have the opportunity to submit their offers. Experts of the *FIR Aachen GmbH* will evaluate these offers and draw up a report after the end of the tender period, to provide the project partners, which *LISEGA SE* had nominated for this project, with a basis for selecting the TOP 3 providers. As part of the 3-phase concept, the three shortlisted CRM providers each spend a full day at the prospective client's site for the system presentation, presenting their offering and themselves as a team. A comprehensive list of requirements is shared with the provider, representing the agenda of the day and ensuring that all relevant system functions are presented and that the presentations are comparable.

This makes it much more tangible to company representatives – from *LISEGA SE*, for example – what each vendor is offering. Usually vendors present a demo version of the CRM system which they have already adapted to a certain extent to the needs of the company. At *LISEGA SE*,

¹ Dieser Teil des Projekts wurde aufgrund der COVID-Pandemie und herrschender Restriktionen komplett digital durchgeführt, ohne dass es zu Einschränkungen kam.

¹ Due to the COVID-19 pandemic and the restrictions in place at the time, this part of the project was carried out remotely, without any reduction in effectiveness.

on des CRM-Systems, das sie in diesem Fall bereits zu einem gewissen Grad an die Bedürfnisse des Unternehmens angepasst hatten. So konnte beispielsweise bei *LISEGA SE* gezeigt werden, wie das Programm mit den komplexen Kundenstrukturen umgehen kann. Zudem wurde live demonstriert, wie das Einschannen von Visitenkarten mit dem Smartphone abläuft. Während der Präsentationen nutzen die Teilnehmenden einen Bewertungsbogen, um ihre Einschätzungen bezüglich des Systems systematisch festzuhalten. Diese Bögen werden im Anschluss von den Projektmanager:innen des *FIR* ausgewertet und einander gegenübergestellt. Die Basis für den funktionalen Abgleich aus Anforderungen des Unternehmens und Leistungsmerkmalen von CRM-Lösungen stellt der über viele Jahre kontinuierlich weiterentwickelte Merkmalskatalog zur Bewertung von CRM-Systemen dar. Der letzte Arbeitsschritt der Auswahlphase dient schließlich der Erarbeitung einer Entscheidungsvorlage. Dieser Schritt beinhaltet sowohl die Auswertung der Systempräsentationen als auch die Zusammenstellung sämtlicher Parameter zur Auswahlentscheidung. Auf Basis der Entscheidungsvorlage werden dann mindestens zwei Anbieter für die dritte Phase vorgeschlagen.

Im letzten Schritt, der Beschaffungsphase, werden die verbliebenen Anbieter zur Zusendung sämtlicher zum Vertragsabschluss notwendigen Dokumente aufgefordert. Im Fall des Ablaufs bei *LISEGA SE* wurden zwei Anbieter gebeten, nochmals die Kosten- und Projektstruktur aufbereitet zur Verfügung zu stellen, woraufhin diese erneut detailliert besprochen wurden. Schlussendlich wurde sich für einen Anbieter entschieden, der alle benötigten Unterlagen zur inhaltlichen sowie juristischen Prüfung geschickt hatte. Neben dem Nutzen von Pflichtenheften gehen Anbieter auch zunehmend dazu über, sogenannte Scoping-Workshops mit ihren Kun-

for example, the vendors showed how the program is capable of handling complex customer structures and demonstrated how the scanning of business cards with a smartphone works. During the presentations, the participants use an evaluation sheet to systematically record their assessments of the system. These sheets are subsequently evaluated and compared by *FIR*'s project managers. A catalog of characteristics for evaluating CRM systems, continuously developed over many years, serves as a basis for the functional comparison of the company's requirements and the performance characteristics of the CRM solutions. The final step in the selection phase is the preparation of a decision template. This step includes both the evaluation of the system presentations and a compilation of all relevant parameters for the selection decision. Based on the decision template, at least two providers are then proposed for the third phase.

In the final step, the procurement phase, the remaining providers are requested to provide all documents required for the conclusion of the contract. In the selection process for *LISEGA SE*, two suppliers were asked again to outline the cost and project structure, which were subsequently discussed in more detail. Finally, a decision was made in favor of a supplier who had sent all the required documents for a substantive and a legal review. In addition to providing requirements specifications, providers are also increasingly hosting so-called scoping workshops with their customers in order even better to understand their requirements and priorities. The results of these processes and all documents created as part of the 3-phase concept serve as a basis for the further course of the project, the project setup stage, as well as the final contract negotiations.



» [lisega.de](https://www.lisega.de)

ÜBER 50 JAHRE LEISTUNG MIT SYSTEM

Gegründet 1964, ist die *LISEGA Unternehmensgruppe* der weltweit führende Spezialist für industrielle Rohrhalterungssysteme. Mit Hauptsitz in Deutschland, sieben weltweiten Fertigungsstandorten und einem internationalen Vertriebsnetz versteht sich *LISEGA* heute als globales Unternehmen mit deutschen Wurzeln. Das *LISEGA*-Produktprogramm mit mehr als 16 000 standardisierten Artikeln ist weltweit das kompletteste, modular aufgebaute Rohrhalterungsprogramm und bietet technische Lösungen für alle typischen industriellen Anwendungen.

den durchzuführen, um die Anforderungen und Prioritäten noch besser zu verstehen. Diese Ergebnisse und alles, was im Rahmen des 3-Phasen-Konzepts erstellt wurde, dienen als Grundlage für den weiteren Projektlauf, die Projekteinrichtung sowie die abschließende Vertragsverhandlung.

Das 3-Phasen-Konzept zur CRM-Auswahl bei der Firma LISEGA SE hatte klare Ziele: Identifikation von Verbesserungspotenzialen, Auswahl eines passenden CRM-Anbieters und die Verhinderung eines Scheiterns des Projekts. Mit einer strukturierten Vorgehensweise konnten diese Ziele erreicht werden. Das Auswahlprojekt wurde erfolgreich abgeschlossen und bildet die Basis für den zukünftigen Erfolg des Unternehmens.

Die Einführung eines neuen IT-Systems endet aber nicht mit der Unterschrift unter dem Vertrag. Das *Center Integrated Business Applications (CIBA)* unterstützt Unternehmen in der Implementierungs- und Nutzungsphase. Die Expert:innen des CIBA treiben den Auf- und Ausbau vernetzter IT-Systemlandschaften voran, um den Mehrwert produzierender Unternehmen nachhaltig zu steigern. Mit einem starken Netzwerk aus Industrieunternehmen und Business-Software-Anbietern sowie Beratungs- und Weiterbildungsangeboten ist das Center sowohl auf Anbieter- als auch auf Anwenderseite ein verlässlicher Partner bei der Durchführung von und dem Coaching in Auswahl- und Einführungsprojekten. Durch die Lage auf dem *RWTH Aachen Campus* wird die Erprobung neuer Technologien in produktions- und realitätsnahen Demonstrationsfabriken und Innovation-Labs ermöglicht.

Möchten Sie mehr über CRM-Auswahl erfahren oder sind selbst auf der Suche nach einem passenden CRM-Tool?

Dann melden Sie sich gerne bei uns!

The 3-phase concept for CRM selection at LISEGA SE had clear objectives: Identification of opportunities for improvement, selection of a suitable CRM provider, and prevention of project failure. These goals were achieved with the help of a structured approach. The selection project was successfully completed and forms the basis for the future success of the company.

The introduction of a new IT system does not end with the signing of the contract, however: this is where the real work begins. That is why the *Center Integrated Business Applications (CIBA)* supports companies in the implementation and utilization phases. CIBA drives the establishment and expansion of networked IT system landscapes in order to sustainably increase the added value of manufacturing companies. With a strong network of industrial companies and business software providers and its consulting and training services, the Center is a reliable partner for both providers and users in the realization of – and coaching in – selection and implementation projects. Located on *RWTH Aachen Campus*, the Center has the opportunity to test new technologies in production- and real-world demonstration factories and innovation labs.

[Would you like to learn more about the CRM selection or are you looking for a suitable CRM tool? Then please feel free to contact us!](#)

sk · so

Contacts

Regina Schrank, M.Litt.

Project Manager

FIR Aachen GmbH

Email: Regina.Schrank@fir-aachen.gmbh

Franziska Sommer, M.Sc.

Project Manager · Department Service Management

FIR e. V. at RWTH Aachen University

Phone: + 49 241 47705-213

Email: Franziska.Sommer@fir.rwth-aachen.de

» fir-aachen.gmbh

