

Projektbericht

Mit Salesforce fit für die Zukunft des Kundenmanagements

Der Megatrend Digitalisierung fordert Unternehmen dazu heraus, ihre Vertriebsprozesse zu optimieren und eine zielgerichtete Customer Journey durch ein innovatives und nachhaltiges CRM-System zu gewährleisten. Vor dieser branchenübergreifenden Aufgabe stehen viele unserer Kunden, so auch ein großer deutscher Premium-Automobilkonzern.

Die Herausforderungen

Die Einführung eines neuen Systems im laufenden Betrieb ist immer herausfordernd! Dennoch ist die Implementierung eines zentralen Steuerungssystems für alle Kundeninteraktionen, mit dem Ziel eine gesamtheitliche 360°-Sicht auf den Kunden zu gewährleisten, ein wichtiger Meilenstein in Richtung digitaler Wandel und zielgerichtete Customer Journey. Zu den Herausforderungen unseres Kunden zählten:

- **Hohe Akzeptanz des Altsystems:** Das Vorgängersystem genoss durch seinen 20-jährigen Einsatz eine hohe Benutzerakzeptanz.
- **Komplexes Change-Management:** Die Treue der Händler zu „ihrem System“ bedingte, dass lokale, auf die Anforderungen der Händler maßgeschneiderte, Anpassungen konzipiert werden mussten.
- **Umgang mit Schnittstellen:** Es existieren zahlreiche Schnittstellen, die nötig waren, um das Vorgängersystem an die heterogenen Systemlandschaften anzubinden.
- **Rechtliche Anforderungen:** Um den Datenschutz zu gewährleisten, mussten die Daten der einzelnen Händler strikt vom Headquarter und anderen Händler getrennt werden. Für genehmigte Ausnahmefälle sollten Zugriffe auf die Daten nur zeitlich beschränkt möglich sein und detailliert protokolliert werden.

Nicht die Anforderungen an Salesforce,
sondern Salesforce an die Anforderungen anpassen.

Projektleiter Kunde

Um diese spezifischen Anforderung zu erfüllen, musste eine Kombination aus der Salesforce-Standardlösung und einer maßgeschneiderten Lösung konzipiert und implementiert werden. Das CRM-System sollte dabei die Anforderungen des Premium-Anbieters erfüllen und einem nachhaltigen, zuverlässigen und zugleich innovativen System entsprechen.

Unsere Lösung

Die Nutzung eines globalen Salesforce-Templates in Kombination mit einem agilen Entwicklungsansatz ermöglicht es, gemeinsam mit unserem Kunden Anforderungen schnell und effizient zu implementieren.

Mit diesem Setup war es möglich:

- kritische Geschäftsanforderungen wie der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) trotz hoher Komplexität auch in kurzer Zeit umzusetzen.
- mit BizDevOps (vom Design über die Entwicklung, Test und Deployment bis zum Support) einen effizienten und schnellen Implementierungszeitraum von zwei Monaten pro Release für eine kontinuierliche optimierte Customer Journey zu gewährleisten und damit auf die Innovationsgeschwindigkeit des Marktes flexibel reagieren zu können
- mit dem Salesforce Connector und dessen diversen Schnittstellen eine reibungslose Integration der heterogenen Systemlandschaften der Händler zu garantieren. Hierbei vereinfachte die zugrundeliegende Micro-Service-Architektur die Adaption bisher unbekannter Schnittstellen.

Ohne den ausgereiften Salesforce Connector hätten wir wesentlich mehr Zeit für die Integration der unterschiedlichen individuellen Peripheriesysteme der Händler benötigt.

Projektleiter Kunde

- durch den Einsatz von individuellen Salesforce-Instanzen für jeden Händler (ca. 1.000 Instanzen in der EU) die Daten gegenüber Dritten perfekt abzusichern und Akzeptanz und Vertrauen zu schaffen.
- den organisatorischen Aufwand und Administration der lokalen Anpassungen mittels einer effizienten und effektiven Verwaltung über EnCO (Environmental Central Operations) zu minimieren. Zusätzliche Erweiterungen wie Lizenz-, Rollout-, Migrations- und Translation-Manager unterstützen organisatorische Aufgaben wie Rollouts und Deployments.

Das Ergebnis

Als Premiumanbieter hat unser Kunde hohe Ansprüche an eine optimale Customer Journey. Diese Erwartungen erfüllt

msg GillardonBSM durch fundiertes Know-how des Businesskontexts, intelligentes Lösungsdesign und nachhaltige Entwicklungsarbeit. Passend zu einem komplexen und dynamischen Geschäftsumfeld bietet das agile Release Management – kombiniert mit zweimonatigen Release-Zyklen – eine optimale Time-to-Market.

Als Salesforce-Integrationspartner unterstützt msg GillardonBSM im Projekt die Entwicklung des Retail-Sales-Portals in den Bereichen Projektmanagement, Anforderungsanalyse, Lösungsdesign, Entwicklung, Umgebungsmanagement, Qualitätsmanagement, Testmanagement, Support, Deployment und Rollout (inklusive Datenmigration aus Altsystemen).



Die starken Projektmanagement-Fähigkeiten von msg GillardonBSM waren essenziell wichtig, um dieses komplexe und herausfordernde Projekt erfolgreich umzusetzen.

Projektleiter Kunde



Stefan Siegler
Vice President Salesforce
Stefan.Siegler@msg.group
+49 173 5160 728