



### Zur Person:

**Eric Snijer** (50) ist Geschäftsführer der Raab Karcher Baustoffe GmbH (Frankfurt/Main), eine Tochtergesellschaft der Comanie de Saint Gobain (CAC), wo ihm ab 2004 der Aufbau des Sanitärgeschäfts als Einzelhandelskonzept übertragen wurde. Zuvor war er Geschäftsführer der NV Koninklijke Sphinx Gustavsberg in Maastricht (Niederlande).

### Eric Snijer

## Potenzialausschöpfung und Vertriebssteuerung durch CRM

Als national aufgestellter Baustoffgroßhändler sind für die Frankfurter Raab Karcher Baustoffe GmbH Kundentransparenz, Kundenausschöpfung sowie eine effiziente Vertriebssteuerung herausragende Renditefaktoren.

Über 130.000 gewerbliche Kunden, betreut von über 2000 Vertriebsmitarbeitern in ganz Deutschland – vor diesem Hintergrund hat die Raab Karcher Baustoffe GmbH in Zusammenarbeit mit ieQ-solutions (Münster) ein Microsoft-basiertes CRM-System (Customer Relationship Management) aufgebaut.

Dabei stand am Anfang die detaillierte Erarbeitung der Anforderungen: das heißt **das Handling einer komplexen Vertriebsorganisation** an über 200 Vertriebsstandorten, mit unterschiedlichen Zielgruppen in Form von differenzierten Gewerken, mit mehrstufigen Vertriebsstrukturen und letztendlich die Herausforderung, anspruchsvolle, traditions- und verfahrensgewohnte Vertriebsmitarbeiter in eine neue Vertriebsvorgehensweise einzuführen – mit all den psychologischen Barrieren. Dazu hat das Unternehmen eine erlesene Auswahl

an erfolgreichen Vertriebsmitarbeitern aller Organisationsebenen – vom Außendienstler bis zum Sparten- und Regionalleiter – und die Vertriebsgeschäftsführung zu einer Task Force „CRM“ zusammengefasst. Mit ieQ-solutions hat diese ein Stufenkonzept CRM erarbeitet – maßgeschneidert auf die Bedürfnisse von Raab Karcher. Es ermöglichte den Aufbau eines professionellen CRMs unter Berücksichtigung der markt-, kunden-, und vertriebsinternen Herausforderungen.

### Ein individuelles Konzept

Auf Microsoft-Basis wurde das individuelle Konzept umgesetzt, mit dem Warenwirtschaftssystem vernetzt und den 2000 Vertriebsmitarbeitern zur Verfügung gestellt. In der ersten Umsetzungsstufe wurde mit ausgewählten Funktionalitäten gestartet, um die Vertriebsmitarbeiter sukzessive an das CRM heranzuführen. Folgendes stand bei der Umsetzung im Vordergrund:

- Verbesserung der Kundentransparenz,
- individuelle Kundenplanung und differenzierte Informationen,
- differenzierte Vertriebssteuerung für alle Vertriebs Ebenen,
- Besuchsplanung, -steuerung und -dokumentation,
- Vertriebsunterstützung: die richtige Information am richtigen Ort.
- Aktionsplanung, -steuerung und -nachverfolgung und
- detaillierte Maßnahmenplanung und -verfolgung.

Das heißt auch, dass die strategischen Vertriebsanforderungen angegangen und die pragmatischen Herausforderungen des täglichen Vertriebs berücksichtigt werden. So ist das Besuchsvorbereitungsblatt eines der erfolgreichen, täglich eingesetzten – und vom Außendienst akzeptierten – Instrumente. Das CRM-Projekt zeigt bereits kurz nach seiner Einführung erste Effekte bezüglich Kundentransparenz, Vertriebssteuerung und Potenzialausschöpfung.

### Kontakt:

Eric Snijer

Telefon: 069 405 05 316

E-Mail: [eric.snijer@raabkarcher.de](mailto:eric.snijer@raabkarcher.de)

[www.raabkarcher.de](http://www.raabkarcher.de)