


**360° digitaler, sichtbarer,  
erfolgreicher**

**Customer Story**



**EMUGE  
FRANKEN**

The background image shows a trade show booth for EMUGE-FRANKEN. The booth features a large white wall with the company logo and name in orange and black. A vertical sign on the right side of the booth reads "SteelDrill". There are several orange and white display units, including one labeled "LIVEDEMO". The booth is set up in a large, well-lit exhibition hall with a high ceiling and industrial lighting. In the foreground, a man in a dark suit is looking at his smartphone. Other people are visible in the background, some standing and talking. The overall atmosphere is professional and modern.

**„Das Kundenverhalten hat sich in den letzten Jahren extrem verändert“,** sagt Klaus Höllerer. Nicht mehr nur das beste Produkt ist entscheidend. Sondern auch ein perfektes Kundenerlebnis. Klaus Höllerer ist IT-Leiter bei EMUGE-FRANKEN. Ein Unternehmen aus der Werkzeugbranche, das sich in seinen 100 Jahren Firmengeschichte immer wieder gewandelt hat – und heute gut gerüstet vor der digitalen Zukunft steht. Mit einer modernen, cloudbasierten Kundenplattform, die das perfekte Kundenerlebnis in allen Bereichen im Blick hat: im Commerce, Sales, Service und im Marketing.

# EMUGE-FRANKEN



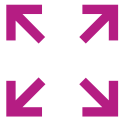
**Qualitätsführer im Bereich Gewindeschneid-,  
Prüf-, Spann- und Frästechnik**



**1.900 Mitarbeiter**



**Eingesetzte Lösungen: SAP Sales Cloud,  
SAP CPQ, SAP Commerce Cloud, SAP JAM**



**Einsatzbereich: Sales, Service,  
Marketing**



**Hauptsitz: Lauf an der Pegnitz  
und Rückersdorf**

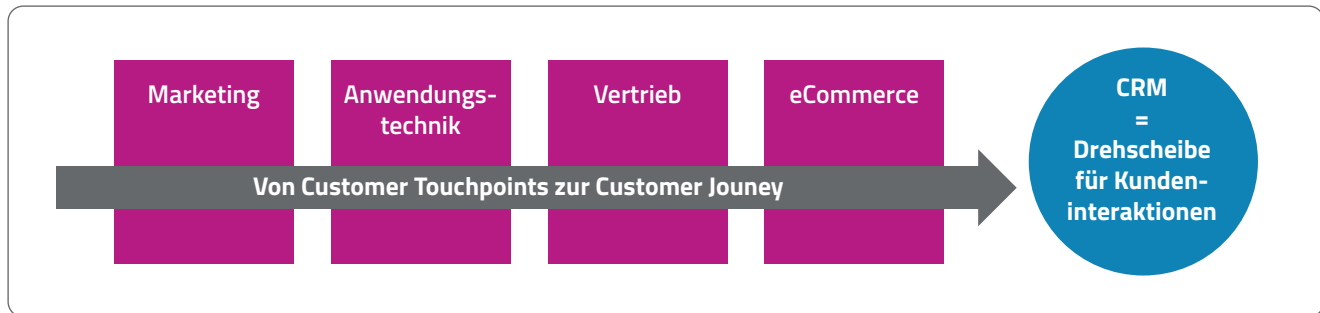
# Die Herausforderung

EMUGE-FRANKEN entwickelt, fertigt und vertreibt mehr als 100.000 Produkte in den Bereichen Gewindewerkzeuge, Spannzeuge und Fräswerkzeuge – im Standardprogramm sowie als Sonderanfertigung nach speziellen Kundenwünschen. Für das Unternehmen ist es deshalb entscheidend, beste Beratung zu bieten und jederzeit Zugriff auf alle relevanten Informationen zu bieten.

**„Der Kunde erwartet alle wichtigen und weiterführenden Informationen über unsere Produkte online und zum Download auf unserer Homepage – nicht nur Preise und Verfügbarkeiten, sondern auch CAD-Daten oder Schnittwerte.“** Klaus Höllerer, CIO EMUGE-Franken.

Die gestiegene Erwartungshaltung aus dem B2C-Bereich will das Unternehmen in den B2B-Bereich transportieren und dabei auch das Thema personalisierte Angebote für teilweise komplexe Produkte weiterentwickeln. Und das weltweit: EMUGE-FRANKEN agiert immer mehr auf dem globalen Markt, hat mittlerweile 53 Vertriebsstandorte von Nordamerika bis Neuseeland. **„Wir müssen diesen Kunden auch entsprechende Produkte in den unterschiedlichen Märkten anbieten“**, so Markus Seydaack, Vertriebsleiter bei EMUGE-FRANKEN.

# Das Ziel



## Projekt CRM

### Mehr Power für den Vertrieb

- Einführung SAP Sales Cloud
- Einfacher Zugriff auf alle relevanten Echtzeit-Kundeninformationen für Vertriebsmitarbeiter im Innen- und Außendienst
- Nutzung von SAP JAM als Kollaborationsplattform
- Anbindung SAP ERP

Immer und überall einheitliche und aktuelle Daten: das war das Ziel. „**Mit der Einführung der SAP Sales Cloud ist es uns gelungen, über Produktgruppen hinweg Informationen auf einer Plattform zu konzentrieren**“, sagt Markus Seydaack. So haben weltweit jede Kollegin und jeder Kollege im Vertrieb Zugriff auf aktuelle Informationen über den Kunden.



*„Der Weg in die Cloud und der Ansatz, nahe am Standard zu bleiben, waren für uns die richtige Entscheidung.“*

Markus Seydaack, Vertriebsleiter EMUGE-FRANKEN

# Projekt CRM

Der große Vorteil: der mobile Zugriff überall auf der Welt. Ein Außendienstmitarbeiter kann sich beispielsweise vor dem Kundenbesuch alle Informationen zum Kunden anzeigen lassen: Über seine Aktivitäten, seine Branche oder die Größe seines Unternehmens. Die Ergebnisse nach dem Kundengespräch kann er in Echtzeit an den Innendienst weiterleiten. Mittels Leadmanagement hat EMUGE-FRANKEN zudem die Möglichkeit, Aktivitäten aktiv zu verfolgen und Themen nachzubereiten.

- Standardnahe Einführung von Accounts, Aktivitäten und Ansprechpartnern
- In Phase 2 Erweiterung auf Leads, Opportunities und Ticketing
- Verbesserte Kommunikation mit SAP Jam
- Parallele Durchführung des Commerce-Projekts
- Etablierung einer zukunftsorientierten Plattform für weitere CX-Projekte

**>300** — *User*

**>10** — *Länder*

**>50K** — *Adressen*

**>100K** — *Ansprechpartner*

**>50K** — *Kundentermine*

# Projekt Webshop

## One face to the customer

Die neue Webseite mit dem Webshop bietet alle relevanten Informationen auf einen Blick, User Experience (UX) mit nutzeroptimiertem, responsiven Design inklusive. Das Motto: One face to the customer. Die Webseite ist ein Touchpoint auf einer durchdachten, durchgängigen Customer Journey. **Über die Variantenkonfiguration sollen Emuge-Kunden Spezialprodukte künftig definieren und Spezifikationen selbst festlegen können – und gleich noch den Preis und Liefertermin angezeigt bekommen.** „Unser neuer Webshop kommt beim Vertrieb und unseren Kunden sehr gut an“, so Klaus Höllerer.

- Abbildung aller relevanten Produktdaten
- Getrennte Warenkörbe nach Verkaufsorganisation
- Suche über Website-Inhalte und Produkte
- Abbildung von Produkten in 3D
- Schnittpreistrechner am Produkt

## Integrationen

- Direkte Integration in das SAP-ERP-Backendsystem für Preise und Lieferzeitangaben
- Auftragsvalidierung und -übergabe von Webshop-Bestellungen durch Auftragssimulation und -anlage im ERP
- Celum Connector und SAP Sales Cloud

**>30K** *Artikel*

**>10** *Länder*

**>5K** *Registrierte Kunden*

**>15K** *Bestellungen*

# Die Mehrwerte

## Mehr Zeit für das Wesentliche

Der Außendienst wird entlastet und kann sich auf beratende Tätigkeiten konzentrieren, da Routinebestellungen über den neuen Webshop abgewickelt werden.

## Erschließung neuer Kundensegmente

Durch mehr Möglichkeiten für Neukundenakquise, besseres Google-Ranking.

## Mehr Umsatz

u. a. durch Cross- und Upselling-Potenziale.

## Bessere Customer Experience

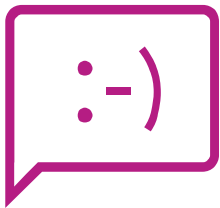
Durch moderne Benutzeroberflächen, durchdachte Touchpoints und personalisierte Angebote.

## Höhere Produktivität und niedrigere Kosten

durch einfachere und automatisierte Prozesse.

# Next Steps

- Einführung digitales Angebotsmanagement mit SAP CPQ
- Ausbau Personalisierung
- Ausbau Marketing-Automation



*„Sybit hat sich immer konsequent für unsere Ziele und Belange eingesetzt. Wir konnten von dem umfangreichen Sybit Know-how im SAP-CX-Umfeld, gerade auch bezüglich Lizenzen, profitieren, und würden daher immer wieder den Weg wählen, Lizenzen und Projekt an einen Partner wie Sybit zu geben.“*

Klaus Höllerer, CIO EMUGE-FRANKEN