PiSA sales

+49 (0)30 810 700 0

CRM Case Study- Sanacorp

Zentral gesteuertes Kampagnenmanagement im pharmazeutischen Großhandel

meine apotheke

© Sanacorp Pharmahandel GmbH

Die Sanacorp Pharmahandel GmbH, einer der führenden Pharmagroßhändler in Deutschland, setzt die CRM-Lösung PiSA sales zur zentralen Steuerung von mehrstufigen Marketingkampagnen ein. Das CRM-System unterstützt Sanacorp so bei der Planung und Durchführung von Dienstleistungen im Rahmen des Kooperationsprogramms „meine apotheke“.

www.pisasales.de info@pisasales.de twitter.com/PiSAsalesCRM

Kunde & Branche

Die Sanacorp Pharmahandel GmbH ist ein führendes Unternehmen im pharmazeutischen Großhandel. Kernkompetenz seit mehr als acht Jahrzehnten ist die flächendeckende und wirtschaftliche Versorgung von Apotheken mit Arzneimitteln und Gesundheitsprodukten. Durch die genossenschaftliche Struktur und den in der Satzung verankerten Förderauftrag besteht zwischen dem Apothekerunternehmen und seinen Kunden eine besondere Nähe. Mithilfe modernster Logistik und einem eingespielten Liefersystem versorgt Sanacorp aus bundesweit 17 Niederlassungen bis zu viermal täglich ca. 9.000 Apotheken. Damit leistet die Sanacorp einen wichtigen Beitrag zur Arzneimittelversorgung der Bevölkerung in Deutschland.

Ausgangssituation & Herausforderung

Zur Stärkung der Wettbewerbssituation ist bei Sanacorp Anfang 2004 ein Kooperationsprogramm umgesetzt worden, das zum Ziel hat, die unabhängige Apotheke in ihrer Wirtschaftlichkeit zu stärken.

Das Konzept „meine apotheke“ beinhaltet eine Vielzahl von Service-Leistungen, die den Apotheken und dem Apotheken-Team angeboten werden. Die Dienstleistungen reichen von diversen Marketing- und Abverkaufsaktionen über „Gesundheitschecks“ bis hin zu kompletten Seminarangeboten. Sanacorp plante, die bisher genutzte heterogene Systemlandschaft durch eine leistungsfähige CRM-Anwendung abzulösen, die das komplette Partnerprogramm „meine apotheke“ unterstützt. Diese sollte nicht nur das Kundenbeziehungsmanagement, sondern auch die Vermarktung der Leistungen, deren Planung und Erstellung sowie das Monitoring in Form von Reports und Analysen umfassen. Hauptziele des Projektes waren die Erhöhung der Transparenz sowie der Effizienz und Effektivität aller beteiligten Prozesse im Kampagnenmanagement:

- aktuelle Transparenz über Dienstleistungen, Aktivitäten und Kunden in der Kundensicht von „meine apotheke“
- Standardisierung der Prozesse und Wiederverwendbarkeit von Kampagnenvorlagen und Mustern zur Steigerung der Effizienz in der Kampagnensicht
- flexible Abbildung neuer Dienstleistungen
- effektive Werkzeuge für Reporting und Analyse wichtiger Kennzahlen
- einfach bedienbare, selbsterklärende Oberflächen.

Das CRM-System sollte darüber hinaus flexibel genug sein, um dem Wandel im Geschäftsumfeld entsprechend kontinuierlich angepasst und erweitert werden zu können.

Dabei mussten diese Anpassungen durch den Fachbereich ohne großen Konfigurationsaufwand möglich sein. Eine weitere Anforderung war die tiefe Integrationsfähigkeit der Lösung in die bestehende IT-Landschaft, um keine Anwendungsinseln zu schaffen.

Projektverlauf & Lösung

Nach einer intensiven Evaluierungsphase entschied sich Sanacorp für das CRM-System aus dem Hause PiSA sales. Ausschlaggebend waren der hochwertige Funktionsumfang der Standardsoftware sowie die einzigartigen Anpassungsmöglichkeiten, die ein solch anspruchsvolles Vorhaben ermöglichen konnten.

Um die optimale Lösung für den Kunden zu erarbeiten, wurde nach eingehender Analyse der Anforderungen durch die PiSA sales GmbH eine erste Workshop-Phase durchgeführt. Ziel der Workshops waren die fachliche Diskussion des Anforderungskataloges sowie der Entwurf eines tragfähigen, technischen Konzeptes. Auf Grund der umfassenden Funktionalität, des modularen Aufbaus sowie der hohen Flexibilität der PiSA sales Lösung wurde schnell die sehr gute Umsetzbarkeit des Projektes deutlich.

Der bewährten PiSA sales-Einführungsmethodik folgend, sollte ausgehend von der Standardausprägung des Systems durch schrittweises Customizing ein vollständig auf die Sanacorp-Anforderungen angepasstes System geschaffen werden.

Im ersten Schritt installierte PiSA sales eine Entwicklungsumgebung, in die die Kontaktdaten aus dem vorhandenen Kundeninformationssystem importiert wurden. Die Kontaktverwaltung im PiSA sales System wurde dann durch eine Reihe von Sanacorp-spezifischen Merkmalen ergänzt. Um das komplexe Kampagnenmanagement bei Sanacorp abzubilden, erfolgten Schritt für Schritt tief greifende Anpassungen des vorhandenen Marketingmoduls in PiSA sales.

Zudem wurden Schnittstellen zur Lieferantendatenbank und zur Artikeldatenbank implementiert, um eine hoch qualifizierte Planung und Durchführung der Kampagnen zu ermöglichen. Um den reibungslosen Informationsfluss sicherzustellen, wird die bidirektionale PiSA sales Standardkopplung zu Microsoft Outlook/Exchange eingesetzt. In einem folgenden Schritt wurde das Vertriebssteuerungssystems durch PiSA sales abgelöst. Damit setzt Sanacorp eine unternehmensweit einheitliche Softwarelösung in den Bereichen Marketing und Vertrieb ein.

© Sanacorp Pharmahandel GmbH

Realisierte Erfolge

Auf der Basis der umfassenden Kontakt- und Aktivitätenverwaltung in PiSA sales, der integrierten Dokumentenverwaltung sowie leistungsstarken Such- und Filterfunktionen wird die Arbeitseffizienz aller angeschlossenen Sanacorp-Mitarbeiter erheblich gesteigert. Der Zugriff auf Informationen wird beschleunigt, die Erledigung von Aufgaben vereinfacht.

Ein weiteres Highlight der Installation stellt das ausgeklügelte Zugriffssystem in PiSA sales dar. Über Rollen gesteuert, kann die Administration bei Sanacorp einzelnen Mitarbeitern oder Teams verschiedene Sichten und Zugriffe zuteilen. Somit wird sichergestellt, dass jeder Anwender nur die Funktionen angeboten bekommt, die er auch tatsächlich benötigt. Die daraus resultierenden nutzerspezifischen Oberflächen wirken sich positiv auf die Nutzer-Akzeptanz aus.

Auf Basis der im Projekt entwickelten, kopierfähigen Kampagnen-Templates können schnell diverse Promotionen erstellt und vom Benutzer spezifisch angepasst werden. Die Selektion der jeweiligen Kampagnenteilnehmer erfolgt über ein leistungsfähiges Filtersystem, welches selbst komplexe Filterbedingungen abbildet.

So ist mit dem Einsatz des PiSA sales CRM die Frage, welcher Kunde in welcher Ausprägung an welcher Aktion teilnimmt oder teilgenommen hat, schnell zu beantworten. Durch die zentrale Kampagnensteuerung, die effiziente Nutzung vordefinierter Musterkampagnen und umfassender Analysemöglichkeiten wird das eingangs definierte Ziel von deutlich mehr Effizienz und Transparenz in allen beteiligten Prozessen im Sanacorp-Marketing realisiert.

> *An der Zusammenarbeit mit der PiSA sales GmbH schätzen wir insbesondere den vertrauensvollen und professionellen Umgang, den direkten Zugriff auf die Entwicklungsabteilung und natürlich die leistungsfähige, hochflexible Softwarelösung.*
>
> Erwin Zattler, ehem. CIO der Sanacorp Pharmahandel GmbH

Wir beraten Sie gern!

www.pisasales.de

PiSA sales GmbH
Fredericiastraße 17-19
D-14050 Berlin

Tel: +49 (0)30 810 700-0
Fax: +49 (0)30 810 700-99
info@pisasales.de
www.pisasales.de

CRM-Infopaket anfordern:

© 2017 PiSA sales GmbH; D-Nr. D-10-102070, Version 5
Technische Änderungen vorbehalten. Alle in diesem Dokument aufgeführten Firmennamen und Produkte sind unter Umständen geschützte Marken des jeweiligen Rechteinhabers.