

Auf der Suche nach der verlorenen Zeit

Um die Schlagkraft und Zusammenarbeit seiner weltweiten Vertriebsteams zu fördern, hat der kanadische Telekommunikationsanbieter Nortel die Wissensmanagement-Lösung „BizSphere Sales Enablement“ eingeführt. Sie bietet den Verkäufern eine Online-Plattform, über die sie in Sekundenschnelle auf alle vertriebsrelevanten Inhalte zu Produkten, Services und Lösungen zugreifen können. Darüber hinaus lassen sich automatisch maßgeschneiderte Kundenpräsentationen erstellen. Nortel will bis zu 40 Prozent an Such- und Aufbereitungszeit sowie an Kosten bei der Materialproduktion sparen.





MATTHIAS ROEBEL,
Director of Knowledge Management
Innovation Nortel CTO Office.

Nortel, eines der großen Informations- und Telekommunikationstechnologie-Unternehmen Nordamerikas, entschied sich für BizSphere im Zuge seiner konzernweiten SAP-Konsolidierungsstrategie. Die neue Informationsarchitektur löste mehrere Sales-Portale ab, über die der Vertrieb von Marketing und Produktmanagement mit Informationsmaterial versorgt wurde, darunter Produktpäsentationen, Broschüren und Case-Studies. Das frühere Wissensmanagement war von Redundanzen und unklaren Zuständigkeiten geprägt.

Dadurch waren die Informationen häufig nicht mehr auf dem aktuellen Stand und die Vertriebsmitarbeiter hantierten zum Teil mit Dokumenten, die unterschiedliche Aussagen zum selben Thema enthielten. Zudem war es Nortel wegen seiner breiten Angebotspalette und internationalen Ausrichtung unmöglich, dem Vertrieb genau das Informationsmaterial an die Hand zu geben, das auf die Produktwünsche der Kunden in bestimmten Ländern und Branchen zugeschnitten ist. Das Marketing hätte dazu hunderttausende Dokumente generieren und laufend aktualisieren müssen, eine finanzielle und logistische Unmöglichkeit.

Hierarchisch gegliederter Informationsraum

Dies sollte sich mit BizSphere ändern. Die Lösung wird von der SVA BizSphere AG mit Sitz in Stuttgart angeboten, die auf die Beratung, Entwicklung und Implementierung von Wissensmanagement-Lösungen für den Vertrieb spezialisiert ist. BizSphere beruht auf semantischen Web-Technologien – Stichwort: Web 3.0 –, mit denen sich die Informationen bedarfsgerecht kategorisieren, automatisch lesen und anzeigen lassen. Zusätzlich werden benutzerorientierte Visualisierungstechniken eingesetzt. Aus dieser Kombination entsteht ein hierarchisch gegliederter, übersichtlicher

Fotos: © Stockphoto, Nortel



NORTEL

Nortel ist ein führender kanadischer Anbieter von Telekommunikationslösungen für Serviceanbieter und Unternehmenskunden. Zum Produkt- und Serviceportfolio zählen Packet-, Optical-, Wireless- und Voice-Technologien. Das Unternehmen wurde 1895 gegründet und beschäftigt heute rund 30000 Mitarbeiter in 150 Ländern. In Deutschland arbeiten 600 Beschäftigte an fünf Standorten, die Zentrale befindet sich in Frankfurt/Main.

www.nortel.com

Informationsraum, der alle Inhalte zu einem Produkt bereitstellt, für die sich ein Vertriebler interessiert.

In einer fortgeschrittenen Ausbaustufe produziert das Marketing keine fertigen Dokumente mehr, sondern wieder verwendbare Informationsbausteine, aus denen das System automatisch kundenspezifische Präsentationen generiert – und zwar entsprechend den spezifischen Wünschen der Vertriebsmitarbeiter. Über Workflows und eine zentral koordinierte Verwaltung halten die Marketingmitarbeiter die benötigten Inhalte immer auf einem aktuellen und einheitlichen Informationsstand.

Anforderungen vom Vertrieb formuliert

Nortel begann mit der BizSphere-Einführung im Herbst 2006. Zunächst wurde ein Projektteam gebildet, das aus Vertretern der Marketing-, Kommunikations- und IT-Abteilung sowie aus BizSphere-Beratern bestand. Eine zentrale Rolle spielten die Informationsarchitekten, die für die Definition der Ordnungsstrukturen und der Meta-Daten, der Inhaltsbausteine und Vorlagen zuständig waren. Um die Anforderungen der Verkäufer exakt abbilden zu können, wurde unter ihnen eine Umfrage durchgeführt.

Bereits wenige Monate später war ein Prototyp fertig gestellt. Er wurde den weltweit rund 4000 Nortel-Vertriebsleuten beim Sales-Kick-off-Meeting im Januar 2007 vorgestellt. Nach mehreren Testläufen in ausgewählten Fokusgruppen ging BizSphere im Juni 2007

in Betrieb. Die Lösung ist über Schnittstellen mit der zentralen SAP-Plattform und Microsoft-Anwendungen, zum Beispiel für CRM und Dokumentenmanagement, verbunden. BizSphere wird heute, weit über den Vertrieb hinaus, von mehr als 10000 Nortel-Mitarbeitern genutzt – Tendenz steigend.

Mit BizSphere hat Nortel ein nachhaltiges Wissensmanagement etabliert. Die Informationen können sowohl vom Marketing viel einfacher produziert als auch vom Vertrieb schneller gefunden und verarbeitet werden.

Wenige Mausklicks genügen

Bereitet etwa ein Nortel-Verkäufer in Deutschland eine Präsentation bei einem Chemiekonzern vor, greift er über BizSphere mit wenigen Mausklicks auf alle wichtigen Inhalte zu. Zunächst sucht er die Nortel-Angebote heraus, für die sich der Kunde interessiert, zum Beispiel „Netzwerkmanagement“. Über weitere Auswahlmöglichkeiten für das Land und die Branche erhält er alle geeigneten Ressourcen, Cross- und Up-Selling-Möglichkeiten sowie Wettbewerbsprodukte angezeigt. Als News erscheinen aktuelle Kampagnen-, Unternehmens- und Mitbewerberinformationen auf seinem Bildschirm.

Benötigt der Verkäufer weitere Informationen, ruft er über IP-Telefonie von seinem Desktop aus einen Kollegen an, der ihm in BizSphere als Experte genannt wird. Darüber hinaus liefert ihm das System alle relevanten Informationsbausteine für die aktuelle Verkaufssituation. Per Knopfdruck kann er eine Netzwerkmanagement-Präsentation generieren, die auf die Chemie-Industrie in Deutschland zugeschnitten ist. Über eine Rating-Funktion erhält das Marketing von ihm eine Rückmeldung zur Qualität der bereitgestellten Informationen. Zusätzlich nutzt er ein integriertes Pricing-Tool, um dem Kunden ein konkretes Angebot machen zu können.

Auf diese Weise hat der Vertriebsmitarbeiter in wenigen Minuten alle relevanten Informationen für die Verkaufssituation erhalten, Experten ausfindig gemacht, eine maßgeschneiderte Verkaufspräsentation generiert sowie Preisinformationen für ein Angebot erhalten.

Stärkung der Online-Zusammenarbeit

In Zukunft plant Nortel, die Möglichkeiten zu erweitern, die BizSphere zur Online-Zusammenarbeit sowie zum Teilen und Verbreiten von Wissen bietet, Stichwort Web 2.0. Jeder Vertriebsmitarbeiter soll in der Lage sein, eigene Informationen beizusteuern und selbst Inhalte zu generieren.

Studien zeigen, dass ein Großteil des Wissens und der Informationen im Unternehmen in den Köpfen der Mitarbeiter steckt sowie in E-Mails und anderen unstrukturierten Quellen verborgen liegt. Web 2.0- und Enterprise 2.0-Technologien setzen genau hier an. Nortel ist froh, mit BizSphere ein Tool gefunden zu haben, das es dem Unternehmen ermöglicht, dieses Wissen zu externalisieren und für seine Vertriebsmitarbeiter zur Verfügung zu stellen. Darüber hinaus will Nortel die neue Lösung dem Außendienst auch auf mobilen Endgeräten verfügbar machen, was die Flexibilität bei Kundenbesuchen weiter steigert.

Bis zu 40 Prozent weniger Zeit und Kosten

Mit BizSphere konnte Nortel das Wissensmanagement in Vertrieb und Marketing deutlich straffen und verbessern. Statt mehrerer Sales-Portale setzt das Unternehmen heute eine zentrale Plattform ein, auf die alle Verkäufer zugreifen. Wir rechnen damit, den Zeit- und Kostenaufwand für die Verarbeitung der Informatio-



WEB 2.0
Jeder Vertriebsmitarbeiter soll in der Lage sein, eigene Informationen beizusteuern und selbst Inhalte zu generieren.



nen um bis zu 40 Prozent zu senken. So soll die Produktion von Vertriebsmaterialien immer mehr von externen Agenturen auf die eigenen Vertriebsmitarbeiter übergehen.

Zugleich ist durch die Einheitlichkeit der Informationen die Qualität der Dokumente deutlich gestiegen, das führt zu einer höheren Zufriedenheit und Bindung der Kunden. Dabei agiert Nortel bereits als Reseller für BizSphere Sales Enablement und bietet die Lösung auch seinen eigenen Kunden zum Einsatz an.

von Matthias Roebel

SVA BIZSPHERE AG

SVA BizSphere ist eine Tochtergesellschaft der SVA GmbH, die zu den führenden Systemintegratoren Deutschlands auf dem Gebiet der Rechenzentrums-Infrastruktur zählt. SVA erzielte 2007 mit mehr als 100 Mitarbeitern einen Umsatz von über 100 Millionen Euro.

SVA BizSphere ist auf die Beratung, Entwicklung und Implementierung von Wissensmanagement-Lösungen spezialisiert. Neben BizSphere Sales Enablement sind BizSphere-Anwendungen für die Bereiche Market Intelligence, Human Resources und Business Operations verfügbar. Das in Stuttgart ansässige Unternehmen beschäftigt mehr als 30 international erfahrene Spezialisten. Weitere Büros sind in Wiesbaden, Hamburg, München, Shanghai und Toronto.

www.bizsphere.com