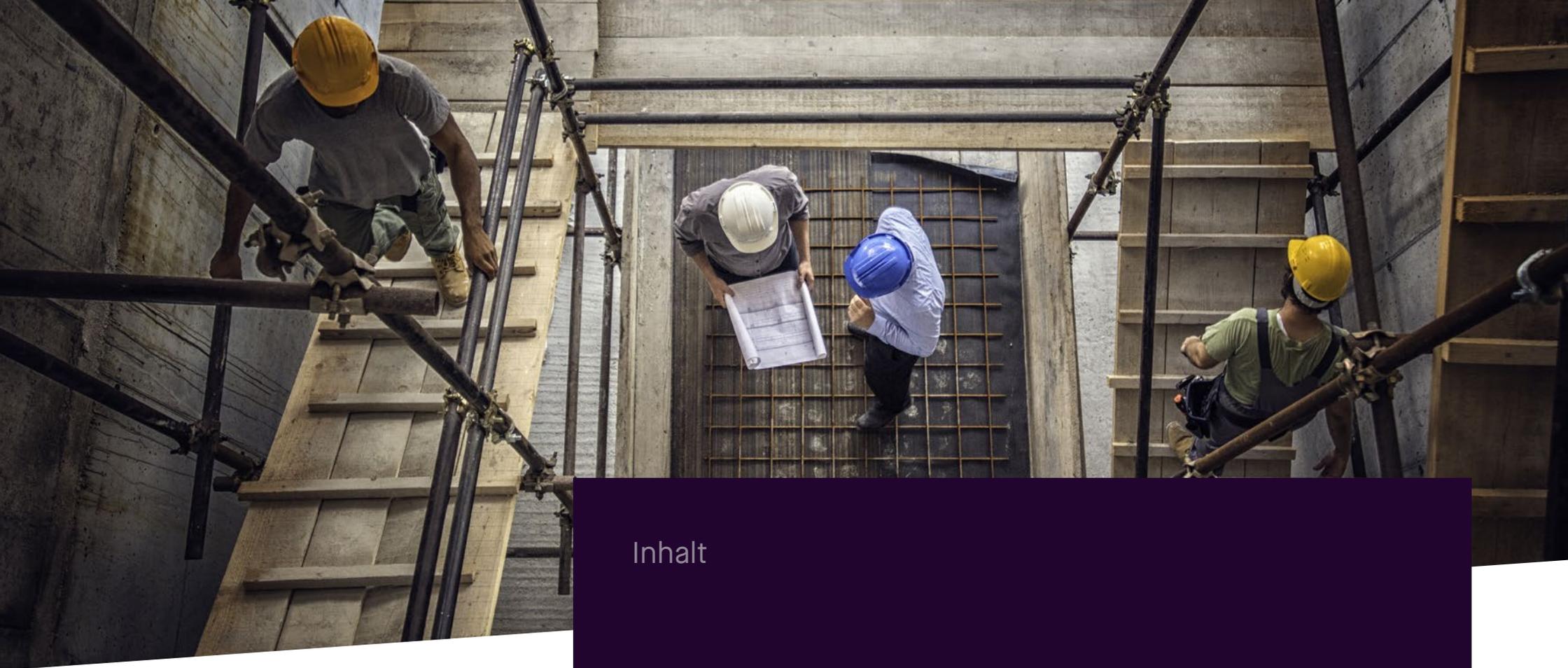


Lösungsstrategien & Best Practices

Customer Experience im Baugewerbe

Erfahren Sie am Beispiel unserer Projekthighlights aus der Bau- und der Bauzulieferbranche, wie Sie Ihren Kunden ganzheitliche Kundenerlebnisse ermöglichen und sich so vom Wettbewerb abheben können.



Inhalt

- 1 Mit einzigartigem Kundenerlebnis vom Wettbewerb abheben
- 5 Vorteile eines positiven Kundenerlebnisses auf einen Blick
- 6 Worauf Sie in unseren Projekten bauen können
- 6 Highlights unserer Kundenprojekte
 - 7 – Winkhaus: Digitale B2B/C-Plattform für Partner und Verarbeiter
 - 9 – MoselTüren: Tür auf für moderne Konfigurations- und Vertriebslösungen in der Cloud
 - 11 – Fingerhaus: Nahtloser Lead2Opp-Prozess mit SAP Marketing & Sales Cloud
 - 13 – Reflexa: Sonnenschutz nach Maß – Produktvielfalt mit SAP Commerce Cloud managen

Mit einzigartigem Kundenerlebnis vom Wettbewerb abheben

Die hohe Wettbewerbsintensität in der Bau-
branche verschärft sich durch Konsolidierung
und Internationalisierung. Viele Kunden sind
stark preissensibel. Bauzulieferer müssen sich
nicht nur über Preisgestaltung, sondern auch
durch außergewöhnliche Kundenerlebnisse
(Customer Experience) und exzellenten Service
differenzieren. Entscheidend für eine starke
und lebendige Kundenbeziehung ist ein gezieltes
Management der Customer Experience über
die gesamte Customer Journey hinweg –
von individueller Kundenansprache im Marketing
über schnelle Betreuung im Vertrieb und
Service bis zu einem attraktiven Online-Shop
mit Self-Service-Angeboten.

Was ist Customer Experience?

Customer Experience (CX) bezieht sich
auf die Gesamtheit der Erfahrungen,
die ein Kunde mit einem Unternehmen
über den gesamten Kundenlebens-
zyklus hinweg macht – von der ersten
Websuche über den Kauf bis zum
After-Sales-Service. Dazu gehören alle
Interaktionen, die ein Kunde mit einem
Unternehmen hat, sowie die Wahrneh-
mung der Marke und des Produkts.

Die CX-Suite von SAP

Die CX-Suite von SAP unterstützt Unternehmen
dabei, durchgängig positive Kundenerfahrungen
zu schaffen.

Zur Suite gehören:

SAP Emarsys: Personalisierte, KI-gestützte
Omnichannel-Marketingkampagnen

SAP Commerce Cloud: Umfassende
Shop-Plattform für den digitalen Handel

SAP Sales Cloud: Automatisiertes, KI-gestütztes
Customer Relationship Management

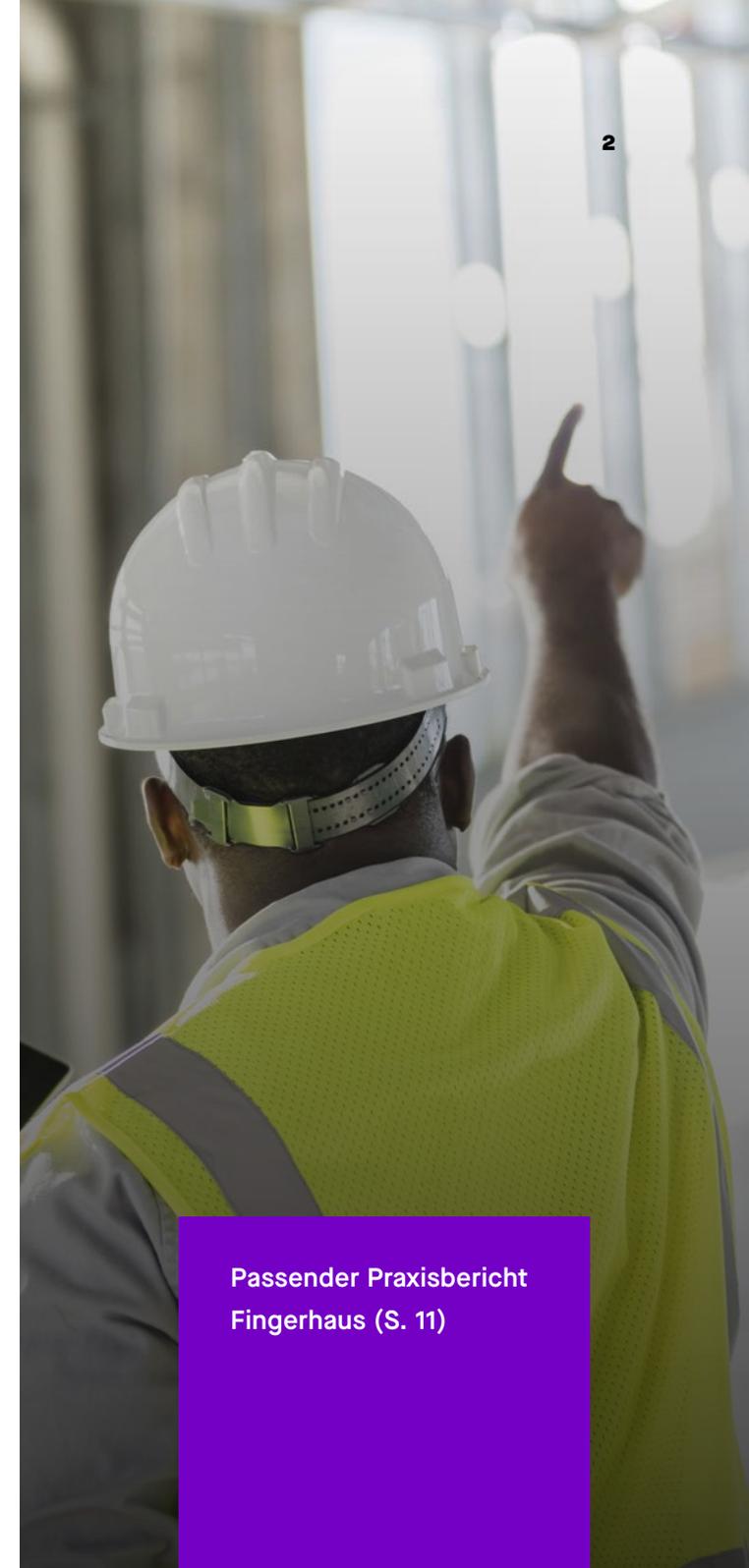
SAP Service Cloud: Effizientes
Field-Service- & Maintenance-Management

Steigende Kundenanforderungen

Die Baubranche ist traditionell stark auf persönliche Kontakte und Beziehungen angewiesen. Doch die Customer Journey hat sich durch die Nutzung digitaler Medien komplett verändert. Für eine erfolgreiche Kundenansprache müssen neue Kanäle bedient werden. Zudem steigen die Kundenerwartungen in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen – gerade in Bezug auf Personalisierung. CX-Lösungen helfen, Kunden und ihre Bedürfnisse besser kennen zu lernen und **zielgruppengerecht, individuell und crossmedial mit Marketing-Kampagnen** anzusprechen.

24/7 Einkaufserlebnis

Ein zentraler Bestandteil einer digitalen Vertriebsstrategie ist ein Webshop. Rund um die Uhr und auch auf der Baustelle: Ermöglichen Sie Ihren Kunden, jederzeit und überall zu bestellen – mit personalisiertem Self-Service. Dank der ERP-Integration sind kundenspezifische Preise, Bestellhistorie, Sortimente, Lieferadressen sowie Bestandsinformationen und Lieferzeiten **in Echtzeit** verfügbar. So bieten Sie Kunden ein **zuverlässiges Online-Kauferslebnis** und eliminieren Fehler und Verzögerungen, damit Ihre Kunden die richtigen Materialien zur richtigen Zeit auf der richtigen Baustelle zur Verfügung haben.



Professionelles Beziehungsmanagement

Im Baugewerbe ist es von entscheidender Bedeutung, eine gute Kundenbeziehung aufzubauen und zu pflegen. Projekte laufen zudem oft über Monate oder Jahre und beinhalten meist eine komplexe Hierarchie sowie eine Vielzahl an Interaktionen. Das macht eine effektive Koordination und Kommunikation unerlässlich. Hier kommt das CRM ins Spiel: Es sorgt für ein **effektives Kundenbeziehungsmanagement**, optimiert Projektmanagement und Teamkollaboration, unterstützt die Ressourcenplanung und bietet wertvolle Einblicke durch Datenanalyse.

360°-Sicht auf Kunden und Projekte

Ein CRM-System fungiert als **zentrale Datenbank**, in der alle relevanten Informationen zu Kunden, Projekten und Kontakten gespeichert werden. Mit einer **360°-Sicht** erhalten Unternehmen eine umfassende Perspektive auf Geschäftspartner wie Investoren, Planer, Architekten und Auftragnehmer. Auch das Projektmanagement profitiert vom zentralen Zugriff auf Projektinformationen, um Planung und Durchführung zu optimieren. Durch den reibungslosen Informationsaustausch fördert ein CRM-System die Zusammenarbeit zwischen Abteilungen und **verbessert die Kommunikation**.

Optimierung des Vertriebsprozesses

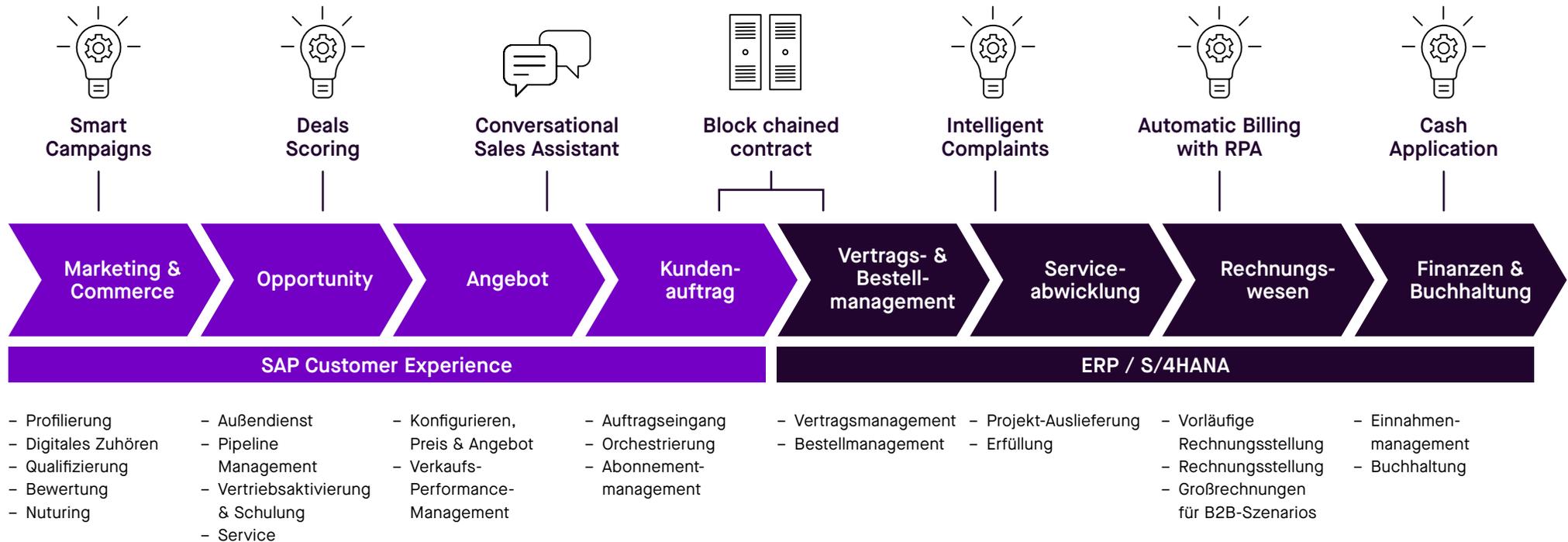
Mit einem CRM-System organisieren Bauunternehmen und Bauzulieferer ihre Vertriebsaktivitäten effizient. Durch die zentrale Erfassung und Analyse von Kundendaten können Vertriebsmitarbeiter potenzielle Kunden identifizieren sowie Kundenpräferenzen und -historie erfassen, um **maßgeschneiderte Angebote und einen personalisierten Kundenservice** zu bieten. Zudem lassen sich Verkaufschancen effektiv nachverfolgen sowie Verträgen und Bestellungen verwalten.

One Office mit durchgängigen Prozessen

Mit SAP S4/HANA und der SAP CX Suite erhalten Sie Back- (ERP) und Front Office (CRM) aus einer Hand. So sind ERP-Prozesse und -Daten mit kundennahen Vertriebsaktivitäten integriert – es entsteht ein **One-Office-Erlebnis** für Ihre Mitarbeiter und Ihre Kunden. Daten-Silos werden aufgebrochen und Daten in einem zentralen

System (**Single Source of Truth**) verwaltet. Das bedeutet in der Praxis beispielsweise, dass ERP-Daten – wie kundenspezifische Preise, verlässliche Lieferzeiten und Warenbestände – im Front Office (CRM oder E-Commerce) sofort auf dem Display stehen. So entsteht eine umfassende, integrierte **End2End-Plattform** für das

gesamte Unternehmen – vom ersten Marketing-Kontakt bis zu Rechnungsstellung. Dadurch können Sie eine **Prozessoptimierung um bis zu 30 %** (Lean-Management) erreichen und damit auch die Zuverlässigkeit aller Planungsbeteiligten von bis zu 80 % steigern. Dies wirkt sich enorm auf die Projektdauer aus (bis zu **20 % Bauzeitgewinn**).



Vorteile eines positiven Kundenerlebnisses auf einen Blick

+ **Persönliche Einkaufserlebnisse schaffen:**

Individuell gestaltete Einkaufserlebnisse erhöhen die Relevanz und Attraktivität der Angebote für Kunden, da diese sich persönlich angesprochen fühlen.

+ **Steigende Kundenzufriedenheit:**

Eine hervorragende Customer Experience führt zu hoher Kundenzufriedenheit, da die Kundenbedürfnisse effektiv erfüllt und Erwartungen übertroffen werden.

+ **Höhere Kundenbindung und Weiterempfehlungsquote:**

Eine positive Erfahrung fördert die Kundenbindung und erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Kunden wiederkommen, dem Unternehmen treu bleiben und dieses weiterempfehlen.

+ **Differenzierungsmerkmal vom Wettbewerb:**

Unternehmen, die hervorragende Customer Experience bieten, können sich von Wettbewerbern abheben und sich in einem gesättigten Markt behaupten.

+ **Positive Markenwahrnehmung:**

Eine konsistent gute Customer Experience stärkt das Markenimage und sorgt für eine positive Wahrnehmung in der Öffentlichkeit.

+ **Langfristig gesteigerter Unternehmenserfolg:**

Gesteigerte Kundenzufriedenheit und -loyalität sowie positive Weiterempfehlungen legen die Basis für nachhaltigen Unternehmenserfolg.

Worauf Sie in unseren Projekten bauen können

Unsere langjährige Expertise in der Bauindustrie ermöglicht eine umfassende Digitalisierung, die den komplexen Beziehungsnetzwerken in der Baubranche gerecht wird. Nutzen Sie unser Wissen aus zahlreichen realisierten Projekten; mehr als 100 Kunden Ihrer Branche vertrauen uns. Wir sind Teil der BAU-Allianz bestehend aus All for One Group SE, KAMMACHI Consulting GmbH & quindata GmbH.

Als Full Service Provider optimieren wir Ihre Prozesse und sorgen für eine nahtlose Integration Ihrer CX-Lösungen und dem ERP. So unterstützen wir Sie bei der tiefgreifenden digitalen Transformation Ihres Unternehmens und sichern Ihnen nachhaltige Erfolge.

Die Highlights unserer Projekte aus der Bau- und Bauzulieferbranche stellen wir Ihnen im Folgenden vor:



BTP, Emarsys, SAP Commerce Cloud (B2B), FSM & SAP Sales & Service Cloud



SAP Commerce Cloud (B2B & B2C), SAP Sales & Service Cloud



SAP Sales & Service Cloud



SAP Commerce Cloud (B2B)

Weitere Kunden aus der Baubranche



Case Study

Digitale B2B/C-Plattform für Partner und Verarbeiter

Winkhaus ist ein führender Spezialist für intelligente Fenstertechnik, Türverriegelungen und Zutrittsorganisation. Gemeinsam mit All for One Customer Experience setzt das traditionsreiche westfälische Familienunternehmen ein innovatives Konzept für digitale Services um. Im Fokus der neu gestalteten Customer Experience stehen die Handelspartner und die Verarbeiter, also Türen- und Fensterbauer.



Unternehmen	Aug. Winkhaus GmbH & Co. KG
Branche	Metallverarbeitung
Produkte	Intelligente Fenstertechnik // Türverriegelungen // Zutrittsorganisation
Mitarbeiter	ca. 2.100
Sitz	Telgte // Deutschland
Projekt	Realisierung einer smarten B2B/C-Plattform mit integrierter Lagebestandsverwaltung, Produktkonfiguration und innovativem Warenkorbtool.



Jetzt die
vollständige
Case Study
lesen!

Ausgangssituation & Projekt

Weltweit schätzen Fensterbauer und Händler, Architekten, Bauherren und Anwender die hohe Qualität der intelligenten Fenstertechnik, Türverriegelungen und Zutrittsorganisation von Winkhaus.

Ziel des Projekts mit der All for One Customer Experience war es, eine Customer Journey für Partner zu gestalten, die sie von der Informationssuche bis zu deren E-Commerce-Aktivitäten unterstützt.

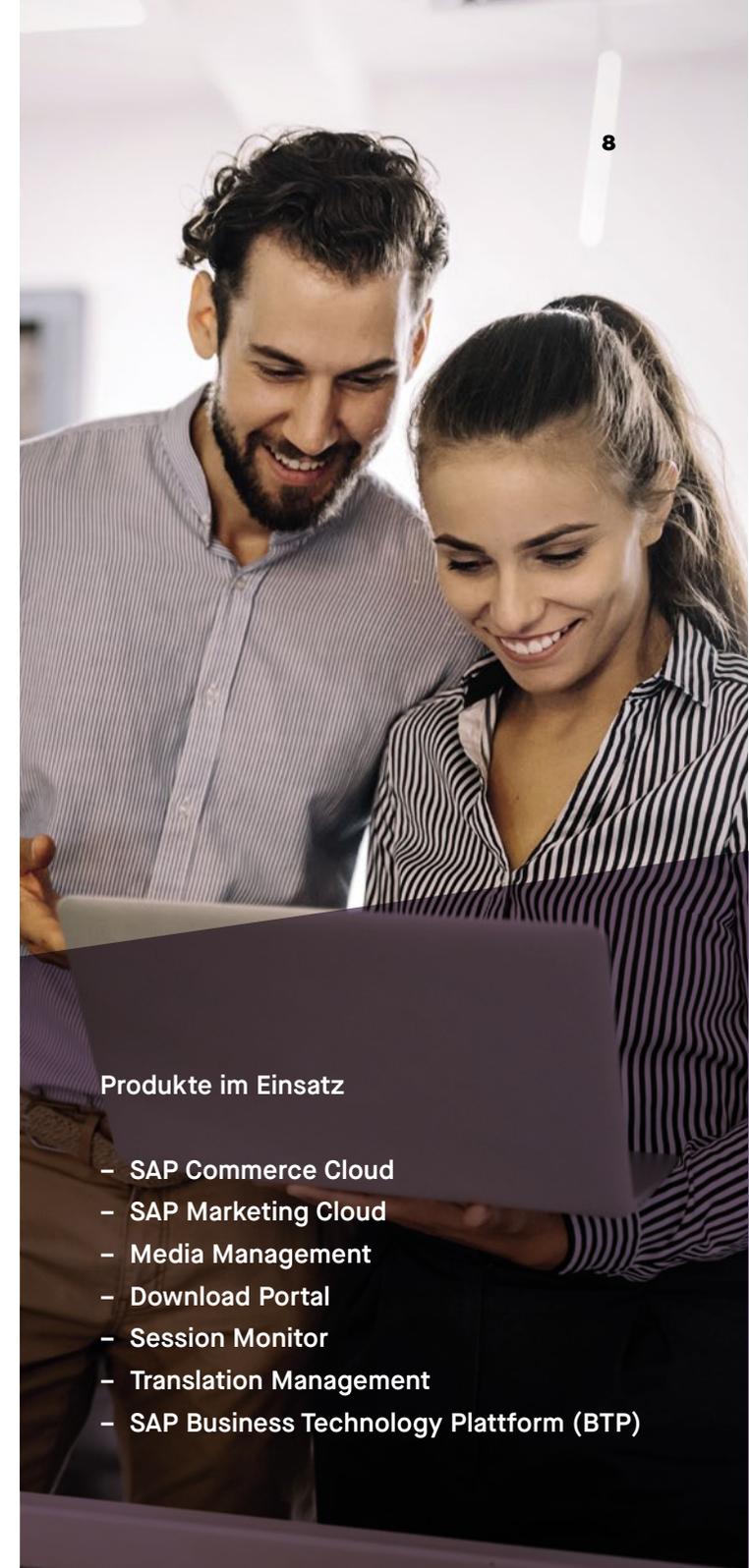
Entstanden ist eine **Omnichannel-Plattform**, die das umfangreiche Produktportfolio samt komplexen Konfigurationsmöglichkeiten B2B/C-gerecht abbildet. Das Partnerportal schafft besondere **Anreize für B2B-Umsätze** und bauten den direkten Kontakt zu Endkunden aus. Eine wesentliche Voraussetzung dafür sind strukturiert erzeugte und abgelegte Daten. Dies ist auch Grundlage für künftige Lösungen bei Winkhaus wie die Unterstützung von Building-Information-Management-Systemen (BIM).

Die Ergebnisse

Winkhaus hat gemeinsam mit All for One Customer Experience ein innovatives Onlineportal entwickelt, welches das Unternehmen perfekt für die kommenden Herausforderungen am Markt wappnet. Dafür hat sich das Unternehmen für die Einführung der SAP Commerce Cloud und das von All for One Customer Experience entwickelte Add-On Media Management entschieden.

Das **Produktdaten- & Medienmanagement** unterstützt die effiziente Datenverwaltung und das Ausspielen aller relevanten Informationen über die entsprechenden Kanäle. So schafft Winkhaus eine **zentrale, verlässlich stets aktuelle Datenbasis** für die kanalübergreifende Customer Experience. Das hat die internen Prozesse in Marketing und Produktmanagement erheblich gestrafft und führte innerhalb kürzester Zeit zu spürbaren Zeiteinsparungen.

Mithilfe **intelligenter Services** realisiert Winkhaus eine nahtlose Unterstützung der Händler. So werden Partner und Verarbeiter im Informations- und Einkaufsprozess optimal begleitet – beispielsweise mit Informationen zu Produkten und Konfigurationsmöglichkeiten.



Produkte im Einsatz

- SAP Commerce Cloud
- SAP Marketing Cloud
- Media Management
- Download Portal
- Session Monitor
- Translation Management
- SAP Business Technology Plattform (BTP)

Case Study

Tür auf für moderne Vertriebslösungen in der Cloud

Schnellere Auftragserfassung, kürzere Lieferzeiten, besserer Service – bei Mosel Türen optimiert die Cloud alle Vertriebsprozesse.

In einer der modernsten Produktionsstätten Europas stellt Mosel Türen hochwertige, individualisierbare Innentüren & Zargen her. Hochmodern geht es jetzt auch im Vertrieb zu. Der neue State of the Art Onlineshop schafft eine nahtlose Customer Journey, über die Bauherren und Fachhändler ganz einfach zu ihren passgenauen Türen in ansprechenden Designs kommen.



Unternehmen	Mosel Türen Vertriebsgesellschaft mbH
Branche	Baunebengewerbe
Produkte	Türen & Zargen
Umsatz	1,2 Mio. Türen // 0,9 Mio. Zargen
Mitarbeiter	580
Sitz	Trierweiler // Deutschland
Projekt	Einführung der SAP Commerce Cloud
Projektlaufzeit	März 2020 – März 2021



Jetzt die
vollständige
Case Study
lesen!



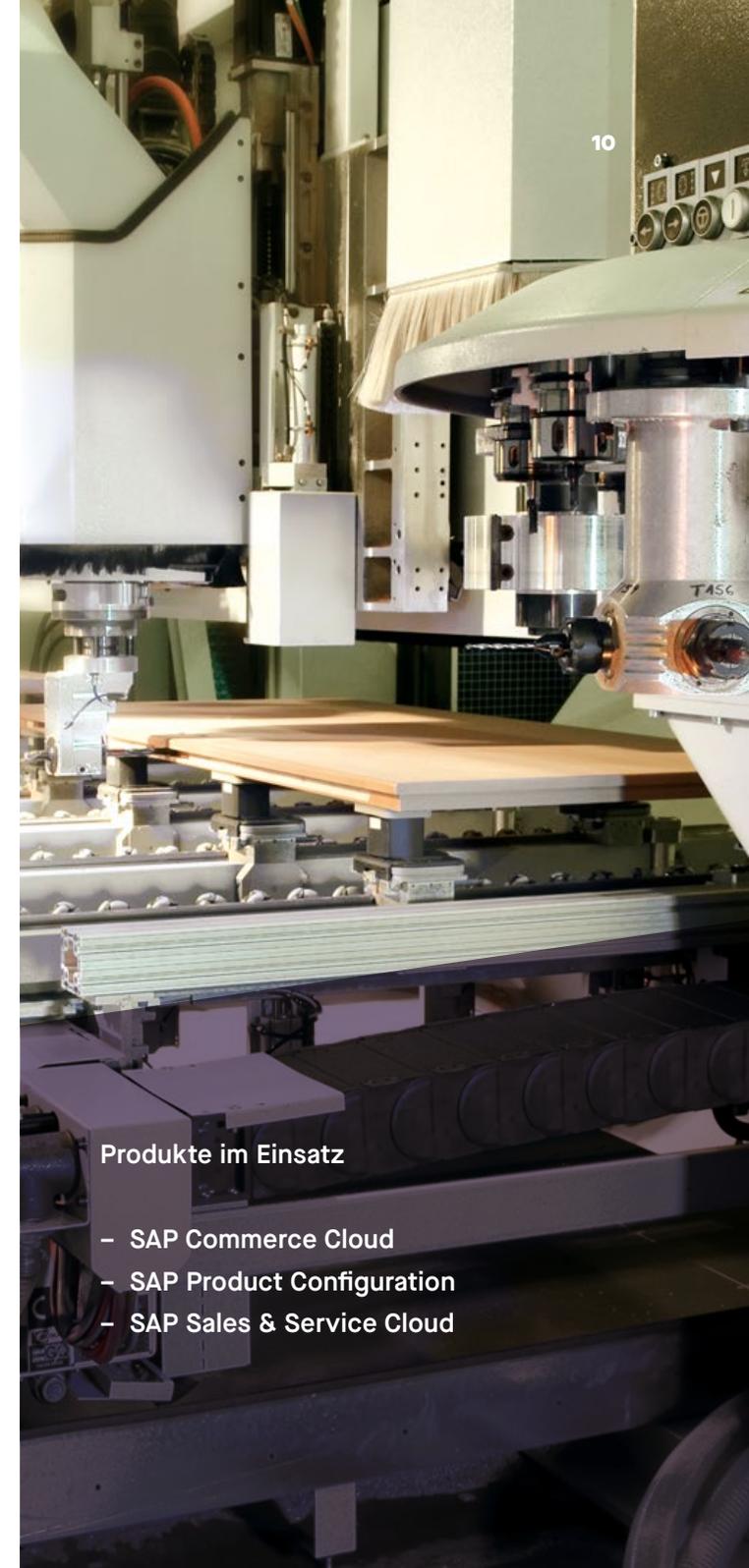
Ausgangssituation & Projekt

Mosel Türen ist Teil der Borne Firmengruppe und fertigt seit über 65 Jahren Türen & Zargen beispielloser Qualität. Der **mehrstufige Vertrieb** für die konfigurierbaren Produkte läuft über Fachhändler und Handwerker, die dem Endkunden beratend zur Seite stehen. Bestellungen gingen bisher per E-Mail, Fax oder Telefon bei Mosel Türen ein. Der Innendienst übernahm die Preisfindung und Angebotserstellung. Da diese manuelle Auftrags erfassung sehr zeit- aufwändig ist, soll eine neue Lösung den Vertrieb digitalisieren und ineffiziente Prozesse automatisieren. Dreh- und Angelpunkt der Customer Journey wird ein neuer Onlineshop.

Die Ergebnisse

Endkunden finden Mosel Türen über die Suchmaschine und erhalten im virtuellen Showroom eine gute Übersicht der verschiedenen Modelle und Variationsmöglichkeiten. Hier können sie eine Auswahl treffen, den Warenkorb speichern und gleich an den ausgewählten Fachhändler senden. Dieser weiß im Anschluss ganz genau, wonach die Kunden suchen und berät gezielt. Das System denkt mit. Händler müssen daher nicht jedes Merkmal einzeln bestimmen, um aus **Millionen von möglichen Varianten** die passende zu konfigurieren.

Darüber hinaus sehen Fachhändler die entsprechenden Preise im Händlerbereich sofort und erhalten Angaben über mögliche Liefertermine. Bevor die Bestellung in Herstellung geht, prüft ein Handwerker vor Ort die Gegebenheiten. Sind alle Konfigurationen korrekt, kann es sofort weitergehen. Ansonsten nimmt er die Korrekturen direkt mit dem Tablet auf und schickt sie ab. Die **Plausibilitätsprüfung** erfolgt automatisch. So geht die **Fehlerquote Richtung Null** und nach Verlassen der Baustelle fallen keine weiteren Aufgaben an.



Produkte im Einsatz

- SAP Commerce Cloud
- SAP Product Configuration
- SAP Sales & Service Cloud

Case Study

Nahtloser Lead2Opp-Prozess mit SAP Marketing & Sales Cloud

Durch neue Lösungen rückt FingerHaus noch näher an Interessenten und Kunden heran.

Für die meisten ist der Hauskauf eine einmalige Angelegenheit. Leads sind nicht nur deshalb für FingerHaus ein besonders hohes Gut. Der Wunsch, das Lead-Management zu optimieren, gab den Startschuss für eine grundlegende Systemänderung. Einmal ins Rollen gekommen, sorgte die Neugestaltung für viele weitere Benefits. Beschleunigte Reaktionszeiten auf Anfragen, optimiertes Daten- & Kampagnenmanagement, eine 360° Kundensicht und eine einfache Bedienbarkeit für die Fachberater sind nur einige Beispiele.



Unternehmen	FingerHaus GmbH
Branche	Fertighausbau
Produkte	Häuser in Holzfertigbauweise Dienstleistungen
Umsatz	ca. 208 Mio EUR
Sitz	Frankenberg an der Eder // Deutschland
Projekt	Einführung der SAP Sales Cloud und SAP Marketing Cloud
Projektlaufzeit	2019-2021



Jetzt die
vollständige
Case Study
lesen!



Ausgangssituation & Projekt

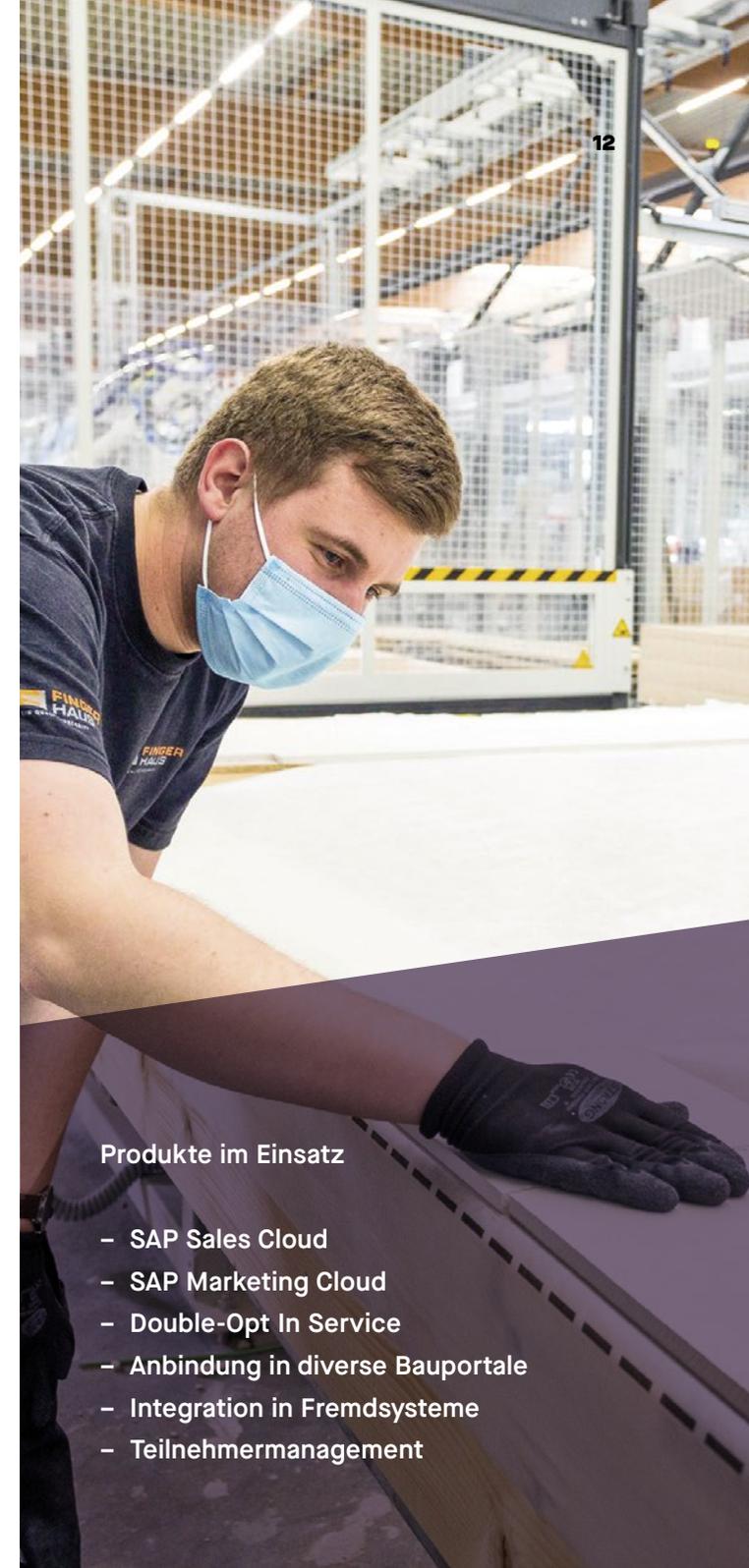
Jährlich verwirklicht FingerHaus über 750 Träume vom Eigenheim. Jedes Haus ist einzigartig und entspricht den individuellen Anforderungen der Bauherren. Dabei begleitet FingerHaus die Kunden von der Idee, über Grundstücksfindung bis zum eigentlichen Bauvorhaben und darüber hinaus. Interessenten wenden sich über unterschiedliche Kanäle an die Fertighaus-Profis – über Webportale, Empfehlungen oder den geknüpften Kontakt aus dem Musterhaus.

Mit **SAP Marketing Cloud & SAP Sales Cloud** setzt FingerHaus einen durchgängigen Lead2Opp-Prozess um und sorgt für eine **nahtlose digitale Customer Journey** – von der ersten Interaktion (z. B. über Web, Telefon, E-Mail), über die Beratung bis zur Angebots-, Auftragserstellung und Baudurchführung.

Ergebnisse

Das neue mobile, einheitliche CRM-System stellt Interessenten und Bauherren in den Mittelpunkt: **Schnelle Reaktionen auf Anfragen jeglicher Art** sind entscheidend. Sobald sich ein Interessent zum Beispiel über die bekannten Portale an FingerHaus wendet, übermittelt das System die Informationen sofort an einen geeigneten Fachberater. Die schnellen Reaktionszeiten senden eine klare Botschaft: Wir sind für euch da – jederzeit!

Neben dem Opportunity-Management ist auch die Verwaltung der Daten ein Knackpunkt. Fachberater, Architekten und Bauzeichner arbeiten gemeinsam an Traumhausprojekten und profitieren von einem gezielten Datenaustausch. Hier spielt die Cloud ihre Vorteile aus: **Daten sind immer und überall verfügbar** und können jederzeit von unterschiedlichen Akteuren aktualisiert werden. Manuelle Fleißarbeit wie das Übertragen von Daten aus Excel ins System entfällt. Der Außendienst kann Daten orts- und zeitunabhängig abrufen und umgekehrt im Kundentermin direkt ins System eintragen.



Produkte im Einsatz

- SAP Sales Cloud
- SAP Marketing Cloud
- Double-Opt In Service
- Anbindung in diverse Bauportale
- Integration in Fremdsysteme
- Teilnehmermanagement

Case Study

Sonnenschutz nach Mass

Ein neuer Webshop, geringere Prozesskosten und noch zufriedeneren Kunden. Reflexa befeuert die Digitalisierung in der Sonnenschutztechnik.

Das Auftragsvolumen steigt und die Belegschaft bleibt gleich. Diese Rechnung geht auf, wenn ein intelligentes System mithilft. Mit der Integration der neuen Commerce-Lösung spart sich Reflexa die manuelle Bearbeitung von mehr als 5.000 eingehenden Aufträgen pro Jahr. Die Kunden profitieren ebenfalls von maßgeschneiderten Online-Angeboten und mehr.



Unternehmen	REFLEXA-WERKE Albrecht GmbH
Branche	Baunebengewerbe
Produkte	Jalousien // Raffstore // Rollläden // Markisen & mehr
Umsatz	ca. 50 Mio/Jahr
Sitz	Rettenbach // Deutschland
Projekt	Einführung eines B2B-Onlineshops inklusive Variantenkonfiguration
Projektlaufzeit	256 Projekttag



Jetzt die
vollständige
Case Study
lesen!



Ausgangssituation & Projekt

Als Familienunternehmen in 2. Generation steht Reflexa für flexible und langlebige Sonnen- und Insektenschutztechnik, die Fachhändler begeistert. Das Produktportfolio ist umfangreich. Für jedes Bauvorhaben befindet sich ein passender Sonnenschutz im Sortiment. Farbe, Maße und Materialien der einzelnen Modelle konfigurieren die Kunden selbst.

Bisher erfassen Vertriebsmitarbeiter die Bestellungen der Fachhändler manuell und tragen sie ins ERP ein. Diese Aufgabe soll in Zukunft auch der Reflexa Webshop übernehmen. Die Herausforderung: **Pro Modell gibt es bis zu 80.000 Variationsmöglichkeiten.** Diese Produktvielfalt gilt es kundenfreundlich im neuen Webshop darzustellen. Hierfür setzt Reflexa auf die SAP Commerce Cloud und die All for One Customer Experience.

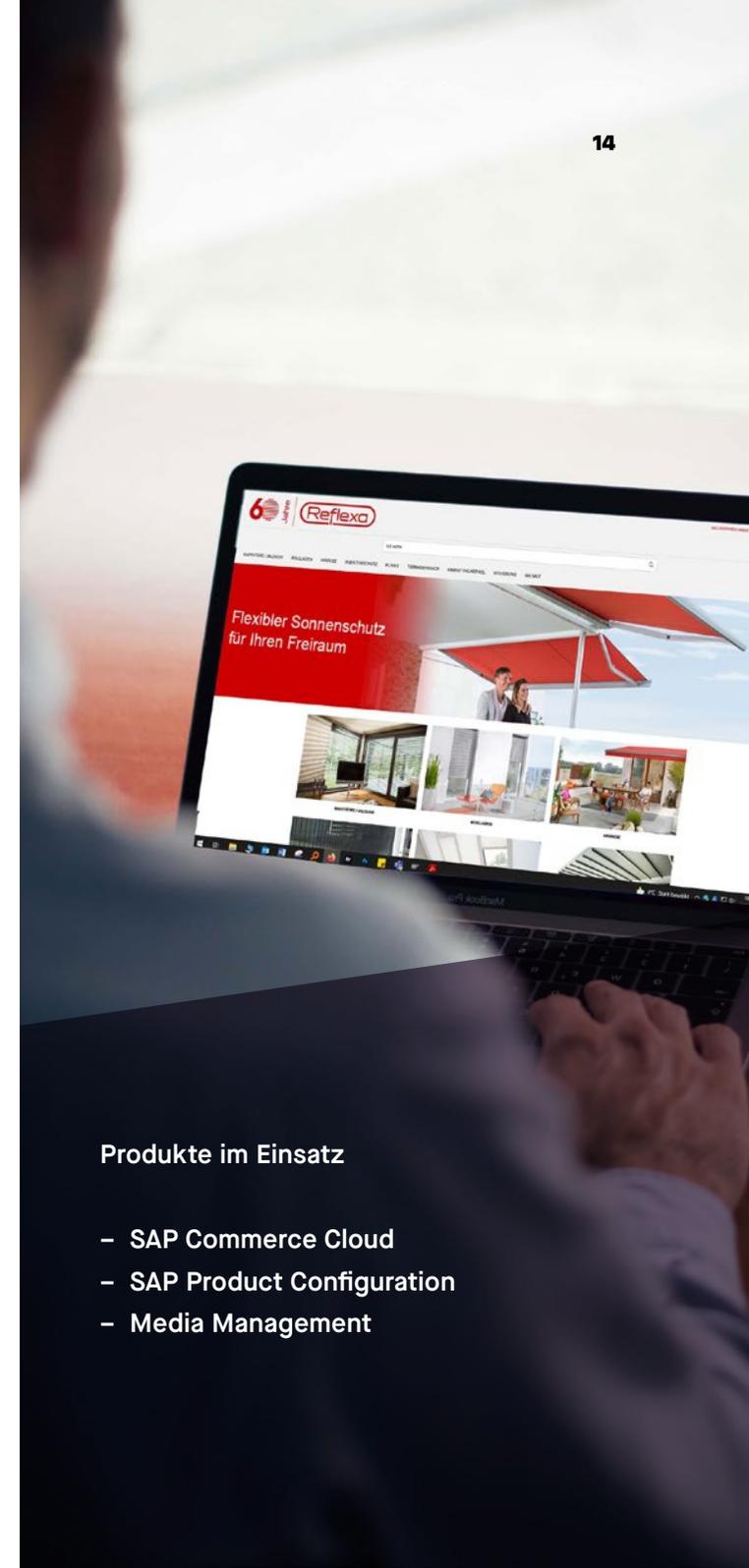
Ergebnisse

Mit dem neuen Onlineshop konfigurieren Kunden ihre Produkte nach ihren individuellen Ansprüchen online selbst und **erhalten sofort ein verbindliches Angebot.** Und das 24/7. Bestellungen werden gespeichert und die Daten vereinfachen Neu- und Nachbestellungen auf beiden Seiten. Die Integration mit dem bestehendem ERP reduziert die Datenpflege.

Gleichzeitig regelt der Onlineshop teils komplexe interne Vorgänge, für die ansonsten Vertriebsprofis verantwortlich sind. Ganz vorne mit dabei: das **Splitting der Bestellungen.** Landen Produkte mit unterschiedlichen Produktions- oder Lieferzeiten in einem Warenkorb, erfolgt eine automatische Teilung des Auftrags. So ist sichergestellt, dass der Kunde bereits fertiggestellte Produkte direkt ausgeliefert bekommt, um diese schneller beim Verbraucher zu installieren. Der Kunde gibt nach wie vor nur eine Bestellung ab.

Produkte im Einsatz

- SAP Commerce Cloud
- SAP Product Configuration
- Media Management



Kontakt

Ansprechpartner

**Sie wollen erfahren, wie auch Sie Ihre
Customer Journey optimieren können?
Kommen Sie gern auf uns zu.
Wir freuen uns auf den Austausch.**

T: +49 721 60 280-0
office.cx@all-for-one.com

All for One Customer Experience GmbH
An der RaumFabrik 33a
D-76227 Karlsruhe

[all-for-one.com](https://www.all-for-one.com)