

CASE STUDY

DER WEG ZUM EIGENHEIM FÜHRT DURCH DIE 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
Umsatz:	ca. 208 Mio EUR
Sitz:	Frankenberg an der Eder // Deutschland
Projekt:	Einführung der SAP Sales Cloud und SAP Marketing Cloud
Projektlaufzeit:	2019-2021





Die Ausgangssituation

Mehr als 200 Jahre Erfahrung in der Holzverarbeitung und seit über 75 Jahren in der Fertighaus-Branche – FingerHaus hat Tradition. Und blickt in eine aussichtsreiche Zukunft. Die Digitalisierung schreitet in Frankenberg seit einiger Zeit voran. Das papierlose Büro ist inzwischen eine Selbstverständlichkeit, genauso wie die Roboterunterstützung in den Produktionsstätten.

Jährlich verwirklicht FingerHaus über 750 Träume vom Eigenheim. Jedes Haus ist einzigartig und entspricht den individuellen Anforderungen der Bauherren.

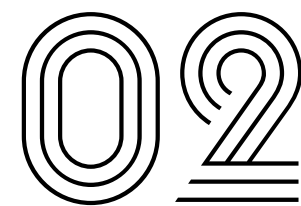
Dabei begleitet FingerHaus die Kunden von der Idee, über Grundstücksfindung bis zum eigentlichen Bauvorhaben und darüber hinaus. Interessenten wenden sich über unterschiedliche Kanäle an die Fertighaus-Profis – über Webportale, Empfehlungen oder den geknüpften Kontakt aus dem Musterhaus.

Schnelle Reaktionen auf Anfragen jeglicher Art sind entscheidend. Sobald ein Interessent Kontakt aufnimmt, sind Daten in Echtzeit gefragt. Die Informationen sollen schnellstens einem Fachberater zugewiesen werden, der bedarfsgerecht reagiert.

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. Nicht zuletzt, um den Kunden zeitig mit Grundrissen zu versorgen und gegebenenfalls Feedback einzuspeisen. Limitierender Faktor: Plattformabhängigkeit. Die seit 2007 fungierende visuelle Datenbank war nicht skalierbar und ließ sich nicht um wichtige Funktionen erweitern. Bestes Beispiel dafür sind Insellösungen, die die Prozesse verlangsamen.





Das Projekt

Wenn etablierte Prozesse neu gedacht werden sollen, liefert externe Expertise frische Ideen. Für die Ausarbeitung und Ausschöpfung neuer Möglichkeiten hat sich FingerHaus deshalb die All for One Customer Experience ins Boot geholt.

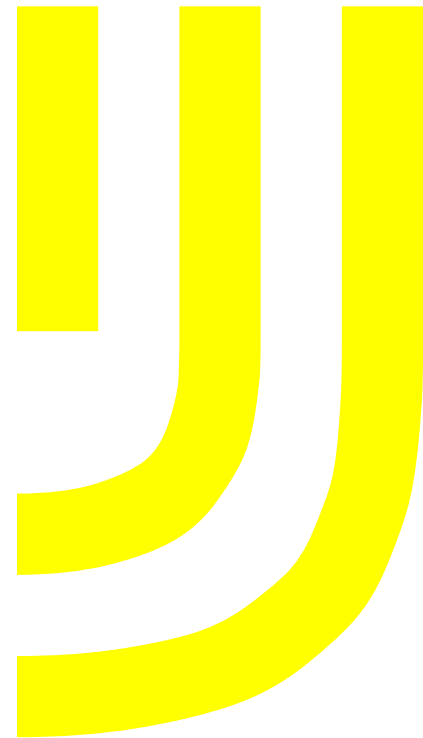
Implementiert wurden nach einem sorgfältigen Auswahlprozess die SAP Sales Cloud und SAP Marketing Cloud.

Großer Vorteil der Cloud: Daten sind immer und überall verfügbar und können jederzeit von unterschiedlichen Akteuren aktualisiert werden. Die zentralisierte, oft mühselige Datenübertragung von Excel-Tabellen ins System entfällt. Der Außendienst kann Daten ort- und zeitunabhängig abrufen oder umgekehrt direkt im Kundentermin eintragen.

Auch was den Lead-Prozess und die Bewertung der Anfragen betrifft, überzeugt die Marketing Cloud. Fachberater, die wissen, welche Interessenten sich im Musterhaus nur umschauen möchten und welche nach dem richtigen Bauunternehmen suchen, können ihre Ressourcen gezielt einsetzen.

Darüber hinaus bietet die Segmentierung verschiedener Kunden- und Interessentengruppen enormes Potenzial. Kampagnen, die auf die unterschiedlichen Lebenssituationen und Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten sind, verzeichnen schließlich mehr Erfolg.

Die Herausforderungen beim Lösungswechsel liegen dabei insbesondere in der komplexen Migration von Altdaten und der Akzeptanz bei Mitarbeitern und dem Außendienst. In diesem Fall ist der Schlüssel zum Erfolg die Anpassung des Systems auf die Bedürfnisse der Fachberater.



**ERFOLG HAT MAN GEMEINSAM ODER GAR NICHT.
MIT DER ALL VOR ONE CUSTOMER EXPERIENCE HABEN
WIR EINEN STARKEN PARTNER AN UNSERER SEITE,
DER VIELE ERFAHRUNGEN – AUCH AUS ANDEREN
BRANCHEN – MITBRINGT.**

DR. MATHIAS SCHAEFER, GESCHÄFTSFÜHRER FINGERHAUS



03

Die Ergebnisse

Fachberater sind mit mobilen Endgeräten ausgerüstet, die Informationen teilweise automatisch ausfüllen und viele Informationen bereits im Vorfeld ausgeben.

Was früher mehrere Kundengespräche beanspruchte, wird nun in einem geklärt. Zusätzlich erhalten Bauherren personalisierte Grundrisse, die ihre eigenen Namen und die ihrer Kinder enthalten. Mit „Emmas Zimmer“ im Exposé erreicht auch die Vorfriede der Kunden ein neues Level.

Im Innendienst fällt außerdem weniger manuelle Fleißarbeit an. Informationen müssen nicht mehr aus der Excel-Tabelle im E-Mail-Anhang ins System übertragen werden. Da bleibt mehr Zeit für Kundenanliegen.

24/7

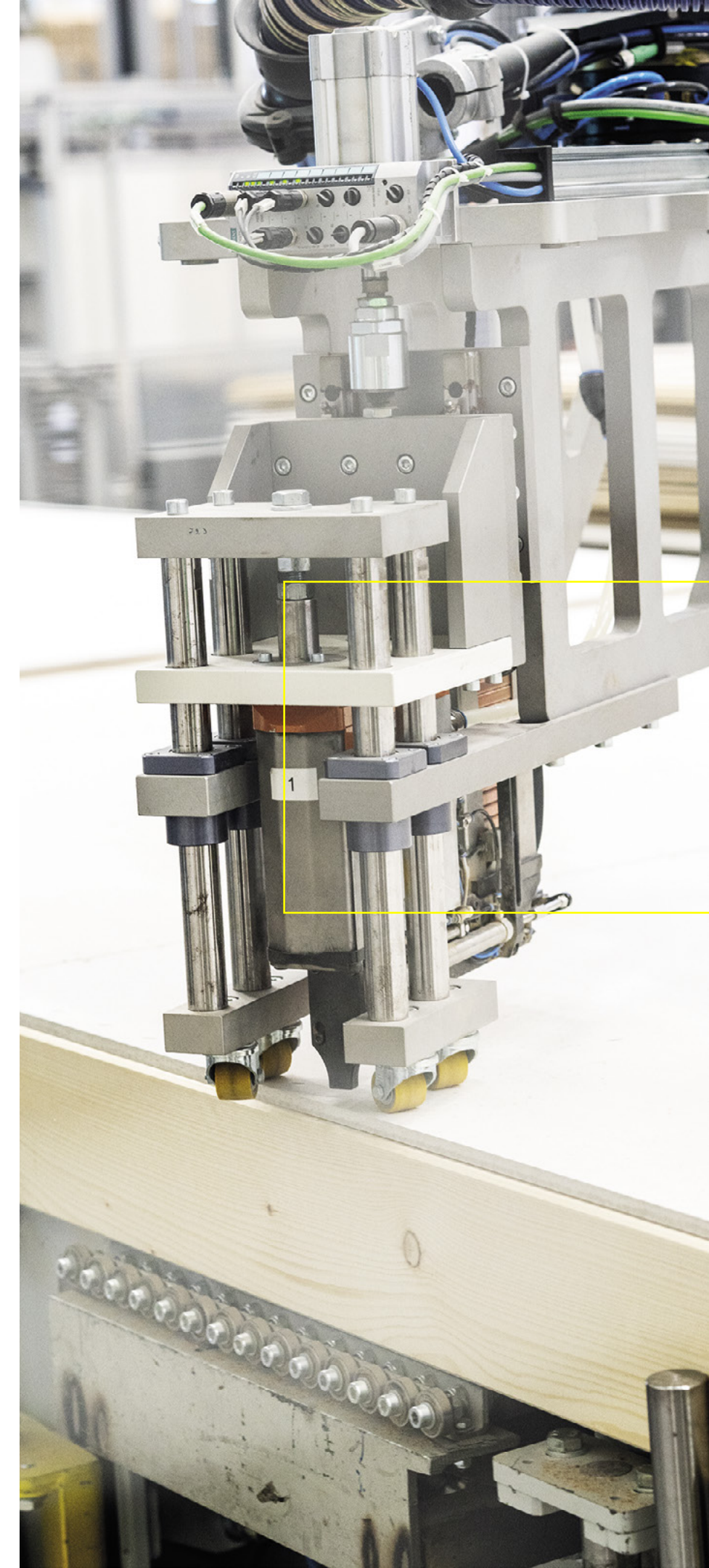
DATENZUGRIFF

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! Dann folgen die Bedarfsanalyse, das Beratungsgespräch und der Weg zum Eigenheim ist geebnet.

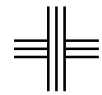
Interessenten, Bauherren und zufriedene Eigenheimbesitzer werden durch Kundensegmentierung ausschließlich mit relevanten Informationen versorgt. Die Erfolge der unterschiedlichen Marketingmaßnahmen lassen sich darüber hinaus besser nachverfolgen. Die daraus abgeleiteten Daten unterstützen FingerHaus dabei, neue maßgeschneiderte Kampagnen zu entwerfen, die potenzielle Kunden überzeugen.

SCHNELLERE

REAKTIONSZEITEN

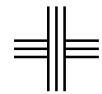


KONKRET



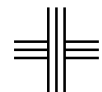
LEAD-MANAGEMENT

Sobald sich Interessenten an FingerHaus wenden, sei es per E-Mail, telefonisch oder im Musterhaus, landen die Daten im System und werden in Echtzeit einem motivierten Fachberater zugespielt.



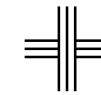
SEGMENTIERUNG

Durch gezielte Kundensegmentierungen können Marketingkampagnen zielgerichteter gestaltet werden und Fachberater bekommen vielversprechende Leads schneller zugewiesen.



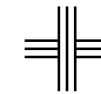
DATENMANAGEMENT

Der Datenaustausch funktioniert unternehmensweit. Dabei bekommen alle Akteure immer die relevanten Daten zugespielt. Genauso erfolgen auch die Aktualisierung und Eingabe der Daten schnell und einfach.



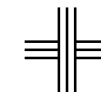
ANPASSBARKEIT

Sobald neue Anforderungen außerhalb des Standards ins Spiel kommen, können weitere Add-ons mit geringem Aufwand hinzugefügt werden. Die entsprechenden Benefits lassen so nicht lange auf sich warten.



ZEITERSPARNIS

Im Innendienst trägt keiner mehr die Daten aus Excel-Tabellen ins System ein und auch die nutzerfreundliche Bedienoberfläche minimiert Technikfrust auf allen Ebenen.



KUNDENNÄHE

Schnelle Reaktionszeiten und gezielte Kommunikation mit unterschiedlichen Zielgruppen schaffen vor allem eins: noch mehr Nähe zum Kunden.



TIPPS

01 DIE GRÖSSTEN HERAUSFORDERUNGEN:

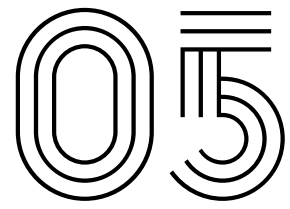
- Eine systemweite nutzerfreundliche Bedienoberfläche realisieren, die mit wenigen Klicks zum Ziel führt.
 - Datenmigration gezielt planen und vorbereiten.
-

02 DIE WICHTIGSTEN LEKTIONEN:

- Wer rechtzeitig erkennt, dass alte Prozesse ausgedient haben, schafft Raum für neue, wirtschaftliche Möglichkeiten.
 - Keine Angst vor einem Systemwechsel! Wer die Arbeit einmal auf sich nimmt, profitiert im Anschluss über Jahre von den Vorteilen.
-

03 DIE WESENTLICHEN ERFOLGSFAKTOREN:

- Mut und Bereitschaft, etablierte Vorgänge neu zu denken.
- Offenheit für neue cloudbasierte Lösungen.
- Expertenteam mit Entscheidungskraft und Innovationswillen.



Die Ansprechpartner

ALL FOR ONE CUSTOMER EXPERIENCE

Kaiserswerther Straße 115
D-40880 Ratingen

office.cx@all-for-one.com

FINGERHAUS GMBH

Auestraße 45
D-35066 Frankenberg/Eder

T +49 6451 504-0
info@fingerhaus.de

