

POLUMANA

BLUEZONE

CASE STUDY:
FÖRCH UNTERNEHMENSGRUPPE

FÖRCH STÄRKT SEINEN MULTI-CHANNEL-VERTRIEBSANSATZ MIT EIGENER SALES-APP

Wie eine Vertriebs-App bei FÖRCH zu einer sinnvollen Orchestrierung des Kundenmanagements und erfolgreiches Cross- und Upselling durch das Sales-Team beiträgt.

Förch ist mit seinen mehr als 100.000 Werkstatt-, Montage- und Befestigungsartikeln einer der führenden deutschen Anbieter von Produkten für Handwerk und Industrie. In dem Familienunternehmen arbeiten aktuell 3.500 Mitarbeitende für die Zufriedenheit von mehr als 300.000 Kunden weltweit. Neben den 34 Verkaufs-Standorten in Deutschland und über 55 Ländervertretungen, setzt FÖRCH auf einen effizienten Multi-Channel-Vertriebsansatz und eine wirkungsvolle E-Commerce-Strategie.



Unternehmen:	Theo Förch GmbH & Co.KG
Branche:	Handwerk und Industrie
Produkte:	Produktion und Vertrieb von Werkstatt-, Montage- und Befestigungsartikeln
Umsatz:	514 Mio. Euro (2021)
Mitarbeitende:	3.500
Sitz:	Neuenstadt am Kocher (Baden-Württemberg, Deutschland)
Projekt:	Einführung eines neuen Webshops und einer Vertriebs-App parallel zur Umstellung der eigenen ERP-Systems auf SAP S/4HANA

01.

DIE AUSGANGS-SITUATION

Die Unternehmensgruppe FÖRCH ist ein modernes Familienunternehmen. Das seit der Gründung beständige Wachstum entstand unter anderem durch eine starke Internationalisierung und damit einhergehend einer immer komplexeren IT-Infrastruktur. Ein drängendes Thema stellte zum Beispiel die Vereinheitlichung der in den verschiedenen Ländern eingesetzten ERP-Systeme dar.

Gleichzeitig setzt FÖRCH im Bereich Sales erfolgreich auf einen Multi-Channel-Vertriebsansatz, der immer weiter optimiert werden muss und hauptsächlich auf drei Säulen basiert: den gewachsenen direkten Kundenbeziehungen der rund 2.000 Außendienstmitarbeitenden, der professionellen Beratung in den zahlreichen Verkaufs-Standorten und der zuverlässigen Performance des eigenen Webshops.

02.

DAS PROJEKT

Im Jahr 2019 traf man bei FÖRCH die Entscheidung, das in die Jahre gekommene, selbstentwickelte ERP-System zunächst in Deutschland und anschließend sukzessive die jeweiligen Systeme in weiteren europäischen Ländergesellschaften durch SAP S/4HANA zu ersetzen. Dies sollte unter anderem die Voraussetzung für künftige digitale Lösungen schaffen.

Mit künftigen digitalen Lösungen sind zeitgemäße Tools wie ein leistungsfähiger und kundenfreundlicher Webshop und eine moderne und zuverlässige Vertriebs-App gemeint. Bei Letzterer entschied sich FÖRCH für eine auf der POLUMANA® App von der BLUE-ZONE GmbH basierende Lösung. In Kombination mit einem modernen ERP-System und dem erneuerten Webshop sollte eine zukunftsfähige digitale Infrastruktur entstehen.

03.

DIE ERGEBNISSE

Das Go-Live des neuen SAP-Systems – inklusive der Umstellung des Webshops und der POLUMANA® Vertriebs-App auf S/4HANA – ist ohne größere Komplikationen geglückt: Die rund 700 FÖRCH Außendienstmitarbeitenden in Deutschland wickelten gleich zum Start über 70.000 Aufträge pro Monat über die neue Vertriebs-App ab.

Dank der vorgezogenen Einführung des neuen Webshops und der Vertriebs-App konnte sich das Projektteam beim großen ERP-Systemwechsel zu 100 Prozent auf technische und prozessuale Probleme und Fragen konzentrieren. Um es konkret zu machen: In den ersten Wochen mussten in der Regel nur durchschnittlich fünf Supportanfragen seitens der betroffenen Außendienstmitarbeitenden pro Tag bearbeitet werden.

04.

DIE VORTEILE DER POLUMANA® VERTRIEBS-APP

- die POLUMANA® Vertriebs-App kann jederzeit an neue Bedürfnisse und Rahmenbedingungen angepasst und um eine Service-App ergänzt werden
- auch große Datenmengen stellen für die POLUMANA® App kein Problem dar
- selbst bei einer langsamen Internetverbindung verfügt die POLUMANA® App über eine hervorragende Systemperformance und ist sogar voll offline-fähig
- die POLUMANA® Vertriebs-App ist in 18 Sprachen verfügbar und bereits bei mehr als 16.000 Named Usern erfolgreich im Einsatz.

01.

DIE AUSGANGSSITUATION

Die Unternehmensgruppe FÖRCH ist ein modernes Familienunternehmen mit Standorten in 55 Ländern und gut 60-jähriger Historie. Das Unternehmen ist in dieser Zeit permanent gewachsen und macht mittlerweile mehr als eine halbe Milliarde Euro Umsatz im Jahr. Dieses Wachstum entstand unter anderem auch durch eine starke Internationalisierung und damit einhergehend einer immer komplexeren IT-Infrastruktur. In Kombination mit der zunehmenden Notwendigkeit der Digitalisierung führte dies bei FÖRCH zu dem Entschluss, die zunehmenden Herausforderungen als Chance zu sehen – ein Beispiel: die Schrittweise Vereinheitlichung der in den verschiedenen Ländern eingesetzten ERP-Systeme.

Eine weitere Besonderheit von FÖRCH. Das Unternehmen setzt im Bereich Sales erfolgreich auf einen Multi-Channel-Vertriebsansatz, der die Vorteile von zwischenmenschlichen Beziehungen und digitalen Lösungen möglichst optimal miteinander kombiniert. In der Praxis bedeutet das: Der Vertriebs Erfolg basiert hauptsächlich auf drei Säulen – den gewachsenen direkten Kundenbeziehungen der rund 2.000 Außendienstmitarbeitenden, der professionellen Beratung in den zahlreichen Verkaufs-Standorten und der zuverlässigen Performance des eigenen Webshops.

Äußere Einflussfaktoren machten das Projekt zu einer ganz besonderen Herausforderung: die weltweite Corona-Pandemie, kollabierende Lieferketten und ein Krieg in Europa mit explodierenden Fracht- und Beschaffungspreisen.



POLUMANA

02.

DAS PROJEKT

Im Jahr 2019 traf man bei FÖRCH die Entscheidung, das in die Jahre gekommene, selbstentwickelte ERP-System zunächst in Deutschland und anschließend sukzessive die jeweiligen Systeme in weiteren europäischen Ländergesellschaften durch SAP S/4HANA zu ersetzen. „Eine Vereinheitlichung der Systemlandschaft ist für uns mittel- bis langfristig nicht nur finanziell von Vorteil, sondern auch die Voraussetzung für künftige digitale Lösungen, mit denen wir unsere Kunden und Mitarbeitenden unterstützen und dank derer wir als Unternehmen weiter wachsen wollen“, so Steffen Federer, Geschäftsbereichsleiter IT und Digitales Business bei FÖRCH.

Mit künftigen digitalen Lösungen meint Federer zeitgemäße Tools wie ein leistungsfähiger und kundenfreundlicher Webshop und eine moderne und zuverlässige Vertriebs-App. Bei Letzterer entschied sich FÖRCH für eine auf der POLUMANA® App von BLUE-ZONE basierende Lösung. In Kombination mit einem modernen ERP-System und dem erneuerten Webshop sollte eine zukunftsfähige digitale Infrastruktur entstehen – und eben Tools zum Einsatz kommen, die das FÖRCH Vertriebsteam bei dessen Arbeit mit den teils über Jahrzehnte gewachsenen persönlichen Kundenbeziehungen wirkungsvoll unterstützen würden.

Um die Mitarbeitenden im Innendienst sowie in der IT-Abteilung nicht zu überfordern und langjährigen Außendienstmitarbeitenden die Möglichkeit zu geben, sich durch langsames Ausprobieren an die neuen Tools und Prozesse zu gewöhnen, sollten der neue Webshop und die Vertriebs-App bereits im Frühjahr 2021 zunächst auf dem alten ERP-System starten – ein knappes Jahr vor dem Launch von SAP S/4HANA Anfang 2022.

03.

DIE ERGEBNISSE

Das Go-Live des neuen SAP-Systems – inklusive der Umstellung des Webshops und der POLUMANA® Vertriebs-App auf S/4HANA – ist ohne größere Komplikationen geglückt: Die rund 700 FÖRCH Außendienstmitarbeitenden in Deutschland wickelten gleich zum Start über 70.000 Aufträge pro Monat über die neue Vertriebs-App ab.

Die vorgezogene Einführung des neuen Webshops und der Vertriebs-App führte zu einer fast unbedeutend kleinen Zahl an Supportanfragen seitens der betroffenen Außendienstmitarbeitenden. In den ersten Wochen mussten in der Regel nur durchschnittlich fünf pro Tag bearbeitet werden.

Steffen Federer resümiert: „Für mich steht fest, dass die BLUE-ZONE GmbH einen großen Anteil daran hatte, dass wir das Projekt trotz einer parallel stattfindenden ERP-System-Einführung und der unglaublich komplizierten äußeren Rahmenbedingungen in so einer kurzen Zeitspanne erfolgreich realisieren konnten. Auch Monate nach dem großen Go-Live, schätze ich die sehr agile und immer lösungsorientierte Arbeitsweise des BLUE-ZONE Teams sehr.“

04.

DIE HIGHLIGHTS

+ GROSSPROJEKT SMART UMGESETZT

Dank des vorgezogenen Launchs von Webshop und Vertriebs-App im alten ERP-System konnte sich das Projektteam beim Go-Live von S/4HANA zu 100 Prozent auf technische und prozessuale Probleme und Fragen konzentrieren, da Webshop und App nur noch umgestellt und nicht zusätzlich neu eingeführt werden mussten.

+ BLUEPRINT FÜR DIE ANDEREN LÄNDER STEHT

Nach dem erfolgreichen Go-Live in Deutschland steht die Einführung in den anderen Landesgesellschaften an. Länderspezifika wie individuelle Preiskalkulationen oder Provisionsberechnungen sowie weitere historisch gewachsene Besonderheiten müssen berücksichtigt werden, aber die Grundlage ist bereits gelegt.

VORTEILE DER POLUMANA® APP

+ AUSBAUFÄHIG

Die POLUMANA® Vertriebs-App kann natürlich jederzeit an neue Bedürfnisse und Rahmenbedingungen angepasst werden. Mit der POLUMANA® Service-App bietet die BLUE-ZONE GmbH zudem eine Schwester-App für Kundendienst- und Serviceteams.

+ ZUVERLÄSSIG UND PERFORMANT

Große Datenmengen sind für die POLUMANA® App kein Problem. Selbst die über 100.000 Produkte wie bei FÖRCH, die immer aktuell gehalten und – abgestimmt mit den anderen Vertriebskanälen und den Lagerstandorten – geführt werden müssen, bringen die App noch lange nicht an ihre Grenzen.

+ VOLL OFFLINE-FÄHIG

Selbst bei einer langsamen Internetverbindung verfügt die POLUMANA® App über eine hervorragende Systemperformance und ist sogar voll offline-fähig. Auch bei Kundenterminen in Regionen mit schlechter oder gar keinem Mobilfunknetz und Gebäuden werden auch große Datenmengen schnell geladen.

+ INTERNATIONAL UND GEWINNBRINGEND EINSETZBAR

Die POLUMANA® Vertriebs-App ist in 18 Sprachen verfügbar und bereits bei mehr als 16.000 Named Usern erfolgreich im Einsatz. Bei FÖRCH bildet die App mittlerweile die Grundlage für eine wirkungsvolle Orchestrierung des Kundenmanagements und erfolgreiches Cross- und Upselling durch das Sales-Team.





„Für mich steht fest, dass die BLUE-ZONE GmbH einen großen Anteil daran hatte, dass wir das Projekt trotz einer parallel stattfindenden ERP-System-Einführung und der unglaublich komplizierten äußeren Rahmenbedingungen in so einer kurzen Zeitspanne erfolgreich realisieren konnten. Auch Monate nach dem großen Go-Live, schätze ich die sehr agile und immer lösungsorientierte Arbeitsweise des BLUE-ZONE Teams sehr.“

STEFFEN FEDERER // GESCHÄFTSBEREICHSLEITER IT UND DIGITALES BUSINESS, FÖRCH



DIE ANSPRECHPARTNER



BLUE-ZONE GMBH

Am Oberfeld 1
D-83026 Rosenheim

Emanuele Parlato
Director Sales and Marketing
+ 49 8031 6192926
kontakt@blue-zone.io



FÖRCH UNTERNEHMENSGRUPPE

Theo-Förch-Str. 11-15
D-74196 Neuenstadt

Steffen Federer
Geschäftsbereichsleiter IT / Digital Business
+49 7139 95-0
info@foerch.de