

10 % mehr Umsatz durch die Digitalisierung der Customer Journey

Quickfacts

- **Unternehmen:** OEM
- **Branche:** Industrielle Fertigung / Automotive
- **Projektlaufzeit:** 60 Monate
- **Umfang:** 2-stelliger Mio. €-Bereich

Mehrwert

- 10% Umsatzsteigerung
- Erhöhte Händler- und Kundenloyalität
- Klare, umsetzbare Digitalstrategie
- Transparente, zielgerichtete und gebündelte Projektsteuerung

Herausforderung

Der international agierende OEM mit indirektem Vertriebskanal stand vor der Herausforderung, den Prozess-, Informations- und Datenfluss über die gesamte Händlerlandschaft hinweg zu integrieren und zu optimieren. Umständliche Prozesse, fehlende Produktdaten, Schnittstellenverluste und Systemlücken führten zu verlängerten Verkaufszyklen, geringerer Händler- und Kundenbindung und damit zwangsläufig zu nicht realisierten Umsatzpotentialen. Durch die digitale Unterstützung und Integration der Handelsabläufe sollten die bestehenden Lücken geschlossen, eine optimale Kundenberatung gewährleistet und damit die Händlerbindung, die Verkaufsabschlussquote und der Umsatz gesteigert werden.

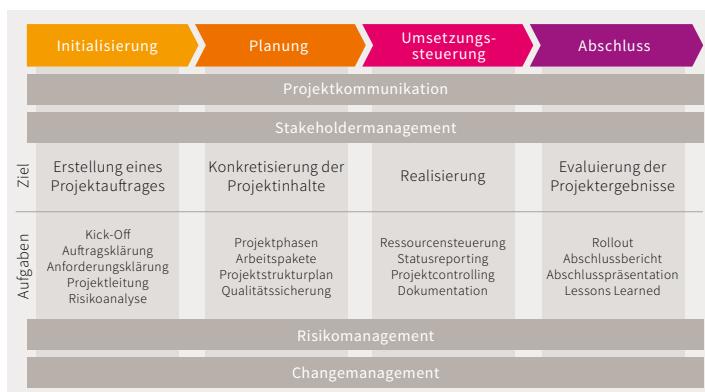
Lösung

Im Einzelnen wurden folgende Lösungsbausteine konzipiert und realisiert:

- Mobiles Prozess- und Integrationsportal mit Anbindung an Zentral- und Handelssysteme (inkl. Legacy)
- 3D-Produktkonfigurator im Handel zur Vorführung und Beratung
- Multimedia Produktstelen

Methoden / Technologie

- Kreativworkshops
- SWOT- & Gap-Analysen
- Lösungskonzeption
- Anforderungs-, Programm- & Projektmanagement
- Dienstleistersteuerung
- PRINCE 2 & Scrum



»Die fme AG hat uns dabei unterstützt unsere Digitalstrategie in realisierbare Projektinitiativen zu überführen und hat die Projekt- und Programm-Steuerung erfolgreich übernommen.«
(Projektleiter Digitale Initiativen, OEM)

Weitere Informationen auf www.fme.de