

Von Lockdowns und Kickstarts

Success Story mit der Erwin Hymer Group SE



Customer Success im Sales und Marketing

Gewinnung von Neukunden mit der Salesforce Marketing Cloud

Wie man in „Corona-Zeiten“ mit Hilfe der Salesforce-Marketing Cloud auf Messen und Veranstaltungen verzichten kann: Die Erwin Hymer Group (EHG) hat aus der Krise heraus proaktiv gehandelt und mit Hilfe von Digitalmarketing viele neue Leads und Kunden generiert.

Mit der Implementierung der Marketing Cloud und unserer Salesforce Beratung haben wir innerhalb kürzester Zeit ein Erfolgsmodell geschaffen mit verblüffenden Ergebnissen und eindrucksvollen Zahlen.

Eine gemeinsame Erfolgsstory geprägt von „Lockdowns und Kickstarts“.

Erfahren Sie, wie der führende Hersteller von Freizeitfahrzeugen, Reisemobilen und Wohnwagen auch in „Corona-Zeiten“ ohne Veranstaltungen und Messen seinen Leadkanal füllen und neue Umsätze generieren kann - und trotz der diesjährigen Messeabsagen drohende Absatzeinbrüche durch Digitalmarketing und Marketing Automation mit der Salesforce Marketing Cloud verhindert.

ERWIN HYMER GROUP

Unternehmen: Erwin Hymer Group SE
Hauptsitz: Bad Waldsee
Branche: Automotive / Fertigung
Mitarbeiter: >7.350
Umsatz: 2,2 Mrd. EUR (2019)
Multi-Cloud-
Lösungen: Salesforce Sales-Cloud, Marketing-
Cloud, Integration-Cloud
Anzahl User: >220 Anwender
Web: www.erwinhymergroup.com



Ausgangslage

Wir unterstützen unseren Kunden bei der digitalen Transformation von Geschäftsprozessen mit den Produkten Sales Cloud und Marketing Cloud. Nicht zuletzt geht es dabei um die Digitalisierung von Marketing Kampagnen und der Automatisierung von Vertriebsprozessen, um die Leadkosten zu senken und gleichzeitig Leads und Umsatz trotz Messeabsagen zu steigern und drohende Absatzeinbrüche

durch Digitalmarketing und Marketing Automation mit der Salesforce Marketing Cloud zu verhindern. Im Zuge der Digitalisierung sollte auch die Markenstrategie bei der Erwin Hymer Group unter Einbindung aller Marken, Vertriebsgesellschaften und Händler auf einer gemeinsamen zentralen Plattform mit höherem Automatisierungsgrad und mobilisierten Prozessen homogenisiert werden.

Ziele

Zielsetzung war es den drohenden Wegfall der Messeverkäufe alternativ durch digitale Neukundengewinnung unter Einbindung aller Marken, Vertriebsgesellschaften und Händler zu substituieren sowie die „Cost per Lead“ und „Cost per Sales“ durch die Umsetzung einer digitalen Leadgenerierungsstrategie zu reduzieren. Zudem sollte mit dem Einsatz von Sa-

lesforce ein transparenter Single Source of Truth über alle Standorte, Marken, Vertriebsgesellschaften und Händler hinweg geschaffen werden. Informationen aus bestehenden ERP- & CMS-Systemen sollten auf einer zentralen, digitalen CRM-Plattform idealerweise auch verbunden mit den Aktivitäten aus Marketing, Vertrieb und Service gebündelt werden.



„Es ist für uns immer noch ein Mirakel. Wir waren termintreu und budgettreu. Die Kernerkenntnis, die wir aus diesem gemeinsamen Projekt gezogen haben, ist sicherlich, dass sich die Investition in eine gemeinsame digitale Infrastruktur, die wir über alle Marken hinweg nutzen, relativ schnell rechnet.“

Stefan von Terzi

Head of Marketing & Communications - Erwin Hymer Group SE

Anforderungen und Lösung

- Scoping Workshops (Analyse und Beratung) zur Spezifikation von Anforderungen, Priorisierung und Definition von Prozessen
- Vorbereitung Architektur Sales Cloud zur Einbettung des Projektabschnittes
- Entwicklung Händlerportal in Salesforce in Verbindung zu SAP zur zentralen Verwaltung durch den Händler
- Einrichtung mehrmarkenfähige Marketing Cloud
- Customer-Journeys zur Kommunikation bei Fahrzeug-Konfiguration, Terminvereinbarung und Probefahrt
- Einrichtung DOI-Journey und Preference-Center
- ERP-Schnittstelle zu SAP, ProAlpha, Abas, AS 400
- Landingpage Anbindung an Salesforce-Multi-Cloud-Szenario

Nutzen

- Zusammenführen von Datensilos in einem Single Source of Truth
- Prozessoptimierung & -automatisierung
- Verbesserung der Datenqualität
- Abbildung der Endkundenverkäufe unter Einbindung aller Marken, Vertriebsgesellschaften und Händler
- Bestandsübersicht beim Handel
- Bessere Transparenz der Marktsituation
- Reduktion der „Cost per Lead“ und „Cost per Sales“

Strategie

Strategie und Konzept war, neue Kunden verstärkt durch Digitalmarketing Kampagnen zu gewinnen. In Phase 1 wurden mit einer gruppen- und europaweiten digitalen Kommunikationskampagne mit dem Schwerpunkt „Slow Travel – bewusst reisen“ neue Kunden angesprochen, da klassische Reiseformen wie Flugreisen oder Kreuzfahrten zu diesem Zeitpunkt in der Pandemiephase wesentlich unter Druck geraten sind. In Phase 2 wurde mit der Neukundengewinnung ge-

startet, die über Marketing-Automation an die 1.000 Handelspartner in Europa entsprechend weitergeleitet werden sollte. Zu dem beschleunigten Roll-Out der benötigten Infrastruktur gehören das Händlerportal der Erwin Hymer Group sowie die Salesforce Marketing Cloud. Der Ansatz dabei war es generierte Leads und die Neukundengewinnung durch das Zusammenspiel von Sales- und Marketing Cloud CRM-gestützt an die Händler weiterzuleiten.

Ergebnis

Termintreu und budgettreu: Multi-Brand Lösung mit der Integration von 11 Marken in 14 Ländern und 9 Sprachen in einem einheitlichen und zentralen Multi-Cloud System innerhalb von 3 Monaten. Mit der Unterstützung von comselect nimmt die Erwin Hymer Group eine Vorreiterrolle im Bereich Customer Centricity, Customer Experience und Customer Success in ihrer Branche ein. Ab sofort können sich Interessierte der Erwin Hymer Group Marken, online Ihr Wunschfahrzeug konfigurieren sowie Termine mit Händlern und Probefahrten vereinbaren. Die Abbildung der Endkun-

denverkäufe wird über ein zentrales Händlerportal koordiniert. Die Abwicklung der Kommunikation läuft dabei über individuelle Customer-Journeys, die den Kunden up-to-date zu seinen gewünschten Anfragen halten und an die entsprechenden Handelspartner weitergeleitet werden. In 6 Wochen konnten >4.000 qualifizierte Leads generiert werden, bei einer gleichzeitigen Reduktion der Leadkosten und „Cost per Sales“.



comselect Projektmethodik

comselect und EHG realisierten das Projekt unter Einsatz des agilen Projektverfahrens, bei dem unter anderem ein Perspektiv-Wechsel vorgenommen wird, um die Anforderungen des Endkunden im Serviceportal sichtbar zu machen. In Wochen-Zyklen wurden Umsetzung und Ergebnisse sowie der Stand der Dinge diskutiert. Dabei bekommt neben dem „Wie“ das „Warum“ eine entscheidende Bedeutung. Der Vorteil für den Kunden: Bereits nach kurzen Zyklen werden Ergebnisse sichtbar, die bewertet und optimiert werden können. Daraus ergibt sich ein Höchstmaß an Transparenz und Flexibilität.

Erwin Hymer Group SE

Die Erwin Hymer Group SE mit Sitz in Bad Waldsee, Tochtergesellschaft der Thor Industries, ist einer der größten Hersteller von Wohnmobilen und Wohnwagen in Europa. Zur Hymer Group gehören neben der Ursprungsmarke Hymer unter anderem auch Bürstner und Dethleffs.



comselect - Salesforce Gold Partner

comselect ist ein inhabergeführtes Unternehmen mit Hauptsitz in Mannheim und Niederlassung in Augsburg. Unsere Experten aus den Bereichen CRM Consulting, künstliche Intelligenz, digitales Marketing und Prozesse haben sich auf die Umsetzung komplexer Digitalprojekte, von der strategischen CRM Beratung, über die Konzeption bis zur Umsetzung, spezialisiert.

Haben Sie noch Fragen? Wir freuen uns über Ihre Kontaktanfrage



Bernd Bittner
Sales Director
+49 (621) 76133 - 500
b.bittner@comselect.de

comselect GmbH
Theodor-Heuss-Anlage 12
68165 Mannheim
www.comselect.de

Wir unterstützen Sie gerne, sowohl bei den ersten Schritten vor einem Projektstart als auch bei Einführung, Integration, Schulung und Wartung. Nehmen Sie mit uns Kontakt auf – für ein erfolgreiches Projekt.

