

KONZEPTION UND EINFÜHRUNG EINES CRM-KONZEPTS FÜR EINEN MODEHÄNDLER

Capgemini Invent unterstützt einen führenden Modehandelskonzern bei der konzeptionellen Entwicklung eines Kundenbindungsprogramms und definierte die Daten- und Schnittstellenarchitektur. Das Konzept beruht auf einer Salesforce-Lösung. Die geschaffene 360°-Kundensicht ermöglicht die gezielte Kundenansprache und führt zu einer gesteigerten Kundenloyalität.

Dynamische Kundenbedürfnisse, minimale Wechselkosten und ein steigender Wettbewerbsdruck sind Gründe für einen rückläufigen Umsatz und sinkende Kundenzahlen bei unserem Kunden. Stetige Veränderungen im Kaufverhalten von Endkunden verpflichten das Unternehmen zudem die individuellen Bedürfnisse ihrer Kunden in den Mittelpunkt ihrer Omnichannel-Strategie zu stellen.

Technologiekonzerne wie Amazon haben die Relevanz von strukturierten und unstrukturierten Daten erkannt und das Geschäftsmodell um die generierten Kundendaten aufgebaut. Auch in der Modebranche werden innovative Technologien eingesetzt, um Daten entlang der Omnichannel-Strategie zu sammeln, aufzubereiten und in Echtzeit zu analysieren. Ziel ist es, das Kaufverhalten der Kunden besser zu verstehen, Vorlieben zu identifizieren und Produktangebote optimiert zu platzieren.

Die 360° Kundensicht und die Generierung von Bewegungsdaten der Kunden nicht nur im Onlinegeschäft, sondern auch In-store sind die Ziele unseres Kunden gewesen. Wir begleiteten unseren Kunden bei dieser Transformation, bei dem viele Kerngeschäftsprozesse im Bereich des Customer-Relationship-Managements (CRM) auf unvollständigen Kundenstammdaten, welche mit einer in die Jahre gekommenen CRM Lösung verwaltet wurden, beruhen. Dies führte dazu, dass das Unternehmen über Jahre viele Kundendaten aus dem Onlinegeschäft aber kaum Kundenkenntnisse gesammelt hat.

Overview

Kunde: Führender europäischer Modehandelskonzern mit Hauptsitz in Deutschland.

Branche: Einzelhandel

Ort: Europa

Client Challenges / Business Need:

Um auf Veränderungen im Kaufverhalten der Kunden adäquat zu reagieren, soll ein attraktives Kundenbindungsprogramm etabliert werden. Herausfordernd waren hierbei die fehlenden Prozesse sowie die veraltete Software-Lösung im Kundendatenmanagement.

Ergebnisse:

Das CRM und Kundenbindungskonzept, die Machbarkeitsstudie aus Sicht der IT und der wirtschaftliche Nutzen des Programms wurden bewertet, detailliert und für die Implementierung vorbereitet.

Das tiefe Verständnis der Handelsbranche, die langjährige Erfahrung und unsere methodische Kompetenz legten die Grundlage für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit unserem Kunden.

Um das Unternehmen zukunftsorientiert auszurichten wurde ein umfangreiches CRM und Loyalitätsprogramm erarbeitet. Hierzu wurde neben der reinen Konzeption und Detaillierung des Kundenbindungskonzepts, die operative Geschäftsorganisation für die zukünftige CRM Abteilung definiert, ein geeigneter Software-Auswahlprozess durchgeführt und der wirtschaftliche Nutzen des Programms analysiert. Gleichzeitig wurde die IT als strategischer Hebel positioniert, um Wettbewerbsvorteile bei Angebot, Reichweite, Kundenbindung und Kundenservice zu erzielen.

In einem ersten Schritt wurden mit den Fachbereichen unseres Kunden neue Soll-Prozesse als Grundlage für das Kundenbindungsprogramm geschaffen. Das Programm wurde hierbei unter Berücksichtigung der Omnichannel-Strategie unseres Kunden entwickelt. Dabei hat Capgemini Invent den Kunden jederzeit bei fachlichen und technischen Fragen auf Basis unserer umfangreichen Kenntnisse vertrauensvoll beraten und über branchenweite Best Practices informiert.

In einem zweiten Schritt wurden entlang der gesamten Wertschöpfungskette Datengenerierungspunkte definiert. Salesforce, als zentrale Applikation des neuen CRM-Programms, greift dabei auf strukturierte Daten aus internen Systemen und auf unstrukturierte Daten aus Social Media zu und schafft so eine umfassende Sicht auf den Endkunden. Die geschaffene Datenvielfalt ermöglicht es, das Kaufverhalten der Kunden besser zu verstehen und Produktangebote personalisiert auszusteuern.

Um eine unkontrollierbare Flut der gesammelten Daten zu verhindern, wurde darüber hinaus eine klare Datenstrategie entwickelt, die vorgibt, welche Daten zu welchem Zweck gesammelt und genutzt werden. Zusätzlich wurde die Datenstrategie DSGVO-konform ausgearbeitet und für die Implementierung vorbereitet.

Schließlich wurde die IT-Architektur für die zukünftige Salesforce-Lösung, basierend auf der Datenstrategie, definiert. Hierzu wurde in enger Abstimmung mit unserem Kunden eine neue Applikations- und Schnittstellenarchitektur entwickelt und auf das neue Betriebsmodell ausgelegt. Durch unsere enge Zusammenarbeit mit dem Kunden konnte ein kontinuierlicher Wissenstransfer gewährleistet werden und alle Themen nach Projektabschluss nahtlos in die Linienorganisation überführt werden.

Über Capgemini Invent

Capgemini Invent ist die Marke für digitale Innovation, Beratung und Transformation der Capgemini Gruppe. Sie hilft CxOs dabei, die Zukunft ihrer Unternehmen zu planen und zu gestalten. Das Team vereint Strategie, Technologie, Data Science und kreatives Design mit fundierter Branchenexpertise, um neue digitale Lösungen und die Geschäftsmodelle der Zukunft zu entwickeln. Capgemini Invent beschäftigt über 6.000 Mitarbeiter in mehr als 30 Standorten und 22 Kreativstudios weltweit.

Capgemini Invent ist integraler Bestandteil von Capgemini, einem der weltweit führenden Anbieter von Management- und IT-Beratung, Technologie-Services und Digitaler Transformation. Als Wegbereiter für Innovation unterstützt das Unternehmen seine Kunden bei deren komplexen Herausforderungen rund um Cloud, Digital und Plattformen. Auf dem Fundament von 50 Jahren Erfahrung und umfangreichem branchenspezifischen Know-how hilft Capgemini seinen Kunden, ihre Geschäftsziele zu erreichen. Hierfür steht ein komplettes Leistungsspektrum von der Strategieentwicklung bis zum Geschäftsbetrieb zur Verfügung. Capgemini ist überzeugt davon, dass der geschäftliche Wert von Technologie durch Menschen entsteht. Die Gruppe ist ein multikulturelles Unternehmen mit über 200.000 Mitarbeitern in mehr als 40 Ländern, das 2018 einen Umsatz von 13,2 Milliarden Euro erwirtschaftet hat. *People matter, results count.*

Mehr unter www.capgemini.com/de-de/invent

Capgemini Invent Ansprechpartner:



Marvin Maiwald
Experte in Consumer Products,
Retail & Distribution
+49 151 4025 0976
marvin.maiwald@capgemini.com



Patrick Köster
Experte in Consumer Products,
Retail & Distribution
+49 151 4025 0681
patrick.koester@capgemini.com