



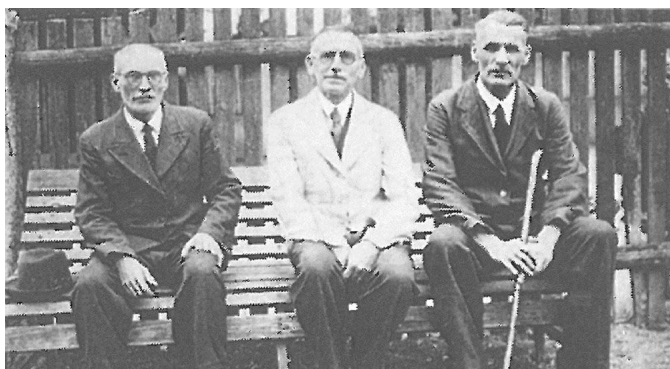
SCHÖCK

VOM TRADITIONSUNTERNEHMEN ZUR POP-IKONE

Success Story

VOM TRADITIONSUNTERNEHMEN ZUR POP-IKONE

Die Firma Schock wurde im Jahr 1924 von den Brüdern Karl, Wilhelm und Hermann Schock gegründet und hat ihren Sitz im bayerischen Regen. Im Jahr 1979 gelang dem Unternehmen die Fertigung der weltweit ersten Quarzkomposit-Spüle, die seitdem kontinuierlich verbessert und weiterentwickelt wurde und in zahlreichen Varianten und Farben erhältlich ist. Inzwischen besitzt der traditionsreiche und innovative Betrieb über 100 Patente und vertreibt seine Produkte in über 70 Ländern weltweit. Schock beschäftigt rund 600 Mitarbeiter:innen und darf im Jahr 2024 das hundertjährige Firmenjubiläum feiern.



Zur Schock Group gehören außerdem die britische The 1810 Company, welche sich auf den Vertrieb von hochwertigen Küchenspülen, Armaturen und Zubehör spezialisiert hat, sowie das polnische Unternehmen Marmorin, welches freistehende Badewannen sowie Wasch- und Duschbecken fertigt und einen besonderen Fokus auf den US-amerikanischen Markt hat.

FOKUS AUF NACHHALTIGKEIT UND INNOVATION

Nachhaltigkeit ist dem Unternehmen ein großes Anliegen, weshalb Schock großen Wert auf nachhaltige und nachwachsende Rohstoffe sowie einen möglichst hohen Recyclinganteil bei der Wahl der Verpackung und der Materialien für Spülen legt. Dafür zog Schock in das Finale des Deutschen Nachhaltigkeitspreis Design 2022 ein und erhielt den Green Product Award 2023. Auch beim Marketing geht das Unternehmen ungewöhnliche Wege: Seit 2021 bewirbt Punklegende Iggy Pop als Markenbotschafter die innovativen und grünen Produkte des Spülenherstellers.

Auch bei internen Prozessen legt Schock großen Wert auf ein schlankes und nachhaltiges Vorgehen. Um das Key Account Management zu zentralisieren, beschloss die Verantwortlichen im Jahr 2022 deshalb, ein CRM-System einzuführen. Dieses sollte nicht nur die Verwaltung der Kundendaten vereinfachen, sondern auch den hohen Aufwand reduzieren, der für die Erstellung der wöchentlichen Routenplanung des Außendienstes nötig war. Zudem bestand kein zentrales System, das die Zusammenarbeit von Innen- und Außendienst regelte. Auch hier suchte Schock nach einer Lösung.

Fündig wurde das Unternehmen beim CRM-System von Salesforce. Dafür wählte es die factory42 aus München als Implementierungspartner. Das IT-Unternehmen ist seit 2007 Salesforce Partner und realisierte bereits erfolgreich hunderte CRM-Projekte rund um die Salesforce Clouds in den unterschiedlichsten Branchen – sowohl bei kleinen und mittelständischen Firmen als auch bei Global Playern.



BESSERE ÜBERSICHT UND SCHNELLERE PLANUNG DANK SALES CLOUD UND SALESFORCE MAPS

In einem Workshop, an dem die verantwortlichen Mitarbeiter:innen von Schock und der factory42 teilnahmen, wurden zunächst die aktuelle Problemstellung mit dem bisher im Einsatz befindlichen System erörtert und darauf aufbauend die Anforderungen an das CRM-System definiert. Aus diesen Vorüberlegungen ergab sich, dass die Einführung der Salesforce Cloud die Anforderungen am besten erfüllen würde. Mitarbeiter:innen können damit einfach Aktivitäten und Besuchsberichte zentral erfassen. Die Lösung wurde anschließend innerhalb von drei Monaten implementiert und in Betrieb genommen.

SALESFORCE MOBILE APP ERMÖGLICHT ZUGRIFF AUF DATEN VON UNTERWEGS

Eine große Vereinfachung der internen Prozesse stellte die Einführung von Salesforce Maps dar: Schock nutzt die Salesforce-Lösung, um die Routen für den Außendienst zu planen. Im Vergleich zu vorher, wo die wöchentliche Planung einen hohen zeitlichen Aufwand bedeutete, spart das Unternehmen nun rund 50 Prozent der ursprünglichen Zeit ein. Für eine weitere Optimierung der Prozesse sorgte außerdem die Anbindung an das ERP-System. Dort lassen sich nun sämtliche Umsatzzahlen, Verträge, Gutschriften, Lieferscheine sowie Reklamationen darstellen und zentral verwalten. Die Auswertung aller Berichte erfolgt über die Integration von PowerBI, welches die Reporting-Tools von Salesforce optimal ergänzt. Mit Hilfe der Salesforce Mobile App können die Mitarbeiter:innen von Schock schließlich auch von unterwegs auf die Daten zugreifen und diese bei Bedarf bearbeiten.



FAZIT

Mit den Cloud-Lösungen von Salesforce hat Schock eine Lösung gefunden, mit der sich das Key Account Management erheblich erleichtern lässt. So verbesserte sich durch die Einführung der Sales Cloud die Zusammenarbeit zwischen Außendienst und Innendienst. Durch die Anbindung an Umsysteme wie das vorhandene ERP-System sowie Power BI ist nun außerdem ein nahtloser Datenfluss möglich, sodass der Vertrieb jederzeit eine zentrale und schnelle Übersicht über alle Vorgänge hat. Ebenfalls werden alle Aktivitäten, Besuchsberichte und E-Mails erfasst, um die gesamte Kundenkommunikation sichtbar zu machen und mehr Transparenz für alle Ebenen vom Management bis hin zu Vertrieb sowie Innen- und Außendienst zu ermöglichen.

Auch der Außendienst erhält durch die neue Lösung eine bessere Übersicht über alle Vorgänge, Aufgaben und anstehenden Kundenbesuche im Einzugsgebiet. Insgesamt sind die Nutzer, die bei Schock mit der Salesforce-Lösung arbeiten – ob bereits vorher digital-affin oder eher mit analogen System betraut – sehr zufrieden mit der Lösung, da das System sehr intuitiv ist und man sich sehr schnell zurechtfindet.



Auch eine Pop-Ikone, Markenbotschafter von Schock: Iggy Pop



Ihnen hat das
Whitepaper gefallen?
Wir freuen uns über
Ihre Google-Bewertung!
5,0 ★ ★ ★ ★ ★



SIE HABEN FRAGEN? KONTAKTIEREN SIE UNS GERNE!



Maike Wolf
Key Account Manager factory42



JETZT BERATUNGSGESPRÄCH VEREINBAREN

WHITEPAPER AUSGEDRUCKT?
Einfach scannen und Termin vereinbaren

factory42 GmbH

Balanstraße 73
Haus 19, 1.OG
81541 München

☎ 089 / 878 0 676 - 0
✉ info@factory42.com



www.factory42.com