

# Sybit: Wie schaffen Marketing und Vertrieb eine perfekte Customer Experience?

Sybit zählt zu den besten Digitalagenturen Deutschlands und ist der SAP CX Hub innerhalb der Itelligence Group. Der Fokus des Unternehmens: Kunden eine Customer-Experience-Strategie an die Hand zu geben, mit der sie **unverwechselbare Kundenerlebnisse** schaffen. Die Basis dafür ist eine moderne IT. Bislang kamen nur Sybits Kunden in diesen Genuss. Aber dann schufen die Berater gemeinsam mit den Fachbereichen neue Sales- und Marketingprozesse für das eigene Unternehmen und setzten dabei auf Lösungen, die sie bestens aus ihren Kundenprojekten kannten. Damit arbeitet Sybit effizient und ressourcenschonend, kann stärker skalieren, mehr Leads generieren und mit einem 360-Grad-Blick auf die Kunden die Maßnahmen weiter optimieren.

SAP Customer Experience

THE BEST RUN 



# Sybit schafft neue Prozesse mit SAP® Sales Cloud und SAP Marketing Cloud



## Vorher: Herausforderungen und Chancen

- Eingeschränkte Selektionsmöglichkeiten für Kampagnen
- Fehlende Integration zwischen Marketingsystemen und Customer Relationship Management
- Aufwendige manuelle Lead-Anlage
- Manueller Datenimport in verschiedene Alt-Lösungen (drei bis vier Stunden pro Woche)
- Ressourcen reichten nicht mehr für die vielen Leads
- Viele Stunden/Woche für Pflege von Newsletter-Anmeldungen, Marketingeinwilligungen und -attributen

## Warum SAP

- Erfahrungen mit SAP®-Lösungen aus zahlreichen Kundenprojekten
- Sybit setzt bereits SAP-Systeme ein
- Gemeinsame Datengrundlage für Vertrieb und Marketing

## Nachher: Ergebnisse

- Automatischer Datenaustausch und -abgleich zwischen SAP Sales Cloud und SAP Marketing Cloud
- Keine redundante Dateneingabe mehr
- Enge Zusammenarbeit zwischen Beratung, Sales- und Marketingteam
- Zielgerichtete, persönliche Ansprache schnell möglich
- Smarte Selektionen über nahezu alle Felder am Account und zum Ansprechpartner möglich
- Sales Accepted Leads in höheren Qualifizierungsstufen können nun automatisiert bearbeitet werden
- Großes Lob und Zufriedenheit von Kunden und Mitarbeitern

„Wir kennen die Vorteile der Lösungen selbst in- und auswendig und wissen aus vielen Projekten, **wie enorm die Vorteile sind**. Da war es an der Zeit, auch selbst von den Lösungen der neuesten Generation zu profitieren.“

Robert Geppert, Chief Customer Office, Sybit GmbH

## 6 Monate

Projektlaufzeit für die SAP Sales Cloud

## 30 %

mehr Opportunities im Jahresvergleich

**SAP Customer Experience**



## Kunden erreichen, gewinnen, begeistern!

Sybit ist überzeugt: Unverwechselbare Kundenerlebnisse sind heute der entscheidende Wettbewerbsvorteil. Nur wer seine Kunden restlos überzeugt, hat langfristigen Erfolg. Deshalb hilft das Beratungsunternehmen seinen Kunden dabei, eine Customer-Experience-Strategie zu entwickeln sowie digitale Erlebniswelten und lebendige Kundenbeziehungen zu gestalten.

Offenbar mit Erfolg: Sybit wächst rasant. Vor 20 Jahren wurde das Unternehmen gegründet. Heute arbeiten an den drei Standorten rund 270 Mitarbeiter – vor fünf Jahren waren es nur halb so viele.

### Rasanten Wachstum – aber nicht überall

Doch so rund wie bei ihren Kunden liefen Marketing und Vertrieb bei Sybit nicht. Zwar hatte das Unternehmen zwei Marketing- und Sales-Lösungen, doch die hatten ihre besten Jahre hinter sich, es kam zu Medienbrüchen. Von der einzigartigen Customer Experience, die es bei seinen Kunden schuf, war das Beratungshaus selbst noch ein Stück entfernt.

„Ich hätte uns selbst die Note Vier für Marktbearbeitung gegeben – unser Potenzial hatten wir noch lange nicht ausgeschöpft“, sagt Robert Geppert, Chief Customer Officer bei Sybit. „In absehbarer Zeit hätten die etwas trägen Marketing- und Vertriebsprozesse unser Wachstum gebremst – das galt es zu verhindern.“





# Neue Prozesse – mehr Leads und **noch mehr Opportunities**

Sybit nahm die eigenen Abläufe unter die Lupe und änderte sie zum Teil grundlegend. Dann implementierte das Unternehmen SAP® Sales Cloud und SAP Marketing Cloud. „Seit vielen Jahren setzen wir beide Lösungen bei unseren Kunden ein – und wissen daher genau, was damit alles möglich ist“, sagt Geppert.

## Automatisch statt manuell

Der manuelle Datenimport beispielsweise fällt komplett weg, Daten stehen sofort in allen Lösungen zur Verfügung. Der Vertrieb weiß genau, welcher Kunde welche Marketingmaterialien bekommen hat, und kann daran anknüpfen. Und die Marketingabteilung sieht, wie oft welche Person kontaktiert wurde, und sorgt dafür, dass kein potenzieller Kunde zu oft angesprochen wird.

## Deutlich höhere Win-Rate

Für die Kampagnenplanung benötigt die Marketingabteilung nun weniger Zeit als vorher und konnte 30 Prozent mehr Aktionen starten als im Vorjahr.

Weite Teile der Datenübertragung laufen inzwischen automatisch ab, was die Fehlerquote senkte und Zeit sparte. Verglichen mit den beiden Vorjahren konnten die Marketing- und Vertriebsteams gemeinsam rund 60 Prozent mehr Leads generieren. Auch die Win-Rate steigerte Sybit mit den neuen Cloud-Lösungen: von knapp 25 Prozent auf rund 33 Prozent.

## Lead to Opportunity erfolgreicher denn je

Die konsequente Nutzung der Systeme und die transparente Abbildung von Marketing- und Vertriebsprozessen hatten signifikante Auswirkungen auf die Anzahl der generierten Opportunities. Waren es 2018 noch 320, stieg die Zahl im Jahr 2019 auf 402 Opportunities.

2020 wurden bereits Ende Oktober 450 Opportunities erreicht. Der Vergleich zu den Monaten Januar bis Oktober in 2019 weist somit ein Plus von 30 Prozent auf.



**30 %**  
mehr Kampagnen pro Jahr



**< 1 min**  
pro Lead-Einstufung, früher über 3 Minuten für die manuelle Lead-Eingabe



**3 Stunden**  
weniger Aufwand pro Woche, da der manuelle Datenabgleich wegfällt



## „Alle arbeiten **Hand in Hand**. Das merken auch die Kunden.“

Die Marketing- und Sales-Prozesse wurden standardisierter, schneller, erfolgreicher. Doch das war nicht die einzige Verbesserung bei Sybit: „Die SAP® Sales Cloud ist bei uns kein reines Vertriebstool“, erzählt Geppert. „Wir arbeiten fast alle damit. Das ließ die einzelnen Teams viel näher zusammenwachsen.“ Berater mit direktem Kundenkontakt sind nach einem Blick ins System jederzeit auf dem neuesten Stand, was neue Aufträge angeht, und können ihre Zeit besser planen: Die Daten in der SAP Sales Cloud sind immer aktuell. Und wenn die Berater beim Kunden Gespräche über eventuelle Zusatzleistungen führen, ist der Vertrieb automatisch informiert.

Jeder Vertriebsmitarbeiter sieht mithilfe der Reportings, welche Marketingaktionen die erfolgreichsten sind, und kann potenziellen Kunden die passenden Materialien schicken. So werden Vertriebsmitarbeiter manchmal auch zu „Minimarketers“.

### Unverwechselbare Kundenerlebnisse

„Alle arbeiten Hand in Hand. Das merken auch die Kunden“, freut sich Geppert. „Wir brennen schon immer für unsere Arbeit. Aber nun leben wir genau das vor, was wir anderen immer raten – und können auch unseren Kunden unverwechselbare Kundenerlebnisse bieten.“

„Kürzlich sagte ein Kunde zu uns, dass er unsere Abläufe bei Webinar-Einladungen immer als **Best-Practice-Beispiel** präsentiert. Er fühle sich bei jeder Mail unseres Teams persönlich angesprochen – selbst bei generischen Mails. **Das ist ein großes Lob**. Und mit der Verdienst der Cloud-Lösungen.“

Robert Geppert, Chief Customer Officer, Sybit GmbH

# 60 %

mehr Leads als in den beiden Vorjahren

# 300.000

versendete E-Mails

# 46 %

Win-Rate CRM 2019  
(statt 23,8 % 2018)



## Auch in Zukunft **stabil aufgestellt**

### **Akzeptanz bei den Mitarbeitern**

Mit den neuen Prozessen kann Sybit weiter wachsen – wenn auch möglicherweise durch die Wirtschaftskrise etwas gebremst. „Natürlich sind zu COVID-19-Zeiten neue Projekte etwas schwieriger zu realisieren als sonst“, sagt Geppert. „Doch mit SAP® Sales Cloud und SAP Marketing Cloud und unseren effektiven Prozessen stehen wir vernünftig da.“

Bei den Mitarbeitern kommt die neue Arbeitsweise gut an, sie haben das System sofort akzeptiert und Änderungen im Arbeitsalltag schnell umgesetzt.

### **Erfolg bei den Kunden**

Auch die Außenwirkung ist besser geworden: Die Berater vertreten die SAP Sales Cloud und die SAP Marketing Cloud mit breiter Brust. Sie leben, was sie tun – das spüren auch die Kunden.

Zukünftig verspricht sich Sybit auch im Recruiting deutliche Vorteile. „Vor allem Top-Leute achten bei ihrer neuen Firma auf ein Top-System“, sagt Geppert. „Mit unseren Prozessen sind wir Mitbewerbern ein gutes Stück voraus.“



## SAP Customer Experience

SAP folgen auf



[www.sap.com/contactsap](http://www.sap.com/contactsap)

71327deDE (20/11)

© 2020 SAP SE oder ein SAP-Konzernunternehmen. Alle Rechte vorbehalten.

Weitergabe und Vervielfältigung dieser Publikation oder von Teilen daraus sind, zu welchem Zweck und in welcher Form auch immer, ohne die ausdrückliche schriftliche Genehmigung durch SAP SE oder ein SAP-Konzernunternehmen nicht gestattet.

In dieser Publikation enthaltene Informationen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Die von SAP SE oder deren Vertriebsfirmen angebotenen Softwareprodukte können Softwarekomponenten auch anderer Softwarehersteller enthalten. Produkte können länderspezifische Unterschiede aufweisen.

Die vorliegenden Unterlagen werden von der SAP SE oder einem SAP-Konzernunternehmen bereitgestellt und dienen ausschließlich zu Informationszwecken. Die SAP SE oder ihre Konzernunternehmen übernehmen keinerlei Haftung oder Gewährleistung für Fehler oder Unvollständigkeiten in dieser Publikation. Die SAP SE oder ein SAP-Konzernunternehmen steht lediglich für Produkte und Dienstleistungen nach der Maßgabe ein, die in der Vereinbarung über die jeweiligen Produkte und Dienstleistungen ausdrücklich geregelt ist. Keine der hierin enthaltenen Informationen ist als zusätzliche Garantie zu interpretieren.

Insbesondere sind die SAP SE oder ihre Konzernunternehmen in keiner Weise verpflichtet, in dieser Publikation oder einer zugehörigen Präsentation dargestellte Geschäftsabläufe zu verfolgen oder hierin wiedergegebene Funktionen zu entwickeln oder zu veröffentlichen. Diese Publikation oder eine zugehörige Präsentation, die Strategie und etwaige künftige Entwicklungen, Produkte und/oder Plattformen der SAP SE oder ihrer Konzernunternehmen können von der SAP SE oder ihren Konzernunternehmen jederzeit und ohne Angabe von Gründen unangekündigt geändert werden. Die in dieser Publikation enthaltenen Informationen stellen keine Zusage, kein Versprechen und keine rechtliche Verpflichtung zur Lieferung von Material, Code oder Funktionen dar. Sämtliche vorausschauenden Aussagen unterliegen unterschiedlichen Risiken und Unsicherheiten, durch die die tatsächlichen Ergebnisse von den Erwartungen abweichen können. Dem Leser wird empfohlen, diesen vorausschauenden Aussagen kein übertriebenes Vertrauen zu schenken und sich bei Kaufentscheidungen nicht auf sie zu stützen.

SAP und andere in diesem Dokument erwähnte Produkte und Dienstleistungen von SAP sowie die dazugehörigen Logos sind Marken oder eingetragene Marken der SAP SE (oder von einem SAP-Konzernunternehmen) in Deutschland und verschiedenen anderen Ländern weltweit. Alle anderen Namen von Produkten und Dienstleistungen sind Marken der jeweiligen Firmen.

Zusätzliche Informationen zur Marke und Vermerke finden Sie auf der Seite [www.sap.com/corporate/de/legal/copyright.html](http://www.sap.com/corporate/de/legal/copyright.html).

