



## CRM-Menü à la carte: PLANA Küchenland setzt auf cobra CRM PLUS

(Mynewsdesk) Mit einem Jahresumsatz von rund 100 Millionen Euro und mehr als 420 Mitarbeitern gehört PLANA Küchenland zu den führenden Anbietern maßgeschneiderter Küchen. In bereits 12 von 35 Standorten wird das gesamte Kontakt- und Kundenmanagement effizient mit dem CRM-System aus dem Hause cobra abgewickelt. Die anderen PLANA-Häuser werden ihren innovativen Vorreitern folgen und in naher Zukunft gleichfalls den Prozess rund um Vertrieb, Kundenservice und Warenwirtschaft eines Küchenverkaufs in cobra abbilden und so vorhandene Optimierungspotentiale ausschöpfen. Seit über 25 Jahren konzipiert und liefert PLANA Küchenland mit seinen Franchisenehmern hochwertige Küchen für über 120.000 Haushalte. Gemeinsam mit seiner Tochtergesellschaft KSE IT+Services GmbH unterstützt PLANA seine Partner in den Bereichen Vertrieb, Marketing und Produktmanagement sowie Finanzen, IT-Service, Logistik und Warenwirtschaft. Vor der Einführung von cobra gab es bei PLANA Küchenland kein CRM-System? und damit auch keinen effizient durchgeplanten oder einheitlichen Vertriebsprozess?, erinnert sich cobra Solution Partner Bernd Wiese, der mit seiner Firma ISHA das Projekt betreut. Teilweise arbeiteten die PLANA-Mitarbeiter mit Excel-Listen, teilweise wurde versucht, mithilfe des vorhandenen Warenwirtschafts- bzw. Küchenplanungssystems ein Kontakt- und Kundenmanagement zu betreiben. Nachdem die Entscheidung aufgrund von Empfehlungen auf cobra gefallen war, wurden in einem ersten Schritt Workshops veranstaltet, um die Zielvorgaben für die Einführung von cobra CRM PLUS zu erarbeiten: die Verbesserung des betrieblichen Erfolgs, eine Erhöhung des Kundenservices durch die übersichtliche Darstellung der Kontakthistorie des jeweiligen Kunden sowie eine Beschleunigung und Sicherung der Arbeitsprozesse in Beratung, Verkauf und Marketing. Gestartet wurde mit einer Gruppe von vier Franchise-Partnern mit insgesamt 11 Häusern. Mittlerweile ist cobra in 12 Häusern installiert? zum Teil lokal über Replikation angebunden, zum Teil über Citrix-Clients? und wird dort an jedem Arbeitsplatz eingesetzt. Heute arbeiten 150 Mitarbeiter mit dem intuitiv zu bedienenden CRM-System, um Prozesse einzuhalten und kompetent mit Interessenten und Kunden zu kommunizieren. Hier bei PLANA Küchenland stellt cobra den kompletten Kundenlebenszyklus dar? von einer Frequenzliste, über die Bearbeitung potentieller Kunden anhand von Vertriebsprojekten bis hin zur Abwicklung mit Hilfe von Kampagnen?, erläutert Nadine Leyh, Projektleiterin bei KSE IT+Services GmbH. Entsprechend den tatsächlichen Arbeitsprozessen wurde die Lösung individuell auf die Bedürfnisse des Unternehmens angepasst. Verbesserter Informationsfluss und gezielte Recherchemöglichkeiten

Die Datenbanken der PLANA-Häuser werden täglich mit Daten aus der Warenwirtschaft aktualisiert. Zum einen werden neue Kunden eingetragen und sämtliche Kontaktdaten hinterlegt. Zum anderen greift cobra über das integrierte Statistik-Tool auf eine eigenständige SQL-Datenbank zu, in der alle Einkäufe der Kunden aus fünf Millionen Artikeln hinterlegt sind. Das bietet umfangreiche Recherche-Möglichkeiten, um die Kunden gezielt anzusprechen oder zu informieren. So erhalten beispielsweise alle Kunden, die in den letzten Monaten einen Dampfgarer gekauft haben, eine Einladung zur Gerätevorführung ins PLANA Küchenland.

Mit cobra und der Anbindung der Warenwirtschaft haben die Franchisenehmer von PLANA Küchenland die Kundenzufriedenheit deutlich steigern können, denn mit der CRM-Lösung samt eingebundener Telefonie sind präzise Auskünfte für alle Mitarbeiter schnell verfügbar: Wie weit ist die Lieferung, fehlt noch etwas? Gibt es Reklamationen? Ein Blick in die Kontakthistorie gibt Aufschluss? und dem Kunden eine zufriedenstellende Antwort. Durch den Einsatz und die Weiterentwicklung von cobra sind wir heute in der Lage über unsere Qualität und Effizienz präzise Aussagen treffen zu können?, so Nadine Leyh. Jeder Mitarbeiter kann zu jeder Zeit die Kundenanfrage bearbeiten, betreuen und beauskunften?

Verbessert hat sich auch die Aussagekraft einer Kundensituation aufgrund der hinterlegten Kampagnen-Schritte, in denen alle Abläufe definiert, automatisiert und als Aufgabe im Team verteilt sind? ob Werbefrief oder telefonische Nachakquise nach einem Besuch im Küchenstudio. Welche Schritte müssen eingeleitet werden, wenn sich der Termin für den Kucheneinbau verschiebt? Ist die Lieferung storniert, sind die Monteure informiert, Alternativtermine registriert? cobra-Kampagnen erlauben das Arbeiten Hand-in-Hand. Im automatisierten Workflow geht keine Aufgabe verloren und jeder weiß, was wann zu tun ist?, betont cobra Partner Bernd Wiese.

In Zukunft, so planen es die Verantwortlichen, sollen nicht nur die weiteren Niederlassungen von PLANA Küchenland mit cobra ausgestattet und somit ein kompletter Informationsfluss zwischen allen 35 Häusern und der Zentrale gewährleistet werden. Zudem soll eine Anbindung an das Dokumentenmanagementsystem erstellt werden, um Lieferscheine und Rechnungen bei der Adresse sichtbar zu haben und auch die Anbindung der firmeneigenen Küchenplanungssoftware soll in Angriff genommen werden.

6.000 Zeichen, Abdruck frei, Beleg erbeten.

Diese Pressemitteilung wurde via Mynewsdesk versendet. Weitere Informationen finden Sie im cobra GmbH .

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:  
<http://shortpr.com/e785u7>

Permanenter Link zu dieser Pressemitteilung:  
<http://www.themenportal.de/it-hightech/crm-menue-la-carte-plana-kuechenland-setzt-auf-cobra-crm-plus-33811>

### Pressekontakt

-

Lisa Haßler  
Weberinnenstraße 7  
78467 Konstanz

[lisa.hassler@cobra.de](mailto:lisa.hassler@cobra.de)

### Firmenkontakt

-

Lisa Haßler  
Weberinnenstraße 7  
78467 Konstanz

[shortpr.com/e785u7](http://shortpr.com/e785u7)

[lisa.hassler@cobra.de](mailto:lisa.hassler@cobra.de)

Das Konstanzer Softwarehaus cobra ist einer der führenden Anbieter von Lösungen für das Kunden- und Kontaktmanagement. Als Pionier für CRM entwickelt und vertreibt cobra seit fast 30 Jahren erfolgreich innovative CRM-Lösungen Made in Germany. Ob in Vertrieb, Marketing, Service oder Geschäftsleitung: cobra stellt Kundeninformationen abteilungsübergreifend in den Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns und unterstützt bei Kundenbetreuung, Kampagnen- und Leadmanagement. Umfangreiche Analysefunktionen zeigen Potenziale auf und bilden die Grundlage für strategische Entscheidungen sowie optimierte Geschäftsprozesse. Auch mobil ist cobra via Smartphone, Tablet oder Laptop im Einsatz.

Mit rund 280 Vertriebspartnern in Deutschland, Österreich und der Schweiz berät cobra kleine, mittelständische und große Unternehmen in allen Belangen rund um das Thema CRM. Zu den 18.000 Kunden zählen Unternehmen wie Continental, die Unimog Sparte der Daimler AG, Creditreform oder Ergo direkt.