

Die logische Konsequenz: CAS genesisWorld

# Echte Begeisterung für und von Kunden



Begeisterung wirkt authentisch, mitreißend und menschlich. Die eigene Begeisterung weiter zu geben ist „daily business“ bei SUN PROMOTIONS – und der Einsatz von CAS genesisWorld die logische Konsequenz daraus.

Eine angenehme Szene: Frisch aus dem Urlaub, jede Menge Erinnerungen und ein bisschen Sand im Gepäck, unzählige Fotos auf der digitalen Speicherkarte. Wieder zu Hause, reicht ein einziges Stichwort, schon sprudelt das Erlebte hervor. Haiko Gerdes, General Manager Sales & Marketing der SUN PROMOTIONS GmbH in Hanau, kennt das aus eigener Erfahrung – und aus der von über 120.000 Kunden. Das 1995 gegründete Unternehmen ist Deutschlands größter Spezialveranstalter für Expedienten- und Interlinereisen mit einem der weltweit umfangreichsten Angebote an Touristiksonderreisen. Dieses „Product Experience Program“ (PEP) bietet Touristikern die Möglichkeit, Reiseziele und Hotels vor Ort zu testen und diese Erfahrungen eins zu eins an die Kunden weiterzugeben. Die Informationen, die dabei von und über die Kunden zusammenkommen, sammelt SUN PROMOTIONS, um die eigenen Angebote zu erweitern und sie den Bedürfnissen und Wünschen der Kunden optimal anzupassen. An dieser Stelle kommt CAS genesisWorld ins Spiel.

## Eine runde Sache: Der Kunde in Komplettansicht

Der Fokus von SUN PROMOTIONS liegt auf der Automatisierung von Prozessen. Der Kunde soll via Internet möglichst viel selbst machen können. „So bekommt man auch eine gewisse Distanz.“ zeigt Gerdes als Gefahrenpotenzial auf. Diese Distanz wird durch CAS genesisWorld überbrückt, indem ein Komplettbild des Kunden erstellt und laufend aktualisiert wird. Herr Ypsilon war auf den Malediven? Bei der nächsten Buchung wird er von SUN PROMOTIONS ge-

fragt, ob das Inselparadies auch diesmal wieder sein Ziel ist. Frau Zett war von den letzten drei Hotels einer Kette begeistert? Ihr Ansprechpartner schlägt ihr beim nächsten Kontakt ein aktuelles Angebot der Kette vor – ohne dass sie danach fragen muss. Überhaupt sind Informationen das A und O des PEP-Reisenanbieters. „Wir möchten herausfinden, was unsere Kunden interessiert. Wie werden die verschiedenen Bereiche der Internetseite angenommen? Welche E-Mails werden geöffnet? Welche Regionen oder Kategorien werden gebucht?“ SUN PROMOTIONS Geschäftsführer Gerdes lässt sich all diese Fragen vom CRM-System beantworten und verwalten. Mehr noch: „CAS genesisWorld ist die Klammer, die mir Informationen aus Content Management und Reservierungssystem zusammenfasst.“ 2005 wurden bei SUN PROMOTIONS drei große Systeme nahezu gleichzeitig eingeführt. Ein Content Management System, ein in dieses integriertes Reservierungssystem, und schließlich das CRM-System. Die Informationen, die über die neue Homepage und die Veranstaltersoftware generiert werden, fließen in CAS genesisWorld zusammen. „Ergebnis: eine komplette Kundenansicht mit allen Informationen auf einen Klick.“ freut sich Gerdes. „In der Vergangenheit haben wir bereits viele Daten und Zahlen, gesammelt. Das fand aber dezentral in allen möglichen Datenbanken statt. Wenn der Kunde anrief, hatten wir die eigentlich vorhandenen Angaben nicht parat.“

Von dieser Arbeitsweise wollten sich Gerdes und sein Partner Herbert Fischer verabschieden.

Gerdes selbst hat schon Vorträge über Kundenbeziehungsmanagement gehalten. „Es geht darum, einen ganzheitlichen Prozess zu gestalten. Ich will den Kunden nicht nur ansprechen, wenn er uns kontaktiert, sondern auch Kontakt über Anrufe, E-Mails oder sogar SMS mit ihm aufnehmen.“ Vor diesem Hintergrund recherchierte er Anbieter, die mit ihrem Preis/Leistungsverhältnis für eine kleine Firma tragbar waren und diese optimal unterstützen. Nach dem ersten Kontakt mit CAS-Vertriebspartner com:con Solutions GmbH aus Hanau/Köln folgte Ende 2004 die Testinstallation und wenig später die Entscheidung für CAS genesisWorld. „Der Partner hatte bereits Erfahrungen im Touristikbereich und Adaptionen für einen Reisevermittler umgesetzt. Wir mussten

nicht erst erklären, worum es geht, sondern er verstand sofort unsere Anforderungen.“ begründet Gerdes seine Entscheidung. „Außerdem gefällt mir die benutzerfreundliche Oberfläche,



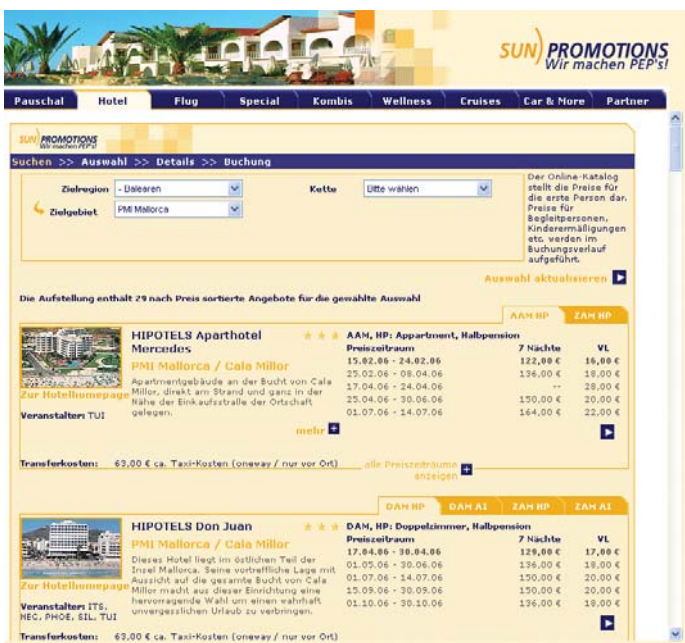
„20 bis 30 Prozent Zeiterparnis machen sich schon jetzt bemerkbar.“

Haiko Gerdes, General Manager Sales & Marketing, SUN PROMOTIONS GmbH

auf der ich viele unterschiedliche Elemente integrieren kann.“ Anfang 2005 erwarb der Spezialreiseanbieter 15 Lizenzen, im Mai ging CAS genesisWorld bei SUN PROMOTIONS in den Livebetrieb. Im Juli folgte die Implementierung des Reservierungssystems, was wiederum neue Daten für die CRM-Software bedeutete. Dokumentiert wird nicht nur, was Kunde X wann gebucht hat, sondern auch, für welche Themen der Homepage er sich interessiert. „Unsere Informationen sind nicht unbedingt typisch – und deshalb so wertvoll.“ unterstreicht Gerdes die Bedeutung der in CAS genesisWorld archivierten Daten.

## Alles im grünen Bereich mit einem roten Punkt

Dabei hebt er die Benutzerfreundlichkeit als besonders vorteilhaft heraus. „Wenn der Kunde sagt, er kann nicht buchen, müssen wir herausfinden, warum. Eine alte Browserversion, ein Rechnertyp, den wir nicht unterstützen – oder eine unbeantwortete Bestätigungsmail auf die Registrierungsanfrage? An dieser Stelle leuchtet in CAS genesisWorld auf der Kundenmaske bereits ein roter Punkt ‚Mail nicht beantwortet‘. Ein Klick, und ruckzuck ist die Sache erledigt.“ Solche und zahlreiche weitere Vereinfachungen sorgen für eine hohe Akzeptanz bei den Mitarbeitern und enorme Einsparungen. In Zahlen ausgedrückt: 20 bis 30 Prozent Effektivitätssteigerung, die sich schon jetzt bemerkbar machen. Haiko Gerdes rät Unternehmen, das Beziehungsmanagement nicht nur als Software, sondern als Unternehmensphilosophie zu sehen. „Bei CRM steht der Kunde im Vordergrund. Ich muss mir darüber klar sein, bei Bedarf meine Abläufe zu ändern, sonst implementiere ich mit einem neuen System alte Strukturen und erreiche nicht viel.“



Einfache Buchung mit dem Onlinekatalog bei SunPromotions

www.sunpromotions.de  
 www.com-con.net  
 www.cas.de

