

Roadmap für Infor CRM-Einführung



1. Projektstart & Planung

Projektziele konkretisieren inkl.:

- KI-gestütztes Lead-Scoring
- Systemgestütztes Aktivitätenmanagement zur lückenlosen Nachverfolgung
- 360°-Sicht auf Opportunities als Single Point of Truth für Vertrieb & Händler

2. Anforderungs- & Prozessanalyse

Aktivitätenmanagement:

- Standardisierung von Terminen, Aufgaben, Follow-ups
- Automatisierte Erinnerungen & Eskalationen
- Mobile Unterstützung für Außendienst

360°-Sicht auf Opportunities:

- Zusammenführung aller Kundendaten (CRM, ERP, Händlerportal)
- Verknüpfung von Dokumenten, Angeboten, Aktivitäten, Kommunikationshistorie
- Transparenz für alle Beteiligten (Vertrieb, Innendienst, Händler)

3. Systemdesign & Architektur

Aktivitätenmanagement:

- Workflows in Infor CRM für Lead-/Opportunity-Bearbeitung
- Integration in Kalender (Outlook/Teams)
- Eskalationsregeln (z. B. keine Rückmeldung → Benachrichtigung)

360°-Sicht auf Opportunities:

- CRM als zentrale Oberfläche mit Daten aus Infor LN (Bestellungen, Auftragsstatus)
- Händlerzugriff differenziert über Rollen-/Rechtemodell
- Dashboards mit Key Metrics (Wahrscheinlichkeit, Volumen, Umsatzprognose)

4. Umsetzung & Customizing

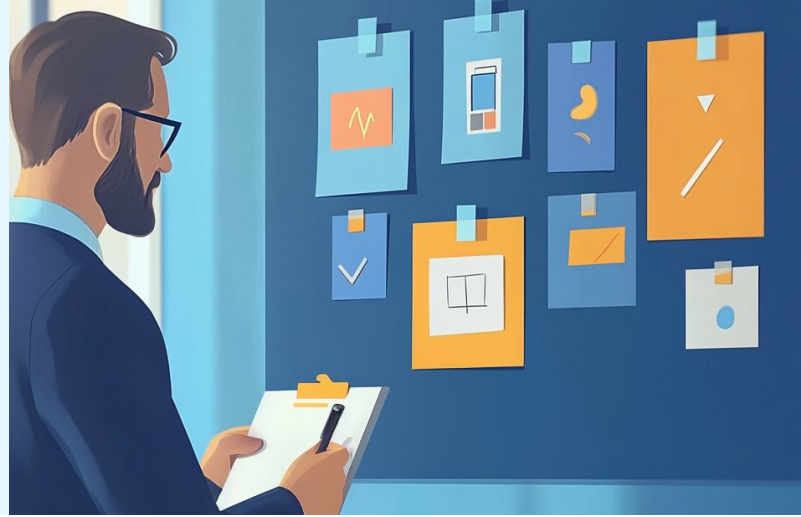
Aktivitätenmanagement:

- Einrichtung von Aktivitätenarten (Call, Meeting, Angebot, Follow-up)
- Automatisierungen: Aufgabenverteilung, Wiedervorlagen
- Reporting über offene/überfällige Aktivitäten

360°-Sicht auf Opportunities:

- Zentrale Opportunity-Maske mit allen Infos
- Verknüpfung zu ERP-Daten (z. B. Lieferfähigkeit, Preisinfo)
- KI-Unterstützung: Next Best Action & Gewinnwahrscheinlichkeiten
- Stetig eine aktuelle Sicht auf den übergreifenden Forecast

Roadmap für Infor CRM-Einführung



5. Test & Pilotphase

Testszenarien:

- Aktivitäten von Lead-Erfassung bis Opportunity-Abschluss
- Transparenz in der 360°-Sicht für Vertrieb & Händler
- Kontrolle der Automatisierungen (z. B. Follow-up-Erinnerungen)

6. Rollout

Schulung:

- Aktivitätenmanagement als Pflichtwerkzeug für alle
- Umgang mit der 360°-Sicht: Wie interpretiere ich die Kennzahlen?
- Händler-Workshops: Einblick in gemeinsame Opportunities

Rollout in zwei Schritten:

1. Internes Vertriebsteam
2. Händlernetz

7. Betrieb & Optimierung

KPIs:

- Anzahl überfälliger Aktivitäten
- Bearbeitungszeit je Opportunity
- Forecast-Genauigkeit durch 360°-Sicht

Optimierungen:

- Automatisierungen erweitern
- KI-Modelle anhand realer Daten verbessern
- Händlerfeedback einfließen lassen

Support:

- Maßgeschneiderter Keyuser/Anwendersupport