



Touring Club Schweiz startet durch mit flexibler Provisionsabrechnung

Partner erhalten mit cloudbasierter Lösung jederzeit Überblick über aktuelle Umsätze und Provisionen

Überblick

Die Aufgabe

Der Touring Club Schweiz wollte die Vertriebsprozesse effizienter gestalten und die Provisionsabrechnungen seiner Partner automatisieren. Neue Provisionsmodelle sollten den Umsatz steigern und den Vertrieb flexibilisieren.

Die Lösung

Das Unternehmen wählte IBM® Incentive Compensation Management als eigenständige Cloud-Lösung und ließ sie nahtlos mit der Salesforce-CRM-Lösung und seinem SAP ERP-System integrieren.

Die Vorteile

Aktuelle Abschlüsse, Provisionen und Zahlungen sind nun jederzeit online abrufbar. Automatisierung und Self-Service verbessern die Partnerzufriedenheit und senken die Kosten für die Provisionsabrechnungen um 50 Prozent. Umfangreiche Analysen und flexible Modelle ermöglichen gezieltes Leistungsmanagement.

Mit 1,6 Millionen Mitgliedern ist der Touring Club Schweiz (TCS) größter Mobilitätsclub des Landes. Gegründet im Jahre 1896, betreibt der nichtgewinnorientierte Verein eine eigene Fahrzeugflotte mit rund 220 Pannenhelfern, verfügt über Hotels, Campingplätze sowie technische Zentren und Ausbildungseinrichtungen mit zugehörigen Teststrecken.

Neben der Pannenhilfe bietet der TCS seinen Mitgliedern Reise-, Auslands- und Rechtsschutzversicherungen. Der Vertrieb erfolgt über eigene Kanäle und über mehr als 100 externe Partner wie zum Beispiel Reisebüros oder Autowerkstätten. Der durchschnittliche Wert pro Abschluss liegt bei nur etwa 100 Schweizer Franken. Deshalb ist es wichtig, die Vertriebskosten entsprechend niedrig zu halten.

Zu viel Verwaltung, zu wenig Vertrieb

Die unterschiedlichen Provisionsmodelle haben die Abrechnung und Bezahlung der Partner in der Vergangenheit erschwert. Einzelbeträge wurden überwiegend manuell in Tabellen gesammelt und per E-Mail ausgetauscht. Dies führte zu Fehlern und es dauerte relativ lange, bis die Provisionen ausgezahlt wurden. Beides verursachte wiederum eine Vielzahl telefonischer Rückfragen, deren Bearbeitung in der Zentrale zu einem hohen Aufwand führte.

Umut Tiryaki, Leiter Sales Channels beim Touring Club Schweiz, erläutert die damalige Situation: „Durch die manuellen Prozesse entfiel ein Großteil unserer Arbeit auf Verwaltung und Fehlerbeseitigung. Die gewünschte Flexibilität und vertriebliche Agilität blieben dabei auf der Strecke. Wir benötigten daher dringend ein modernes, effizientes und integriertes Vertriebsinformations- und Abrechnungssystem, das die Prozesse weitgehend automatisierte, die Transaktionskosten reduzierte und uns sowie unseren Partnern zu jeder Zeit einen aktuellen Überblick über Abschlüsse, Provisionen und Auszahlungen lieferte. Außerdem wollen wir mit gezielten Anreizen in Form von Quoten, Boni oder zeitlich befristeten Sonderaktionen eine aktive Vertriebssteuerung realisieren.“



Lösungskomponenten

Software

- IBM® Incentive Compensation Management

Services

- IBM Analytics Software Services
-

Moderne Standardlösungen schaffen Freiräume

Nach eingehender Situationsanalyse wurde entschieden, Salesforce.com als CRM-System einzusetzen. Weil sich die Anforderungen an die Flexibilität der Provisionsmodelle darüber aber nicht abbilden ließen, erwogte TCS zunächst, die zusätzlich benötigten Funktionalitäten in Form einer Salesforce-Programmerweiterung neu zu entwickeln. Wegen der sofortigen Verfügbarkeit und den geringeren Projektrisiken entschied man sich aber für bewährte Standardprodukte. Das Unternehmen IBM wurde daraufhin mit der gleichzeitigen Einführung von IBM Incentive Compensation Management – ehemals bekannt unter dem Namen Varicent – und seiner Integration in Salesforce beauftragt.

Inzwischen ist die komplett integrierte Vertriebs- und Abrechnungslösung von TCS bereit für den Rollout an die Partner. Salesforce und die IBM-Lösung sind als eigenständige Cloud-Lösungen über angepasste Schnittstellen mit der TCS-eigenen SAP ERP-Applikation in Genf verknüpft. Sensible Kundendaten werden dabei gemäß den Schweizer Datenschutzrichtlinien nicht in der Cloud, sondern ausschließlich auf den TCS-Servern gespeichert.

Erste Ergebnisse sehr vielversprechend

Die Partner melden sich mit eigenem Account bei Salesforce an. Dort erhalten sie unter der neu geschaffenen Rubrik ‚Provisionsabrechnung‘ jederzeit die aktuellen Informationen über ihre erfolgten Abschlüsse mit den zugehörigen Auftragswerten und Provisionen sowie den darauf bereits erfolgten Einzahlungen angezeigt. Dabei ist die Integration zwischen Salesforce und der IBM-Lösung so gut, dass der Benutzer gar nicht merkt, mit welcher Lösung er gerade arbeitet.

Partner, die nicht Salesforce einsetzen, erhalten über das Web einen Direktzugriff auf die IBM-Lösung und bekommen dort ihre vollständigen Provisionsinformationen angezeigt.

Die verschiedenen Provisionsmodelle sind komplett in IBM Incentive Compensation Management abgebildet. Durch den automatisierten Datenaustausch konnte der manuelle Aufwand minimiert werden. „Insgesamt gehen wir davon aus, dass wir mit IBM Incentive Compensation Management durch Wegfall von manuellen Prozessen sowie Minimierung der Beschwerden und Nachfragen unsere Administrationskosten um rund 50 Prozent senken können“, erklärt Umut Tiryaki. „Die Effizienzverbesserung durch die hohe Automatisierung der Standardprozesse setzt in der Zentrale dringend benötigte Kapazitäten für eine strategischere Vertriebsarbeit frei und schafft die Voraussetzung für

„Insgesamt gehen wir davon aus, dass wir mit IBM Incentive Compensation Management durch Wegfall von manuellen Prozessen sowie Minimierung der Beschwerden und Nachfragen unsere Administrationskosten um rund 50 Prozent senken können.“

— Umut Tiryaki, Leiter Sales Channels, Touring Club Schweiz

zukünftiges Umsatzwachstum. Gleichzeitig steigern wir die Zufriedenheit unserer Partner und unserer Kunden.“

Performancemanagement bringt neue Perspektiven

Zukünftig möchte Umut Tiryaki den Vertrieb konsequent weiterentwickeln. „Mit der neuen Lösung können wir differenziertere oder alternative Provisionsmodelle selbst entwickeln und umsetzen. Durch Bonuszahlungen zum Beispiel bei Erreichung von Umsatzvorgaben, Cross-Selling-Erfolgen oder Vertragsverlängerungen durch die Endkunden können wir den Vertrieb aktiver steuern. Auch die Partner haben ein hohes Interesse an alternativen Provisionsmodellen. So schaffen wir individuelle Win-Win-Situationen.“

Umut Tiryaki freut sich auch über die weiteren Funktionen der neuen Lösung: „Die modernen Analysetools der IBM-Lösung erlauben uns zum Beispiel Benchmarks zwischen verschiedenen Produkten, Partnern oder Regionen. Auch realistische Prognosen und detailliertes Budgetmanagement stellen für uns jetzt kein Problem mehr dar. Wir haben gerade erst angefangen, von den technologischen Errungenschaften richtig zu profitieren. Und ich bin sicher, dass wir noch enorme Effizienzpotenziale entdecken werden.“

Weitere Informationen

Wenn Sie mehr über IBM Lösungen erfahren möchten, wenden Sie sich an Ihren IBM-Ansprechpartner oder besuchen Sie uns unter:

ibm.com/analytics



© Copyright IBM Corporation 2015

IBM Deutschland GmbH
IBM-Allee 1
71139 Ehningen
Deutschland
ibm.com/de

IBM Österreich
Obere Donaustrasse 95
1020 Wien
ibm.com/at

IBM Schweiz
Vulkanstrasse 106
8010 Zürich
ibm.com/ch

Hergestellt in der Schweiz
Juni 2015

IBM, das IBM Logo, und ibm.com sind eingetragene Marken oder Marken der IBM Corporation in den USA und/oder anderen Ländern. Weitere Produkt- und Servicennamen können Marken von IBM oder anderen Unternehmen sein. Eine aktuelle Liste der IBM Marken finden Sie auf der Webseite „Copyright and trademark information“ unter ibm.com/legal/copytrade.shtml.

Dieses Dokument ist zum Datum seiner Erstveröffentlichung aktuell und kann jederzeit von IBM geändert werden. Nicht alle IBM Angebote sind in jedem Land, in welchem IBM tätig ist, verfügbar.

Die angeführten Kundenbeispiele dienen nur zur Illustration. Die tatsächlichen Ergebnisse beim Leistungsverhalten sind abhängig von der jeweiligen Konfiguration und den Betriebsbedingungen.

Der Benutzer ist dafür verantwortlich, den Betrieb von Produkten oder Programmen anderer Anbieter in Verbindung mit IBM Produkten und Programmen zu prüfen und zu verifizieren. Die Informationen in diesem Dokument werden auf der Grundlage des gegenwärtigen Zustands (auf „as-is“-Basis) ohne jegliche ausdrückliche oder stillschweigende Gewährleistung zur Verfügung gestellt, einschließlich, aber nicht beschränkt auf die Gewährleistungen für die Handelsüblichkeit, die Verwendungsfähigkeit für einen bestimmten Zweck oder die Freiheit von Rechten Dritter. Für IBM Produkte gelten die Gewährleistungen, die in den Vereinbarungen vorgesehen sind, unter denen sie erworben werden.



Bitte recyceln
