



SAP® Sales Cloud steigert die CRM-Intelligenz

München, 10. Oktober 2018 – SAP SE (NYSE: SAP) meldet neue Erfolge: Neben der Deutschen Telekom setzen auch der weltweite Anbieter von Wärmelösungen Cooler Master und der Pumpen- und Ventilhersteller KSB auf die SAP® Sales Cloud, um vertrauensvolle Beziehungen zu ihren Kunden aufzubauen und durch mehr Effizienz und Tempo ihre Verkaufszahlen anzukurbeln.

„Bei ihren Kaufentscheidungen verlassen sich die Kunden heute nicht mehr nur auf Preise und Produktmerkmale“, beobachtet Giles House, General Manager SAP Sales Cloud, SAP. „Vielmehr ist Vertrauen das alles entscheidende Kriterium. Leider funktionieren die meisten CRM-Systeme immer noch nach dem alten Muster. Um am Puls der Zeit zu bleiben, den Kundenerwartungen immer einen Schritt voraus zu sein und Beziehungen aufzubauen, die mehr als nur Einmalkäufe abwerfen, muss der Vertrieb schneller, vernetzter und intelligenter werden.“

Die [Deutsche Telekom](#) AG entschied sich mit der SAP Sales Cloud für eine sofort einsatzbereite Lösung, die Komplexitäten mindert, die Anwenderakzeptanz erhöht und die Dauer bis zur Markteinführung verkürzt. Eine Lösung, die sich auch ohne spezielle IT-Kenntnisse verwalten lässt. Indem sie ihren Configure Price Quote (CPQ)-Prozess vereinfacht, will die Deutsche Telekom neue Produkte und Services schneller auf den Markt bringen.

[Cooler Master](#) ersetzte seine Legacy-Plattform durch die SAP C/4HANA-Suite. Der innovative taiwanesischen Anbieter von Wärmetechnologie wollte damit ein Vertriebsmodell schaffen, das ein effektiveres After-Sales-Geschäft und Prognosemanagement ermöglicht.

„Unser bisheriges System war mit den komplexen Vertriebs- und Serviceabläufen bei KSB schlicht überfordert“, konstatiert Hansen Willerding, der als Programmleiter für die SAP Cloud for Customer-Lösung bei der KSB Group verantwortlich ist. „Die Einführung der CRM-Software von SAP bildete das Kernstück unserer Digitalstrategie. Mit SAP haben unsere Vertriebs- und Serviceteams endlich Zugang zu allen relevanten Daten. Das erhöht zum einen die Geschwindigkeit und Effizienz unserer Prozesse, verbessert zum anderen aber auch die Qualität der Serviceleistungen, die wir unseren Kunden bereitstellen. Damit sind wir auch in diesem zentralen Bereich im digitalen Zeitalter angekommen.“

SAP Sales Cloud: der Schlüssel zur Deal Intelligence

20 zukunftsorientierte Unternehmen erkunden derzeit die Möglichkeiten des maschinellen Lernens mit SAP-Software. Vier von ihnen, darunter auch Insight Enterprises Inc., erproben die ML-Funktionen für die Integration von Deal und Lead Intelligence in der Praxis. Dabei wird das ML-Modell der Software anhand von historischen Daten trainiert, um Kundenpräferenzen besser vorhersagen und Geschäftsabschlüsse effizienter herbeiführen zu können.

„Bei der Ansprache potenzieller Kunden geht es darum, für beide Seiten relevante Beziehungen herzustellen“, erklärt JP Kato, CRM-Manager von Insight Enterprises. „Wir wollen den Unternehmen dabei helfen, smarter zu werden, maximalen Nutzen aus ihren IT-Investitionen zu ziehen, und setzen dafür auf die SAP Sales Cloud und auf maschinelles Lernen. Anhand von Predictive-Analytics- und Deep-Learning-Algorithmen können wir die Erfordernisse der Unternehmen präzise erkennen und die notwendigen Vertriebsressourcen vorsehen, um gezielt diejenigen Kandidaten anzusprechen, die von unseren Lösungen am meisten profitieren würden.“

Die Deal-Intelligence-Funktionen der SAP Sales Cloud identifizieren potenzielle Kunden und weisen ihnen abhängig von der Wahrscheinlichkeit eines Geschäftsabschlusses einen bestimmten Wert zu. Die in die SAP Sales Cloud eingebettete, ML-gestützte Deal und Lead Intelligence der Datahug-Software von CallidusCloud eröffnet Vertriebsmanagern völlig neue Möglichkeiten. Sie gibt frühzeitig Alarm, wenn ein Geschäft gefährdet ist, und nimmt Chancen mit wenig Aussicht auf Erfolg aus der Pipeline.

SAP hat die Incentive Compensation Management (ICM)-Lösung von Callidus Software Inc. in seine Geschäftsdatenplattform HANA® integriert. In Benchmarktests konnten Vertriebsprovisionen 15 Mal damit schneller berechnet werden – ein Geschwindigkeitsvorteil, der intelligente Empfehlungen in Echtzeit ermöglicht.

Besuchen Sie das [SAP News Center](#). Folgen Sie SAP auf Twitter unter [@sapnews](#) und SAP Customer Experience unter [@sap_cx](#).

Informationen zu SAP

Als Marktführer für Unternehmenssoftware unterstützt die SAP SE Firmen jeder Größe und Branche, ihr Geschäft profitabel zu betreiben, sich kontinuierlich anzupassen und nachhaltig zu wachsen. Vom Back Office bis zur Vorstandsetage, vom Warenlager bis ins Regal, vom Desktop bis hin zum mobilen Endgerät – SAP versetzt Menschen und Organisationen in die Lage, effizienter zusammenzuarbeiten und Geschäftsinformationen effektiver zu nutzen als die Konkurrenz. Über 404.000 Kunden aus der privaten Wirtschaft und der öffentlichen Verwaltung setzen auf SAP-Anwendungen und Dienstleistungen, um ihre Ziele besser zu erreichen. Weitere Informationen unter www.sap.de.

##

Sämtliche in diesem Dokument enthaltenen Aussagen, die keine vergangenheitsbezogenen Tatsachen darstellen, sind vorausschauende Aussagen wie im US-amerikanischen „Private Securities Litigation Reform Act“ von 1995 festgelegt. Wörter wie „vorhersagen“, „glauben“, „schätzen“, „erwarten“, „voraussagen“, „beabsichtigen“, „planen“, „davon ausgehen“, „können“, „sollten“, „werden“ sowie ähnliche Begriffe in Bezug auf SAP sollen solche vorausschauenden Aussagen kennzeichnen. SAP übernimmt keine Verpflichtung gegenüber der Öffentlichkeit, vorausschauende Aussagen zu aktualisieren oder zu korrigieren. Sämtliche vorausschauenden Aussagen unterliegen unterschiedlichen Risiken und Unsicherheiten, durch die die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den Erwartungen abweichen können. Auf die Faktoren, die das zukünftige finanzielle Abschneiden von SAP beeinflussen könnten, wird ausführlicher in den bei der US-amerikanischen „Securities and Exchange Commission“ (SEC) hinterlegten Unterlagen eingegangen, unter anderem im letzten Jahresbericht Form 20-F. Die vorausschauenden Aussagen geben die Sicht zu dem Zeitpunkt wieder, zu dem sie getätigt wurden. Dem Leser wird empfohlen, diesen Aussagen kein unangemessen hohes Vertrauen zu schenken.

© 2018 SAP SE. Alle Rechte vorbehalten.

SAP und andere in diesem Dokument erwähnte Produkte und Dienstleistungen von SAP sowie die dazugehörigen Logos sind Marken oder eingetragene Marken der SAP SE in Deutschland und anderen Ländern. Zusätzliche Informationen zur Marke und Vermerke finden Sie auf der Seite <http://www.sap.de/copyright>.

Hinweis an die Redaktionen

Für Pressefotos und Fernsehmaterial in hoher Auflösung besuchen Sie bitte unsere Plattform www.sap.com/photos. Dort finden Sie aktuelles sendefähiges TV-Footage-Material sowie Bilder zu Themen rund um SAP zum direkten Download. Videos zu SAP-Themen aus der ganzen Welt finden Sie unter

www.sap-tv.com. Sie können die Filme von dieser Seite auch in Ihren eigenen Publikationen und Webseiten einbinden.

Ansprechpartner für die Presse:

Michael Baxter, SAP, +49 151 1719 6185, m.baxter@sap.com, CET

eloquenza pr gmbh, Ina Rohe, +49 89 2420380, sapcustomerexperience@eloquenza.de, CET

[Pressebereich im SAP News Center; press@sap.com](mailto:press@sap.com)

Bitte beachten Sie unsere [Datenschutzbestimmungen](#). Sie möchten keine Pressemeldungen mehr von uns bekommen? Senden Sie dazu bitte eine E-Mail an press@sap.com mit dem Begriff „Unsubscribe“ in der Betreffzeile.