

# CNO – NETZWERK 2011



**Kundenspezifische Präsentation am  
Point of Sales sowie effizienter  
Verkaufs- und Bestellprozess**

*Lindt*   
MAÎTRE CHOCOLATIER SUISSE  
DEPUIS 1845

  
FUTURECOM | phum 

**Inhalt**

1	Lindt Canada	4
2	Direkte Marktbearbeitung und kundenspezifische Vertriebsmodelle	5
3	iPad ersetzt Papier	6
3.1	Elektronische Verkaufspräsentation	6
3.2	Automatischer Bestellprozess	7
4	Attraktive Verkaufspräsentation und fehlerfreie Bestellung	8
4.1	Effizienter Bestellprozess	9
4.2	Wettbewerbsvorteil gegenüber Konkurrenten	9
4.3	Imagegewinn gegen innen und aussen	9

Im Chief Networking Officer Netzwerk erforschen und entwickeln wir Ideen und Lösungen für ein besseres Verständnis der Anforderungen an die Informatik und der Nützlichkeit der Informatik für das Business. Das Projekt wird getragen von Partnern aus Wissenschaft, Wirtschaft und Verwaltung.

Mit Chief Networking Officer (CNO) ist jene Person gemeint, die in der Geschäftsleitung die Verantwortung für die Vernetzung des Unternehmens mit Kunden, Lieferanten und Partnern übernimmt. Der oder die CNO unterstützt unternehmensinterne und betriebsübergreifende Geschäftsprozesse mit Informatik und Telekommunikation, damit die beteiligten Mitarbeiter/innen effizient und effektiv zusammenarbeiten können.

Als Sponsoren unterstützen das CNO Netzwerk 2011:

- GARAIO AG ([www.garaio.com](http://www.garaio.com))
- isolutions AG ([www.isolutions.ch](http://www.isolutions.ch))
- Ruf Informatik AG ([www.ruf.ch](http://www.ruf.ch))
- Unic AG ([www.unic.com](http://www.unic.com))
- Netcetera ([www.netcetera.ch](http://www.netcetera.ch))
- SQS Software Quality Systems AG ([www.sqs-group.ch](http://www.sqs-group.ch))
- Software Improvement Group AG ([www.sig.eu](http://www.sig.eu))

Wissenschaftliche Partner des CNO Netzwerks 2011 sind: IOP Universität Bern, IWI Universität Bern; Kompetenzzentrum für Public Management Universität Bern; IfM Universität St. Gallen; Schmalenbach-Gesellschaft

Verbandspartner des CNO Netzwerks 2011 sind: simsa; Swiss Marketing SMC; IFJ Institut für Jungunternehmen; [internet-briefing.ch](http://internet-briefing.ch); asut; SWICO; WinLink

Medienpartner des CNO Netzwerks 2011 sind: Netzmedien; IT Business; ICT in Finance; inside-it

## 1 Lindt Canada

Lindt Canada ist eine hundertprozentige Tochter der Schweizer Holding Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG (Lindt & Sprüngli). Entstanden ist Lindt & Sprüngli 1845 in Zürich als kleine Schokoladenmanufaktur des Konditors David Sprüngli-Schwarz. 1899 schliesslich kaufte die Chocolat Sprüngli AG die Berner Manufaktur von Rodolphe Lindt. Damit war der Grundstein für einen Weltkonzern gelegt, der heute mehr als 7'500 Mitarbeitende beschäftigt und jährlich rund 2,6 Milliarden Schweizer Franken Umsatz erwirtschaftet. Lindt & Sprüngli ist heute mit sechs Produktionsstandorten in Europa und zwei in den USA vertreten. Zudem unterhält das Unternehmen Vertriebs- und Verkaufsorganisationen auf vier Kontinenten und ist mit seinen Produkten in über 100 Ländern präsent.

*Rudi Blatter,  
CEO Lindt Canada*



**„Am Markt setzt sich der am besten angepasste Wettbewerber durch. Nicht der grösste, nicht der stärkste, der am besten angepasste.“**

In Kanada hat Lindt & Sprüngli seit Mitte der 1990er Jahre eine eigene Vertriebsorganisation. Die Tochterfirma Lindt Canada (Lindt) erwirtschaftet mit ca. 150 Festangestellten einen Jahresumsatz von rund 150 Mio. kanadischen Dollars (rund 135 Mio. Schweizer Franken). Produziert wird die Ware für den kanadischen Markt mehrheitlich in Europa und der grösste Teil davon in der Schweiz. Mit ihren Produkten erreicht Lindt in Kanada einen Marktanteil von hohen 9%. Sie positioniert sich erfolgreich als Premium-Anbieter mit dem Image, Schweizer Schokolade von höchster Qualität zu produzieren.

Ansprechpartner	Unternehmen	Funktion
Rudi Blatter	Lindt Canada	CEO & President
Andreas Widmer	Futurecom interactive AG	CEO
Bernard C. Kümmerli	T'emogique, sàrl (Philm)	CEO & President
Norman Briner	sieber&partners	Autor
Daniel Caduff	sieber&partners	Autor

*Abbildung 1: Ansprechpersonen*

Bei Lindt als Vertriebsorganisation kommt der Verkaufsabteilung eine zentrale Bedeutung zu: Von den 150 Mitarbeitenden sind etwa 90 ausschliesslich im Aussendienst direkt bei den Kunden tätig. Die Herausforderung für Lindt liegt darin, sich optimal an den sehr schnelllebigen Markt mit vielen verschiedenen Detailhändlern und unterschiedlichen Vertriebsmodellen anzupassen. Im zweitgrössten Land der Erde mit sechs Zeitzonen und teilweise tausenden Kilometern Distanz zwischen den grösseren Ballungsräumen, stellt dies besondere Anforderungen an die Führung, Information und Überwachung der Aussendienstmitarbeitenden.

Diese Fallstudie zeigt, wie es Lindt gelungen ist, mit EasyPush<sup>®</sup> – einer iPad-basierenden Sales-Lösung, die Futurecom interactive AG (Futurecom) zusammen mit Temogique, Inc. (Philm) konzipiert und realisiert haben – ihren Aussendienstmitarbeitenden ein Werkzeug zur Verfügung zu stellen, mit dem sie optimal auf die unterschiedlichen Bedürfnisse ihrer Kunden eingehen können. Gleichzeitig vereinfacht EasyPush<sup>®</sup> den Bestellprozess und wirkt motivierend auf die Mitarbeitenden.

## 2 Direkte Marktbearbeitung und kundenspezifische Vertriebsmodelle

Der Detailhandelsmarkt in Kanada ist stark segmentiert. Im Gegensatz zum Schweizer Heimmarkt, gibt es in Kanada sehr viel mehr unterschiedliche Wettbewerber und Handelskanäle. Diese folgen zudem verschiedene Modellen der Logistik und Lagerhaltung: Das eine Unternehmen will z.B. Lieferungen an sein Zentrallager, ein anderes erwartet Just-In-Time-Lieferungen direkt in die Filialen. Bei kleinen, unabhängigen Detailhändlern verkauft der Lindt-Aussendienstmitarbeitende die Ware direkt und nimmt vor Ort beim Kunden die Bestellung auf. Grosse Detailhandelskunden und Warenhausketten werden von Key Account Managern betreut. Die Aussendienstmitarbeitenden haben bei diesen Kunden die Aufgabe, die Präsentation der Ware im Laden zu überprüfen, die Strategie inklusive Merchandising, vor allem was die saisonale Präsenz betrifft, umzusetzen und allenfalls die Filialleiter und deren Personal effizient zu informieren und zu beraten.

Lindt beliefert sämtliche Kundentypen generell ohne Zwischenhandel. Ein effizienter Bestell- und Lieferprozess bedeutet dabei einen klaren Marktvorteil gegenüber den Konkurrenten. Dies stellt Lindt vor die Herausforderung, den verschiedenen Logistikmodellen ihrer Kunden gerecht zu werden, Bestellungen ihrer Aussendienstmitarbeitenden schnell zu verarbeiten und diese jederzeit mit den aktuellsten Produkt- und Preisinformationen zu versorgen. Unabhängig davon, wo in Kanada sie sich gerade aufhalten.

Das typische Präsentationswerkzeug vergangener Tage war ein Ordner. Darin waren Bestelllisten, diverse Folien zur Präsentation sowie Marketing- und Verkaufsmaterial aller Art abgelegt. Die Ordner waren unübersichtlich, brauchten Platz beim Transport und waren nur aufwändig à jour zu halten. Rudi Blatter, der CEO von Lindt Canada, suchte deswegen nach einer Lösung, die die Aussendienstmitarbeitenden in allen Belangen unterstützt und gleichzeitig den Bestellprozess effizienter gestaltet. Nach zwei gescheiterten Versuchen, die Automatisierung der Verkaufsorganisation zu vereinfachen,

chen, entschied sich Lindt für die Anwendung EasyPush® des Joint Ventures von Futurecom und Philm, die aktuell auf dem iPad läuft. Das Projekt hatte zwei Ziele: Rudi Blatter erklärte einerseits eine markante Effizienzsteigerung der Aussendienstmitarbeitenden als „condicio sine qua non“ und andererseits ein papierloses Umfeld für diese.

### 3 iPad ersetzt Papier

Das iPad ist einfach zu transportieren und dank der darauf installierten Anwendung EasyPush® von Futurecom und Philm müssen sich die Aussendienstmitarbeitenden keine Gedanken um die Aktualität der Inhalte machen. Auf dem Gerät lassen sich zudem Filme und Präsentationen abspielen, die die bisherigen Unterlagen aus Papier in ihrer Wirkung übertreffen. Lindt entschloss sich deshalb, alle Aussendienstmitarbeitenden mit iPads und der Anwendung EasyPush® auszustatten.

#### 3.1 Elektronische Verkaufspräsentation

EasyPush® unterscheidet sich optisch stark von gängiger Software, deren Layout oft sehr funktionalistisch gestaltet ist. Bei EasyPush® setzt Futurecom die emotionalen Bildwelten des Kunden um. Für Lindt bedeutet dies, dass auf dem Startbildschirm der bekannte „Maître Chocolatier“ den Benutzer begrüsst und die Anwendung generell komplett mit den Farben, Logos und Schriften von Lindt gestaltet ist. Im Vergleich zu Excel-Listen wirkt dies attraktiv und individuell. Von der Wahrnehmung her, ähnelt EasyPush® der Website von Lindt. Auf der linken Seite findet sich die Navigation und in der rechten oberen Ecke die Update-Schaltfläche. Durch einen einzigen Fingertipp kann der Aussendienstmitarbeitende alle Dokumente aktualisieren (vgl. Abbildung 2).

Auf den LindtPads sind sämtliche Bestelllisten, Firmen- und Produktdokumentationen, Werbespots und Marketingbroschüren gespeichert. Ebenso findet der Mitarbeitende interne Handlungsanweisungen, die er für seine tägliche Arbeit braucht. Inhalte und Bedienung des LindtPad sind zweisprachig ausgelegt. Das LindtPad unterstützt beide Landessprachen, Englisch und Französisch. Für die laufende Aktualisierung der Inhalte wurde am Hauptsitz des Unternehmens die neue Stelle des Content Managers geschaffen. Er schaltet die Informationen und Dokumente gezielt für einzelne Aussendienstmitarbeitende oder Gruppen frei. Weil ausschliesslich der Content Manager die Inhalte auf den LindtPads definiert, ist deren Konsistenz und Aktualität jederzeit gewährleistet. Er kann dabei genau nachverfolgen, welche Aussendienstmitarbeitenden die Informationen bereits heruntergeladen und geöffnet haben.



Abbildung 2: Ansicht des Startbildschirms von EasyPush im Lindt-Design.

Der LindtPad dient zudem als effizientes und zielgerichtetes Führungsinstrument dank der Ticker-Funktion: Am unteren Ende des Bildschirm können der Verkaufsleiter oder der CEO Nachrichten an die Aussendienstmitarbeitenden einblenden lassen. Diese dienen als wöchentliche oder tägliche Motivationsgespräche.

### 3.2 Automatischer Bestellprozess

Bestellungen werden vor Ort beim Kunden direkt auf dem LindtPad aufgenommen. Bei vorhandenem WLAN-Zugang werden diese direkt mit dem EasyPush® Backend (Server) synchronisiert und von diesem über eine Webschnittstelle in das Enterprise-Resource-Planning-System (ERP) von Lindt exportiert. Alle Bestellungen werden an den Hauptsitz übermittelt und automatisch in die Produktions- und Logistikplanung integriert, zudem wird aus dem ERP automatisch eine Bestätigungs-E-Mail an den Verkäufer und an den Kunden versendet. Ist kein WLAN-Zugang vorhanden, wird die Bestellung solange lokal auf dem Gerät gespeichert bis eine Synchronisierung mit dem Backend wieder möglich ist. Betrieben wird das Backend durch Futurecom (vgl. Abbildung 3).

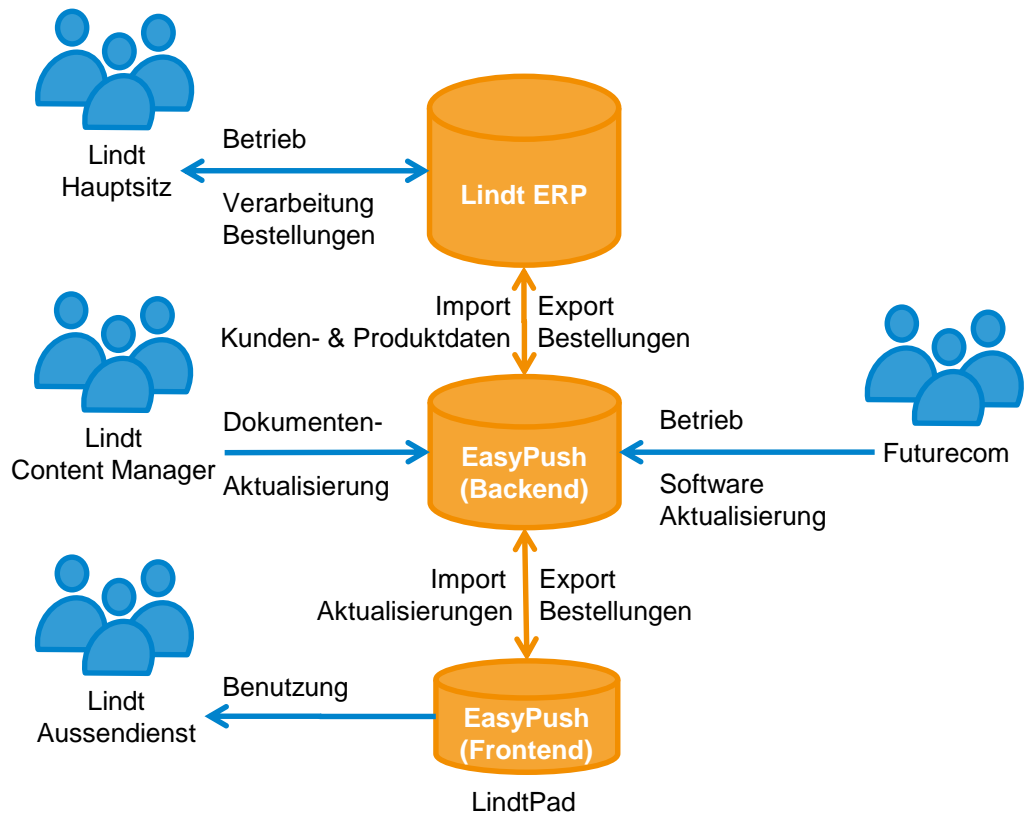


Abbildung 3: Datenflussmodell zwischen EasyPush® und dem ERP.

#### 4 Attraktive Verkaufspräsentation und fehlerfreie Bestellung

Ob Verkaufspräsentation bei unabhängigen Detailhändlern, oder Vorgaben zur Präsentation der Ware am Point of Sales bei grossen Warenhausketten: All dies kann der Aussendienstmitarbeitende heute dynamischer präsentieren als mit den herkömmlichen Ordnern bestehend aus Bestelllisten und Foliensätzen. Neu steht ihm die gesamte Marketing- und Verkaufspalette aus Text, Bild, Ton und Video zur Verfügung. Bei unabhängigen Detailhändlern, wo der Aussendienstmitarbeitende als Verkäufer auftritt, verbesserte sich der Verkaufserfolg deutlich seit der Einführung des LindtPad.

Bei grossen Detailkunden und Warenhausketten verbesserte sich die einheitliche Verkaufspräsentation. Was in einer Filiale als Standard definiert wurde, kann vom Content Manager als Foto sofort allen Aussendienstmitarbeitenden weitergeleitet und von diesen in anderen Filialen identisch umgesetzt werden. Für Lindt verbesserte sich so die direkte Führung ihrer Aussendienstmitarbeitenden. Lindt kann sehr schnell auch auf individuelle Anfragen eingehen und erhält gleichzeitig einen schnellen Überblick über alle Aussendienst-Aktivitäten.

#### 4.1 Effizienter Bestellprozess

Mit EasyPush® können Bestellungen direkt auf dem LindtPad erfasst werden. Dies ist für den Kunden und den Aussendienstmitarbeitenden eine sehr einfache Lösung. Der Kunde kann direkt im Gespräch mit dem Aussendienstmitarbeitenden allfällige Fragen klären, anstatt sich selber durch Sortiments- und Bestelllisten durchzuarbeiten. Damit wird sein Aufwand reduziert. Der Aussendienstmitarbeitende muss sich keine Gedanken mehr über die Aktualität der Bestelllisten machen. Preis- oder Sortimentsänderungen und auch kurzfristige Sonderaktionen sind sofort ersichtlich.

Durch die Anbindung ans ERP entfallen manuelle Zwischenschritte, anders als bei telefonischen Bestellungen oder Bestellungen per Fax. EasyPush® reduziert mögliche Fehlerquellen, etwa durch falsch interpretierte Handschriften. Für Lindt bedeutet dies weniger Stornierungen. Umgekehrt nützt dies auch dem Kunden, der sich sicher sein kann, exakt das geliefert zu bekommen, was er bestellte. Der Bestellprozess konnte durch die Anwendung um mehrere Tage beschleunigt werden.

#### 4.2 Wettbewerbsvorteil gegenüber Konkurrenten

Die Herausforderung, den Bedürfnissen aller unterschiedlichen Kundentypen gerecht zu werden, wurde mit der kombinierten Lösung aus LindtPad und EasyPush® optimal gemeistert. Egal, ob die Aussendienstmitarbeitenden einen kleinen, unabhängigen Laden besuchen und vor Ort die Inhaber beraten sowie Bestellungen aufnehmen; oder ob es sich um eine grosse Warenhauskette handelt, bei der die Aussendienstmitarbeitenden die Präsentation im Laden sowie die Marketingaktivitäten überwachen: Mit dem LindtPad haben sie für jeden Kundentyp die passenden Informationen stets dabei.

#### 4.3 Imagegewinn gegen innen und aussen

Mit dem neuen Arbeitsgerät kann sich Lindt gegenüber ihren Mitbewerbern abgrenzen und unterstreicht ihr Image als innovative Premiummarke auch gegenüber den Kunden. Gegen innen wirken die LindtPads motivierend auf die Aussendienstmitarbeitenden: Schon bei der Übergabe der Geräte freuen sie sich über das aktuell sehr begehrte Gadget.

*Rudi Blatter,*  
*CEO Lindt Canada*



**„Vom 20-bis zum 60-jährigen Mitarbeitenden wurde das LindtPad mit EasyPush® begeistert aufgenommen und sofort von allen akzeptiert.“**