



Success Story

MACO: Ein Weltmarktführer stellt seine Vertriebssteuerung neu auf

Komplexität im Sales zum Wettbewerbsvorteil machen



Wie MACO und SYBIT die SAP Sales Cloud V2 nutzen, um Komplexität im Sales zum Wettbewerbsvorteil zu machen

Fenster- und Türbeschläge sind auf den ersten Blick kein digitales Geschäftsmodell. Doch bei MACO sieht die Realität längst anders aus. Der österreichische Hersteller entwickelt und produziert nicht nur Beschläge für Fenster, Türen und Schiebeelemente, sondern unterstützt seine Kunden heute auch mit digitalen Services, Konfiguratoren, Maschinenschnittstellen und datenbasierten Anwendungen. Mit rund 2.600 Mitarbeitenden, 16 Vertriebsniederlassungen und einer Präsenz in über 40 Märkten gehört MACO zu den weltweit führenden Anbietern seiner Branche.

Je internationaler das Geschäft wurde, desto größer wurde jedoch eine zentrale Herausforderung: Wie schafft man Transparenz und Steuerbarkeit über Märkte, Produkte und Kunden hinweg, wenn jede Vertriebsorganisation eigene Anforderungen mitbringt und die Komplexität kontinuierlich steigt?

Für MACO war klar: Wachstum, Internationalisierung und die zunehmende Digitalisierung der Branche erfordern eine gemeinsame Datenbasis und einheitliche Vertriebsprozesse – ohne dabei die Besonderheiten des Geschäftsmodells aufzugeben.



Mayer & Co Beschläge GmbH



Hauptsitz: Salzburg



2600 Mitarbeitende



257 Mio. € Umsatz (2022)



Die Herausforderung: Die richtige Sicht auf Daten schaffen

MACO verfügt über eine hochkomplexe Produktwelt. Für die Produktion ist diese Granularität essenziell. Für den Vertrieb jedoch entsteht daraus ein Problem: Die Daten liegen zwar vor, befinden sich aber häufig nicht auf der Ebene, auf der Vertriebsentscheidungen getroffen werden.

Ein Beispiel: Während Produktionssysteme einzelne Komponenten, Scharniere, Schienen oder Schrauben verwalten, benötigt der Vertrieb eine Sicht auf Produktgruppen, Marktpotenziale und Geschäftschancen. Das war bisher aber nicht gegeben. Die entscheidende offene Frage lautete für den Vertrieb also: welche Potenziale können bei einem Kunden noch ausgeschöpft werden?

Gleichzeitig arbeiteten verschiedene Märkte mit unterschiedlichen Herangehensweisen und Datenstrukturen. Für eine international agierende Organisation wurde es zunehmend wichtiger, eine gemeinsame Sprache für Produkte, Kunden und Vertriebschancen zu etablieren.

Von einem CRM-System zur zentralen Vertriebs- plattform

Wie geht man in so einer vielschichtigen Ausgangslage vor? Viele Unternehmen mit komplexen Vertriebsprozessen stehen heute vor einer ähnlichen Frage:

„Wird es nicht entweder viel zu aufwändig, unser spezielles Geschäftsmodell genau abzubilden, oder muss

ich so stark generalisieren, dass ich am Ende wieder nichts erreiche? Muss ich mich zwischen Standardisierung und Individualisierung entscheiden?“

MACO und SYBIT haben sich bewusst gegen dieses „Entweder, Oder“ gestellt. Gemeinsam entwickelten sie eine neue Daten- und Vertriebsplattform, die das Beste aus beiden Welten kombiniert: Rund 90 Prozent der Anforderungen wurden konsequent auf Basis von Standardprozessen umgesetzt. Die verbleibenden 10 Prozent wurden gezielt dort ergänzt, wo sie einen unmittelbaren geschäftlichen Mehrwert liefern und einen echten Unterschied im Vertriebsalltag machen.

Die technologische Grundlage dafür bildet eine moderne SAP-Landschaft rund um SAP Sales Cloud V2 und SAP Business AI Platform (ehemals SAP BTP). Gemeinsam schaffen diese Lösungen die Basis für eine neue, aktive Arbeitsplattform für den Vertrieb. Informationen werden nicht mehr nur erfasst, sondern gezielt genutzt, um Potenziale zu erkennen, Entscheidungen zu unterstützen und Vertriebsaktivitäten zu steuern. Die neue Plattform unterstützt den Vertrieb heute unter anderem durch:

- mobile Nutzung im Außendienst
- eine enge Outlook-Integration
- einen zentralen Hub für vertriebsrelevante Daten
- mehr Transparenz über Kundenpotenziale
- die Integration unterschiedlicher Datenquellen
- eine einheitliche Vertriebssteuerung über Länder- und Organisationsgrenzen hinweg

Es entstand also eine skalierbare Vertriebsplattform, die Standardisierung ermöglicht und gleichzeitig genügend Flexibilität bietet, um die Besonderheiten eines international agierenden Marktführers abzubilden.



„Für uns war entscheidend, die Komplexität unseres internationalen Geschäfts beherrschbar zu machen und gleichzeitig neue Wachstumspotenziale sichtbar zu machen. Gemeinsam mit SYBIT ist es gelungen, Standardisierung und Innovation sinnvoll zu verbinden und eine Vertriebsplattform zu schaffen, die unsere internationalen Vertriebsorganisationen auf einer gemeinsamen Datenbasis zusammenführt. Heute verfügen wir über deutlich mehr Transparenz bei Kundenpotenzialen, können Vertriebsaktivitäten gezielter steuern und Entscheidungen auf Basis konsistenter Daten treffen. Das stärkt die Zusammenarbeit über Ländergrenzen hinweg und schafft die Grundlage für weiteres Wachstum.“

Manuel Biechl, Chief Sales Officer, MACO Gruppe

Business Impact: Was MACO schon jetzt erreicht hat

Gemeinsam mit SYBIT hat MACO gezielt die Voraussetzungen geschaffen, um individuelle, vertriebsrelevante Use Cases auf einer einheitlichen Datenbasis umzusetzen. Im Fokus standen dabei Lösungen, die schnell messbaren Mehrwert liefern: von einer besseren Transparenz über Kundenpotenziale bis hin zu einer einheitlichen Steuerung von Produkten, Kunden und Opportunities über Ländergrenzen hinweg. Statt Daten lediglich zu verwalten, kann der Vertrieb sie heute aktiv nutzen, um fundiertere Entscheidungen zu treffen und Wachstumspotenziale gezielter zu erschließen.

Einheitliche Sicht auf Produkte und Kunden

1 Mit der Einführung einer vertriebsorientierten Produkthierarchie und eines zentralen Profilmasters wurde erstmals eine gemeinsame Datenbasis für die gesamte Vertriebsorganisation geschaffen. Produkte, Kundeninformationen, Opportunities, Leads, Marktpotenziale und Auswertungen werden nun auf einer Ebene betrachtet, die den tatsächlichen Anforderungen des Vertriebs entspricht (während sie zuvor primär für Fertigung und Logistik ausgelegt war). Dadurch entstehen konsistente Auswertungen, bessere Vergleichbarkeit zwischen Märkten und eine deutlich vereinfachte Zusammenarbeit über Länder- und Organisationsgrenzen hinweg.

Transparenz über Marktpotenziale und Chancen

2 Einen besonderen Mehrwert liefert die Kundenkapazitätslogik. Statt ausschließlich bestehende Kundenbeziehungen zu dokumentieren, kann der Vertrieb heute systematisch analysieren, welche Marktpotenziale bereits ausgeschöpft sind und wo zusätzliche Wachstumschancen bestehen. Produktionskapazitäten, installierte Maschinen, Marktanteile und Wettbewerbsinformationen werden in einem zentralen Kontext zusammengeführt. Dadurch entsteht eine deutlich bessere Entscheidungsgrundlage für die Vertriebssteuerung sowie die Priorisierung von Verkaufsaktivitäten. Risiken lassen sich zudem frühzeitig erkennen und direkt im Opportunity-Prozess verfolgen.



3

Schnellere Weiterverarbeitung von Leads

Insbesondere bei Messen und Veranstaltungen profitiert MACO von einem deutlich effizienteren Lead-Prozess. Interessenten können direkt vor Ort digital erfasst und nahtlos in die Vertriebsprozesse übernommen werden. Stammdaten, Produktinteressen und Wachstumspotenziale stehen dem Vertrieb unmittelbar zur Verfügung. Dadurch verkürzt sich die Zeit zwischen Erstkontakt und aktiver Bearbeitung erheblich und neue Geschäftschancen können schneller genutzt werden.

4

Höhere Datenqualität bei geringerem Administrationsaufwand

Mit dem Admin Customizing Hub wurde ein zentraler Arbeitsbereich für Auswahllisten, Regelwerke und vertriebsrelevante Stammdaten geschaffen. In diesem Hub lassen sich Anpassungswünsche an den BTP Applikationen aus den Fachbereichen ohne Programmierkenntnisse schneller umsetzen. Die zentral gepflegten Regeln bilden zudem die Grundlage für Automatisierungen innerhalb der Plattform. Das Ergebnis sind konsistentere Daten, weniger Fehlerquellen und ein deutlich geringerer Administrationsaufwand für die IT- und CRM-Teams.

5

Skalierbare Plattform für internationales Wachstum

Die neu geschaffene Plattform unterstützt heute die mobile Nutzung im Außendienst, integriert unterschiedliche Datenquellen und dient als zentraler Hub für vertriebsrelevante Informationen. Gleichzeitig ermöglicht sie eine einheitliche Vertriebssteuerung über Märkte, Regionen und Organisationseinheiten hinweg. Dadurch verfügt MACO über eine skalierbare Grundlage für weiteres Wachstum, zukünftige Digitalisierungsinitiativen und die kontinuierliche Weiterentwicklung seiner internationalen Vertriebsorganisation.



„Digitale Transformation bedeutet für uns mehr als die Einführung neuer Technologien. Gemeinsam mit SYBIT haben wir eine Plattform geschaffen, die Standardisierung und Innovation miteinander verbindet und gleichzeitig konsequent auf die langfristige Digitalstrategie von MACO einzahlt. Mit einer gemeinsamen Datenbasis, skalierbaren Prozessen und gezielten Innovationen schaffen wir die Grundlage, um zukünftige Marktanforderungen schneller umzusetzen und die digitale Entwicklung unseres Unternehmens nachhaltig voranzutreiben.“

Florin Guma, Chief Digital Officer, MACO Gruppe

Die technologische Grundlage

SAP-Landschaft

- SAP Sales Cloud V2
- SAP Service Cloud V2
- SAP Datasphere
- SAP Analytics Cloud
- SAP Integration Suite
- SAP Business AI Platform (ehemals SAP BTP)

SAP Business AI Platform als Innovationsplattform

- Kundenkapazitäts-App zur Potenzialanalyse
- Zentraler Profilmaster für konsistente Stammdaten
- Risiko-Opportunities und weitere vertriebs-spezifische Erweiterungen
- Flexible Umsetzung geschäftskritischer Use Cases ohne Abkehr vom Standard

Das Ergebnis: Eine Plattform für weiteres Wachstum

Die Transformation des digitalen Vertriebs hat bei MACO weit mehr geschaffen als ein neues CRM-System. Die eigentliche Leistung dieses Projekts liegt darin, Komplexität beherrschbar zu machen. Durch die Kombination aus standardisierten Prozessen, einer gemeinsamen Datenbasis, gezielten Innovationen und der technologischen Plattform rund um die SAP Sales Cloud V2 hat MACO die Grundlage für eine moderne Vertriebssteuerung geschaffen, die zukünftiges Wachstum ermöglicht.

Heute verfügt das Unternehmen über:

- eine gemeinsame Datenbasis für internationale Vertriebsorganisationen
- standardisierte Vertriebsprozesse über Ländergrenzen hinweg
- punktuelle Eigenentwicklungen, die wirklich Business Impact liefern
- eine zukunftsfähige Plattform für weitere Digitalisierungsinitiativen
- sowie die technologische Grundlage für die nächsten Transformationsschritte innerhalb der SAP-Landschaft

Damit zeigt MACO beispielhaft, wie Unternehmen auch in komplexen internationalen Marktumfeldern Standardisierung, Datenqualität und individuelle Geschäftsanforderungen erfolgreich miteinander verbinden können.



We Create CX Champions.

500+

Kunden

350+

Mitarbeitende

100%

kundenzentriert

No.1

für CX in Europa

Top 10

IT-Arbeitgeber

25+

Jahre Erfahrung



**Gehen wir den nächsten
Schritt zusammen!**

+49 7732 9508-2000

sales@sybit.de

Sybit GmbH
St.-Johannis-Str. 1-5
78315 Radolfzell
sybit.com