


Case Study

Robinson Club GmbH

Erhebung der Anforderungen für ein CRM System

- Kunde** **ROBINSON** 
- Projekt** Einführung CRM
- Lösung** Anforderungserhebung, unternehmensweites Wahrnehmen des CRM, Anbieterauswahl sowie Übergabe zur Implementierung
- Ergebnis** Ein passendes CRM System und die notwendige Wahrnehmung des CRM als Teil der Philosophie



CASE STUDY

Über Robinson Club GmbH

Die Robinson Club GmbH ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der TUI AG mit Sitz in Hannover. ROBINSON wurde im Jahr 1970 gegründet und ist der deutsche Qualitäts- und Marktführer im Premiumsegment für Cluburlaub. Weltweit sind in 11 Ländern über 4.500 Mitarbeiter in 23 Clubs und einem Stadthaus beschäftigt. Im deutschsprachigen Raum ist ROBINSON Marktführer im gehobenen Clubsegment. Die Zielgruppe setzt sich je nach Clubkategorie aus Familien, Paaren, Alleinreisenden, Alleinreisenden mit Kind sowie Gruppen (Incentive & Meetings) zusammen, wobei Familien und Paare die Mehrheit bilden.

ROBINSON plante die Einführung eines Customer Relationship Management Systems (CRM). Das System soll die bestehenden CRM Prozesse innerhalb des Unternehmens automatisieren, die Potenziale der bestehenden Kundenbeziehungen besser als bisher und vor allem ertragssteigernd nutzen und die Unternehmensphilosophie, den Gast in den Mittelpunkt allen Handels zu stellen, umfassend unterstützen.

Unser Auftrag

hit-CONSULT unterstützte das Projektteam von ROBINSON bei der Erhebung der systemischen Anforderungen, die sich aus der erarbeiteten CRM Strategie ergaben. Zudem wurden auch Anforderungen an Schnittstellen zu vor- und nachgelagerten Systemen, wie dem PMS definiert. Daraus erstellte hit-CONSULT ein Lastenheft und begleitete ROBINSON bei der Anbieterauswahl.

Die Umsetzung

hit-CONSULT fungierte in diesem Projekt in Zusammenarbeit mit ROBINSON Mitarbeitern als Projektmanager. Der Kern der Zusammenarbeit war jedoch neben dem Erheben der technischen Anforderungen vor allem das unternehmensweite Begreifen des CRM als ein großer Bestandteil der Unternehmensphilosophie und nicht als System.

Zusammen wurde die klare Definition der Anforderung des CRM Systems für ROBINSON festgelegt und dokumentiert. Daraus ergab sich das Lastenheft mit den präzisen Angaben, welche Schwerpunkte das CRM System in Hinsicht der Unternehmenskultur und -ziele unterstützen soll. Zudem identifizierten sich die einzelnen Abteilungen zunehmend mit dem Projekt und es wurde eine unternehmensweite und gemeinschaftliche Wahrnehmung der Aufgaben und Potenziale des CRM erreicht.

hit-CONSULT war das Sprachrohr zwischen ROBINSON und den Systemanbietern. Im Zuge des Ausschreibungsverfahrens übernahm hit-CONSULT die komplette Organisation und Koordination für Informationen, Abstimmungen und Fristen. Mit der Aufbereitung der Ergebnisse, der Auswertung und der Dokumentation lieferte hit-CONSULT Empfehlungen zu den Anbietern, welche die für ROBINSON spezifischen Anforderungen bestmöglich unterstützten. So wurde ROBINSON die Möglichkeit gegeben, selbst eine Entscheidung zu treffen.

Anschließend an die Betreuung der Anbieter während des Auswahlverfahrens und der Auswertung der Lastenhefte sowie der Vorauswahl der Anbieter in Abstimmung mit dem ROBINSON Projektteam, war hit-CONSULT für die Begleitung der Anbieterpräsentationen vor Ort sowie bei der Unterstützung bei der finalen Auswahl des Anbieters tätig. Nach der finalen Entscheidung übernahm hit-CONSULT die Organisation und Koordinierung zur Implementierung des neuen Systems, um einen fließenden Übergang zwischen ROBINSON, dem Anbieter des CRM Systems und des PMS Systems zu gewährleisten.

Ergebnis und Nutzen für den Kunden

Durch die ausführliche Anforderungserhebung in Zusammenarbeit mit dem Projektteam konnte ein sehr individuelles Lastenheft mit entsprechend spezifischen Anforderungen geschaffen werden. Wichtiger noch ist, dass durch diese Herangehensweise alle beteiligten Abteilungen den unternehmensweiten Charakter dieses Projekts erkannt und CRM mehr als Teil der Philosophie und weniger als ein technisches System erkannt haben. Auf dieser Basis war es ROBINSON und hit-CONSULT möglich einen CRM Anbieter zu definieren, der sowohl in der Art und Weise der Zusammenarbeit, wie auch im Hinblick der systemischen Funktionalitäten nahezu maßgeschneidert für die Anforderungen ROBINSONS erscheint. Weiterhin war die Zusammenarbeit mit dem Anbieter, dadurch dass sämtliche Abteilungen das Potenzial des CRM erkannt haben, von Beginn an besonders konstruktiv. Dies ist eine solide Basis für ein zukünftig erfolgreiches CRM.

Kontakt

Robinson Club GmbH
www.robinson.com

hit-CONSULT GmbH
www.hit-consult.com

Wir freuen uns immer von Ihnen zu hören
Catherine Balcerzak- Business Development Manager
Catherine.Balcerzak@hit-consult.com