

## BEST PRACTICE: KNOWLEDGE MANAGEMENT

# Zeit sparen, Aufwand senken

Um die Schlagkraft seiner Vertriebsteams zu fördern, hat der kanadische Telekommunikationsanbieter Nortel die Wissensmanagement-Lösung »BizSphere Sales Enablement« eingeführt. Vertriebsinformationen on-demand.

VON MATTHIAS ROEBEL\*

Die Knowledge-Management-Lösung bietet den Verkäufern und Vertriebsführern eine Online-Plattform, über die sie nicht nur in Sekundenschnelle auf alle vertriebsrelevanten Inhalte zu Produkten, Services und Lösungen zugreifen können. Darüber hinaus lassen sich auch automatisch maßgeschneiderte Kundenpräsentationen erstellen. Das Ziel: Nortel will mit der Plattform bis zu 40 Prozent an Such- und Aufbereitungszeit sowie Kosten bei der Materialproduktion sparen. Der große Informations- und Telekommunikationstechnologie-Spezialist Nordamerikas, Nortel, entschied sich für BizSphere im Zuge seiner konzernweiten SAP-Konsolidierungsstrategie. Die neue Informationsarchitektur sollte mehrere Sales-Portale ablösen, über die der Vertrieb von Marketing und Produktmanagement mit Informationsmaterial versorgt wurde, darunter Produktpräsentationen, Broschüren und Fallbeispiele. Das Problem: »Das frühere Wissensmanagement war von Redundanzen und unklaren Zuständigkeiten geprägt«, erinnert sich

\*MATTHIAS ROEBEL Director of Knowledge Management Innovation, Nortel CTO Office

Matthias Roebel, Director of Knowledge Management Innovation im Nortel CTO Office.

Dadurch waren die Informationen häufig nicht mehr auf dem aktuellen Stand und die Vertriebsmitarbeiter hantierten zum Teil mit Dokumenten, die unterschiedliche Aussagen zum selben Thema enthielten. »Zudem war es Nortel wegen seiner breiten Angebotspalette und internationalen Ausrichtung unmöglich, dem Vertrieb genau das Informati-

## EINE PLATTFORM FÜR DAS WISSENSMANAGEMENT DES GESAMTEN VERTRIEBS.

onsmaterial an die Hand zu geben, das auf die Produktwünsche der Kunden in bestimmten Ländern und Branchen zugeschnitten ist. Das Marketing hätte dazu hunderttausende Dokumente generieren und laufend aktualisieren müssen eine finanzielle und logistische Unmöglichkeit.«

Mit dem Einsatz der BizSphere-Lösung sollte sich dies ändern. Sie wird von der SVA BizSphere AG mit Sitz in Stuttgart angeboten, die auf die Beratung, Entwicklung und Implementierung von Wissensmanagement-Lösungen für den Vertrieb spezialisiert ist. BizSphere be-



ruht auf semantischen Webtechnologien – Stichwort: Web 3.0 –, mit denen sich die Informationen bedarfsgerecht kategorisieren, automatisch lesen und anzeigen lassen. Zusätzlich werden benutzerorientierte Visualisierungstechniken eingesetzt. Der Vorteil für den Vertrieb: Aus dieser Kombination entsteht ein hierarchisch gegliederter, übersichtlicher Informationsraum, der alle Inhalte zu einem Produkt bereitstellt, für die sich ein Vertriebsmitarbeiter oder eine Vertriebsführungskraft interessieren.

Für den praktischen Einsatz bedeutet das: In einer fortgeschrittenen Ausbaustufe produziert das Marketing beispielsweise heute keine fertigen Dokumente

---

**»DIE PLATTFORM STELLT DEM VERTRIEB ALLE INFORMATIONEN-INHALTE ZUR VERFÜGUNG.«**

---

mehr, sondern wieder verwendbare Informationsbausteine, aus denen das System automatisch kundenspezifische Präsentationen generiert – und zwar ent-

sprechend den spezifischen Wünschen des Vertriebs. Über Workflows und eine zentral koordinierte Verwaltung halten die Marketingmitarbeiter die benötigten Inhalte dabei immer auf einem aktuellen und einheitlichen Informationsstand.

Nortel begann mit der BizSphere-Einführung im Herbst 2006. Zunächst wurde ein Projektteam gebildet, das aus Vertretern der Marketing-, Kommunikations- und IT-Abteilung sowie aus BizSphere-Beratern bestand. Eine zentrale Rolle spielten die Informationsarchitekten, die



**Knowledge-Management**

*Schnelle, jederzeit abrufbare Informationen vernetzen Wissen und Workflow im Vertrieb und halten beides auf dem neuesten Stand.*

Fotos: xiStock

## Vorteile von BizSphere

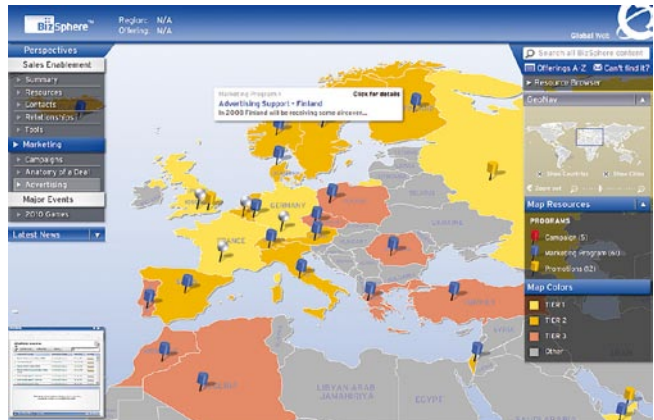
- Welche Vorteile bieten Lösungen wie die bei Nortel eingesetzte Knowledge-Management-Lösung BizSphere Sales Enablement? Die wichtigsten sind
- Online-Zugriff auf alle vertriebsrelevanten Inhalte
  - hierarchisch gegliederter Informationsraum
  - wiederverwendbare Informationsbausteine
  - kundenspezifische Vertriebsmaterialien
  - Zeitersparnis durch 40 Prozent weniger Such- und Aufbereitungsaufwand

für die Definition der Ordnungsstrukturen und der Meta-Daten, der Inhaltsbausteine und Vorlagen zuständig waren. Um die Anforderungen der Vertriebsmitarbeiter exakt abbilden zu können, wurde eine Umfrage durchgeführt.

Bereits wenige Monate später war ein Prototyp fertig gestellt. Er wurde den weltweit rund 4000 Nortel-Vertriebsmitarbeitern beim Sales-Kick-off-Meeting im Januar 2007 vorgestellt. Nach mehreren Testläufen in ausgewählten Fokusgruppen ging BizSphere dann im Juni 2007 in Betrieb. Die Lösung kann über Schnittstellen mit der zentralen SAP-Plattform verbunden werden. Sie ist heute bereits in Microsoft-Anwendungen, zum Beispiel für CRM und Dokumentenmanagement, integriert. BizSphere wird heute, weit über den Vertrieb hinaus, von mehr als 10000 Nortel-Mitarbeitern aktiv genutzt – Tendenz steigend. Dazu Matthias Roebel: »Mit BizSphere hat Nortel ein nachhaltiges Wissensmanagement etabliert. Die Informationen können sowohl vom Marketing viel einfacher produziert als auch vom Vertrieb schneller gefunden und verarbeitet werden.«

Bereitet heute etwa ein Nortel-Verkäufer in Deutschland eine Präsentation bei einem Chemiekonzern vor, greift er mit BizSphere mit wenigen Mausklicks auf alle wichtigen Inhalte zu. Zunächst sucht er die Nortel-Angebote heraus,

**Alles auf einen Blick** Dank einer multimedialen Weltkarte sieht der Vertrieb direkt, welche Marketing-Kampagnen Nortel in den einzelnen Ländern gerade durchführt.



für die sich der Kunde interessiert, zum Beispiel zum Bereich »Netzwerkmanagement«. Über weitere Auswahlmöglichkeiten für das Land und die Branche erhält er alle geeigneten Ressourcen, Cross- und Up-Sellingmöglichkeiten sowie Wettbewerbsprodukte angezeigt. Als News erscheinen aktuelle Kampagnen-, Unternehmens- und Mitbewerber-

## MIT WENIGEN MAUSKCLICKS SIND ALLE WICHTIGEN INHALTE VERFÜGBAR.

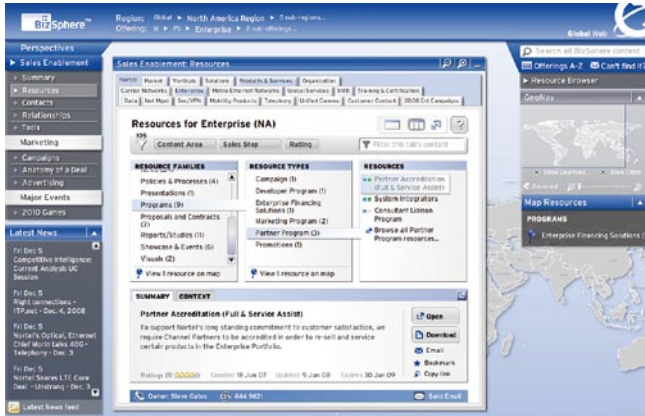
informationen auf seinem Bildschirm. Benötigt der Verkäufer weitere Informationen, ruft er über IP-Telefonie von seinem Desktop aus direkt einen Kollegen an, der ihm in BizSphere als Experte genannt wird. Darüber hinaus liefert ihm das System alle relevanten Informationsbausteine für die aktuelle Verkaufssituation. Per Knopfdruck kann er über das Wissensmanagement-Portal beispielsweise eine komplette Netzwerkmanagement-Präsentation generieren, die auf die Chemieindustrie in Deutschland zugeschnitten ist. Über eine Rating-Funktion erhält das Marketing von ihm eine Rückmeldung zur Qualität der bereitgestellten Informationen. Zusätzlich nutzt er ein integriertes Pricing-Tool, um dem Kunden ein konkretes Angebot machen zu können. Auf diese Weise hat der Vertriebsmitarbeiter in wenigen Minuten alle relevanten Informationen für die Verkaufssituation erhalten, Experten ausfindig gemacht, eine maßgeschnei-

derte Verkaufspräsentation generiert sowie Preisinformationen für ein Angebot erhalten – eine veritable Zeitersparnis.

In Zukunft plant Nortel die Möglichkeiten zu erweitern, die BizSphere zur Online-Zusammenarbeit sowie zum Teilen und Verbreiten von Wissen bietet – Stichwort Web 2.0. Jeder Vertriebsmitarbeiter soll in der Lage sein, eigene Informationen beizusteuern und selbst Inhalte generieren. Darüber hinaus soll die neue Lösung dem Außendienst auch auf seinen mobilen Endgeräten verfügbar gemacht werden, was die Flexibilität bei Kundenbesuchen weiter steigert. Mit BizSphere konnten wir das Wissensmanagement in Vertrieb und Marketing deutlich straffen und verbessern«, zieht Matthias Roebel Bilanz: »Statt mehrerer Sales-Portale setzen wir heute eine zentrale Plattform ein, auf die alle Verkäufer zugreifen. Wir rechnen damit, so den Zeit- und Kostenaufwand für die Verarbeitung der Informationen um bis zu 40 Prozent zu senken.« So soll beispielsweise die Produktion von Vertriebsmaterialien immer mehr von externen Agenturen auf die eigenen Vertriebsmitarbeiter übergehen. Zugleich ist durch die Einheitlichkeit



**Matthias Roebel, Nortel:** »Jede Minute, die Vertriebsmitarbeiter nicht beim Kunden verbringen, bedeutet verlorene Zeit und Umsatzchancen.«



**Informationen in Sekundenschnelle**  
Mit »BizSphere Sales Enablement« können Nortel-Vertriebsmitarbeiter in Sekundenschnelle auf alle vertriebsrelevanten Inhalte zu Produkten, Services und Lösungen zugreifen.

der Informationen auch die Qualität der einzelnen Dokumente deutlich gestiegen, was zu einer höheren Zufriedenheit und Bindung der eigenen Kunden führt. Nortel agiert heute außerdem bereits als Reseller für BizSphere Sales Enablement und bietet die Lösung inzwischen auch seinen eigenen Kunden zum Einsatz an.

Ein Blick auf die Zahlen zeigt, dass sich Vertriebsinfo-Portale wie BizSphere rechnen können, denn: Laut einer Studie des Marktforschungsunternehmens IDC kostet es heute bereits 30 000 US-Dollar pro Mitarbeiter und Jahr, wenn Informationen nicht gefunden, Dokumente neu formatiert oder Inhalte immer wieder neu erstellt werden müssen (Quelle:

»Proving the Value of Content Technologies«, IDC, 2004). Keine gute Ausgangsbasis für eine effiziente Vertriebsarbeit mit klar definiertem Wissensmanagement und einem entsprechend dahinter stehendem Workflow. Geht man davon aus, dass sich das weltweite Informationsvolumen alle fünf Jahre verdoppelt, dürften auch die genannten Ausgaben in

**»DIE QUALITÄT DER DOKUMENTE IST DURCH DAS VIRTUELLE SALES-PORTAL DEUTLICH GESTIEGEN.«**

den kommenden Jahren beträchtlich steigen. Ein zukunftsorientiertes Unternehmen kann von anwendungsorientierten Wissensmanagement-Lösungen profitieren, da sie alle übergreifend entscheidenden Daten nach wenigen Mausklicks liefert. Anders als herkömmliche Ansätze gestattet außerdem das semantische Wissensmanagement einem Unternehmen, seine Strukturen, Prozesse und Regeln in einem multidimensionalen Informationskontext festzulegen. Dieser Kontext wird auch als Unternehmensgrammatik oder -semantik bezeichnet. Im Fall von Nortel sind es die vertriebsrelevanten Inhalte, die in einem solchen Kontext verwaltet und abgebildet werden. Ein wichtiger Vorteil: Der Informationskontext muss durch die Einbindung und gezielte Steuerung über das Wissensmanagement-Portal nicht immer wieder neu erarbeitet werden. Das lässt dem Vertrieb nicht zuletzt auch mehr Zeit für das Kundenmanagement. ←

## Die Unternehmen

- **Nortel** mit Hauptsitz in Frankfurt/M. ist führender kanadischer Anbieter von Telekommunikationslösungen mit Packet-, Optical-, Wireless- und Voice-Technologien. Das Unternehmen wurde 1895 gegründet und beschäftigt weltweit rund 30 000 Mitarbeiter.
- **SVA BizSphere** ist eine Tochtergesellschaft der SVA GmbH, führender deutscher Systemintegrator. SVA BizSphere mit Sitz in Stuttgart ist auf die Beratung, Entwicklung und Implementierung von Wissensmanagement-Lösungen spezialisiert.

WWW.GABLER.DE

Von den Neuro-  
wissenschaften  
profitieren



Domning, Marc | Elger, Christian E. | Rasel, André  
**Neurokommunikation im Eventmarketing**  
Wie die Wirkung von Events neurowissenschaftlich planbar wird

2009. 173 S. Mit 22 Abb.  
Geb. EUR 39,90  
ISBN 978-3-8349-0723-3

In diesem Buch führen der Neurowissenschaftler Prof. Dr. Christian E. Elger und die Eventpraktiker Dr. Marc Domning und André Rasel erstmals neueste Erkenntnisse über das Gehirn und langjährige Erfahrungen im Eventmarketing zusammen. Damit ermöglichen sie eine ganz neue Sichtweise auf den Erlebnischarakter von Events.

Einfach bestellen:  
kerstin.kuchta@gwv-fachverlage.de  
Telefon +49(0)611. 7878-626

KOMPETENZ IN  
SACHEN WIRTSCHAFT



Änderungen vorbehalten.  
Erhältlich im Buchhandel  
oder beim Verlag.