

## // Marketing/Vertrieb



**Gerrit Meyer**

Master of Business Engineering

SCA Schucker GmbH & Co. KG

## **KUNDENSPEZIFISCHE STANDARDISIERUNG ZUR STEIGERUNG DER KUNDENBINDUNG AM BEISPIEL EINES AMERIKANISCHEN OEMS DER AUTOMOBILINDUSTRIE //**

### **PROJEKTAUSGANGSLAGE**

---

Die SCA Schucker GmbH & Co. KG, ein Anlagenbauer und Lösungsanbieter im Bereich der Klebe- und Dosiertechnologie, will seinen hohen Marktanteil bei einem der größten amerikanischen Automobilhersteller im Produktionsbereich Karosseriebau halten und in den anderen Bereichen, z. B. der Lackiererei, ausbauen. Dazu muss SCA priorisierter Lieferant und strategischer Partner des Kunden werden. Um dies zu erreichen, gilt es Wechselbarrieren zu anderen Lieferanten aufzubauen, die nur durch eine hohe Kundenbindung und ständige Verbesserung des Status quo zu ermöglichen sind. Im Karosseriebau gibt es einen etablierten Produktstandard, der jedoch veraltet und stellenweise sehr ineffizient ist. Ein neuer Produktstandard und auch die entsprechenden Prozesse sind noch nicht definiert. Um einen neuen Produktstandard ohne Qualitätsverluste zu liefern, setzt das Projekt bei der Definition des Standards und der Prozesse an. Des Weiteren bedarf es einer Optimierung der Schnittstelle zwischen Kunde und SCA

sowie intern, um Anfrage, Bestellung und Auslieferung effizient abzuwickeln und die weltweite Verfügbarkeit sicherzustellen.

---

## **ZIELSETZUNG DES PROJEKTES**

Das Projekt dient dem übergeordneten Ziel SCA beim OEM als weltweiten, strategischen Lieferanten und Partner für alle Bereiche der Automobilproduktion zu platzieren. Dem Kunden wird großer Komfort durch konsistente Beratung und Lieferung aus einer Hand geboten. Heruntergebrochen auf das Projekt stehen vier Ziele im Fokus. Zunächst gilt es einen neuen Produktstandard zu definieren, der den alten Standard ablöst. Dieser muss mehr Varianten als bisher abdecken und den technischen Fortschritt abbilden. Um eben diesen Produktstandard für den Kunden verfügbar zu machen, sind ein automatisierter Vertriebsprozess und entsprechende Tools notwendig, deren Gestaltung das zweite Ziel darstellt. In Verbindung damit ergibt sich das dritte Ziel – die Optimierung des SCA Workflows. Um den Produktstandard optimal weiterverarbeiten zu können, muss der Vertriebsprozess fließend in die Abwicklung übergehen. Dazu ist die Definition von Schnittstellen auf Ebene der Tools im Fokus des Projektes. Resultierend aus den genannten Zielen entsteht eine höhere Kundenzufriedenheit und damit auch bessere Kundenbindung.

---

## **PROJEKTENTWICKLUNG**

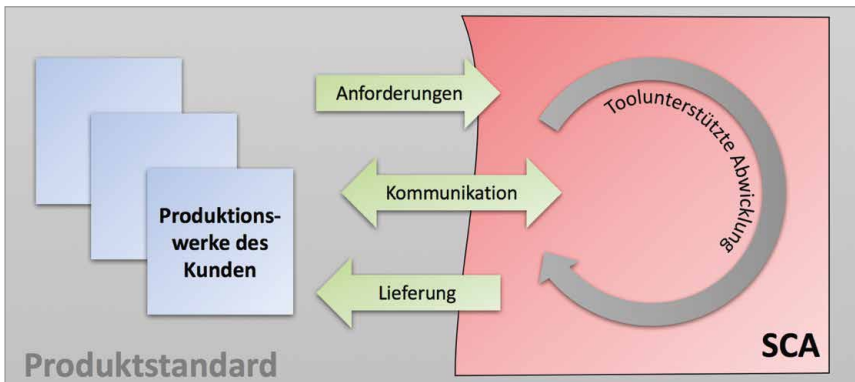
Das Projekt ist in vier Phasen unterteilt und beginnt mit der Aufnahme des Ist-Zustands, woraufhin eine Analyse auf Schwachstellen erfolgt. Mithilfe dieser sind viele kleinere Ursachen erkennbar, die drei Hauptprobleme verursachen – fehlende Flexibilität, hoher manueller Aufwand und damit einhergehende Fehleranfälligkeit. Daraufhin ist die Definition des Soll-Zustands möglich, der die Probleme und ihre Ursachen verhindert. Während der Umsetzung des Soll-Zustands wurde der Produktstandard sowie ein Konfigurationstool entwickelt, das sechsmal so viele Varianten abbildet, einfacher zu bedienen und gleichzeitig erweiterbar ist. Im Konfigurationstool definiert der Kunde die Produkthanforderungen, aus denen das Tool das passende Produkt generiert. Weiterhin geht aus dem Tool die Datenbasis hervor, die für alle weiteren Schritte nutzbar ist – z. B. für weitere Tools, die den Prozess bei SCA effizienter gestalten oder die Erstellung von passenden

Ersatzteillisten der konfigurierten Produkte. Für den Rollout des neuen Prozesses und der Tools wurden alle Beteiligten beim Kunden und SCA geschult.

## MEHRWERT FÜR DAS PROJEKTUNTERNEHMEN

Durch den effizienten Prozess und die neuen Tools verbessert sich die Zusammenarbeit mit dem Kunden enorm, da nachträglich weniger Klärungen notwendig sind. So wird die starke Stellung von SCA beim Kunden weiter gefestigt. Es entstehen neue Wechselbarrieren, die einen Lieferantenwechsel für den Kunden sehr unattraktiv und kostenintensiv machen. Durch Prozessverbesserungen und neue Tools zur Konfiguration und Abwicklung steigert sich die Effizienz und die Kosten senken sich auf Seiten von SCA und den Kunden. Zu beachten ist, dass die zwischengeschalteten Kunden oftmals Generalunternehmer sind, die für den OEM tätig sind. Auch das Ansehen bei den Generalunternehmern verbessert sich durch einen neuen Prozess. Dies ist wichtig, da sie direkten Einfluss auf den Endkunden ausüben. Ferner entsteht ein Mehrwert, da die positiven, wie auch negativen, Erfahrungen des Projektes in die Entwicklung eines allgemeinen Konzepts zur Definition und Einführung von Produktstandards fließen. Das Konzept bietet einen Benchmark für Standardisierungsprojekte, die zukünftig mit diesem oder anderen OEMs folgen.

## BIG PICTURE



Big Picture Gerrit Meyer (Quelle: Eigene Darstellung)