

Bachelorprojekt: IT-Unterstützung im Beziehungsmanagement in der Automobilindustrie – Anforderungen und Innovationsmöglichkeiten bei der Nutzung von Salesforce.com

Semester: Wintersemester 2020/21

Sprache: Deutsch / Englisch

Motivation

Die Automobilindustrie ist in Deutschland von großer volkswirtschaftlicher Bedeutung, hängen von ihr doch zahlreiche Innovationen und Arbeitsplätze ab. Neben technologischen Herausforderungen die sich aus der angestrebten Umstellung von Verbrennungsmotoren ergeben, ist die Branche jedoch auch mit Herausforderungen im Kunden- und Lieferantenmanagement konfrontiert, was nicht zuletzt in den stark schwankenden Zulassungszahlen deutscher Automobilhersteller zum Ausdruck kommt. Als Reaktion versuchen Autohäuser und auch die Hersteller selbst das Kundenmanagement zu intensivieren und insbesondere das Aftersales Marketing zu verbessern. Zur Unterstützung der dabei notwendigen Aktivitäten bieten sich Werkzeuge des Customer-Relationship-Managements (kurz: CRM) an, wie sie heute in vielen anderen Unternehmen zum Einsatz kommen. Als konkrete Implementierung stellt die Plattform Salesforce.com dabei verschiedene Funktionen zur Verfügung, die teilweise ein erhebliches Innovationspotenzial versprechen. So sind neben traditionellen Funktionen des CRMs (bspw. Stammdatenpflege und Aufgabenmanagement) auch Funktionen zu finden, welche es Unternehmen erlauben die eigenen Kunden mit gesonderten Plattformen zu unterstützen (bspw. Community Cloud für den Aufbau von produktspezifischen Communities). Es erscheint daher attraktiv zu prüfen, in welchem Umfang das Beziehungsmanagement in der Automobilbranche Unterstützung erfahren kann und welche Innovationspotenziale sich durch Salesforce.com ergeben.

Beschreibung

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangssituation verfolgen Sie in diesem Projekt das Ziel Funktionen von Salesforce.com zu identifizieren, zu spezifizieren und zu implementieren, die das Beziehungsmanagement in der Automobilbranche unterstützen und verbessern können. Um dieses Ziel zu erreichen werden Sie zunächst gebeten sich anhand der Literatur mit den Akteuren, Konzepten, Maßnahmen und vor allem der Fachsprache im Beziehungsmanagement in der Automobilindustrie vertraut zu machen. Anschließend erhalten Sie von Capgemini eine Schulung, welche Ihnen einen Einblick in die Funktionen und Möglichkeiten der Plattform salesforce.com gibt. Darauf aufbauend werden Sie gebeten eine Angebotspräsentation zu erstellen, in welcher Sie (i) eine konkrete Zielsetzung (ii) ein Vorgehen mit Zeitplan, (iii) mögliche Ergebnisse und (iv) mögliche Projektrisiken

**Institut für Informatik und
Wirtschaftsinformatik (ICB)**

**Lehrstuhl für
Wirtschaftsinformatik und
Unternehmensmodellierung**

Mario Nolte

Tel.: 0201 / 183 - 4480

Mario.Nolte@unidue.de

R09 R04 H41

Universitätsstraße 9

45127 Essen

www.umo.wiwi.uni-due.de

präsentieren. Diese Präsentation ist vor Mitarbeitern der Capgemini Deutschland GmbH und Mitarbeitern des Lehrstuhls zu halten. In der eigentlichen Umsetzungsphase des Projektes sind nun bestehende Nutzungsszenarien aufzugreifen und weitere Nutzungsszenarien zu skizzieren, die schriftlich (bspw. in Form von UML Use Cases angereichert um konzeptuelle Modelle wie Prozess- oder Architekturdiagrammen) zu formulieren sind. Die Aufbereitung in strukturierter Form sollte es Ihnen erlauben jene Möglichkeiten zu identifizieren, an denen Salesforce.com zur Unterstützung oder Verbesserung der Prozesse und Ziele eingesetzt werden kann. Je nach Anzahl der Mitglieder des Projektteams werden von Ihnen im Ergebnis mehrere szenarienartige Beschreibungen und prototypische Implementierungen erwartet, welche innovative Nutzungsmöglichkeiten von Salesforce.com für die Automobilbranche aufzeigen. Sie sind in einer Abschlusspräsentation ebenfalls vor der Capgemini Deutschland GmbH und dem Betreuern des Lehrstuhls zu präsentieren.

Neben einem Projektbericht, der organisatorische Details und Lessons Learned aus dem Projekt dokumentiert, wird von Ihnen ebenfalls die Ausarbeitung eines Konzeptpapiers erwartet, welches die vorgenommenen inhaltlichen Arbeiten des Projektes in strukturierter Weise zusammenfasst. Neben der Klärung grundlegender Begriffe, enthält es wichtige Zwischenschritte des Projektes (bspw. Zusammenfassungen der Szenarien oder konzeptuelle Modelle) und die von Ihnen erarbeiteten Nutzungspotenziale und Innovationsmöglichkeiten von Salesforce.com für die Automobilbranche.

Die Begutachtung und Festlegung der Modulnote erfolgen wie in anderen universitären Arbeiten weiterhin vom Lehrstuhl. Bei einer erfolgreichen Teilnahme mit überzeugenden Ergebnissen werden den Teilnehmern von der Capgemini Deutschland GmbH Teilnahmebescheinigungen ausgestellt, welche für weitere Bewerbungen sicher nützlich und hilfreich sind. Unter Umständen ist für die aktive Teilnahme am Projekt zweimal eine Anreise zur Niederlassung von Capgemini nach Ratingen notwendig, wobei die S-Bahn Haltestelle fußläufig erreichbar ist.

Einstiegsliteratur

Afuah, A. (2014). Business model innovation: concepts, analysis, and cases. Routledge.

Hättich, H. (2009). Markenloyalität im Aftersales-Marketing: Konzept zur Erhöhung der Markenloyalität in der deutschen Automobilbranche durch Optimierung eines herstellerinitiierten Aftersales-Marketing (Hamburger Schriften zur Marketingforschung Bd. 73) (Vol. 73). Rainer Hampp Verlag.

Wertz, B. (2000). Management von Lieferanten-Produzenten-Beziehungen. Gabler, Wiesbaden.

Bewerbung:

Bitte bewerben Sie sich mit einem kurzen Motivationsschreiben (etwa 1 DIN A4-Seite) und einer aktuellen Leistungsübersicht per E-Mail an den Betreuer. Sie können sich individuell und in einer Gruppe (4 bis 5 Teilnehmer) bewerben. Falls Sie sich in einer Gruppe bewerben, senden Sie bitte für jeden Bewerber ein individuelles Motivationsschreiben und eine Leistungsübersicht und nennen Sie die vorgeschlagenen Gruppenmitglieder. Bitte lassen Sie uns zur besseren Koordination wissen, falls Sie sich zeitgleich auf mehrere Projekte bewerben.

Bewerbungsfrist: 14. November 2020, 23:59