

Case Study Electrolux

»Die Benutzerzufriedenheit konnte in kurzer Zeit erheblich gesteigert werden.«

Marcus Claesson, CTO und Head of IT Operations, Electrolux



Die Herausforderung

Electrolux ist einer der führenden Hersteller von Haushaltsgeräten für Privat- und Geschäftskunden und verkauft jährlich mehr als 40 Millionen Produkte an Kunden in 150 Ländern. Das Unternehmen konzentriert sich auf Innovationen, die durchdacht entwickelt wurden und auf dem umfassenden Dialog mit Verbrauchern aufbauen, damit Privat- und Geschäftskunden auch das bekommen, was sie wirklich wünschen. Zu den Produkten zählen Kühlschränke, Geschirrspüler, Waschmaschinen, Staubsauger und Küchenherde, die unter angesehenen Markennamen wie z. B. Electrolux, AEG-Electrolux, Eureka und Frigidaire verkauft werden. 2008 setzte Electrolux mit 55.000 Mitarbeitern ca. 105 Milliarden SEK um.

Electrolux hatte bereits mit anderen IT-Lösungsanbietern zusammengearbeitet, musste aber feststellen, dass die bereitgestellten Services nicht optimal auf seine Anforderungen abgestimmt waren.

„Es ging uns darum, die Qualität der Services zu verbessern, und gleichzeitig waren wir uns der Tatsache bewusst, dass eine erhebliche Kostenreduzierung realistisch war“, so Marcus Claesson, CTO und Head of IT Operations.

Electrolux machte sich auf die Suche nach einem Partner, mit dessen Hilfe es die Potenziale seiner IT-Ressourcen besser nutzen konnte und der gleichzeitig die Flexibilität bot, schnell und effizient auf die sich wandelnden geschäftlichen Herausforderungen zu reagieren.

Der Kunde

- Verkauft mehr als 40 Millionen Produkte pro Jahr
- Mehr als 55.000 Mitarbeiter
- Global führender Hersteller von Haushaltsgeräten für Privat- und Geschäftskunden
- Verkaufszahlen im Jahr 2008 beliefen sich auf 105 Milliarden SEK



Das Projekt

- Electrolux wollte die Qualität seiner IT-Services verbessern und gleichzeitig eine erhebliche Kostenreduzierung erwirken
- Daher suchte es nach einem Partner, mit dessen Hilfe es die Potenziale seiner IT-Ressourcen besser nutzen konnte und der gleichzeitig die Flexibilität bot, schnell auf die sich wandelnden geschäftlichen Herausforderungen zu reagieren

Die Lösung

- Vollständige Managed Services für IT-Arbeitsplätze, einschließlich Hardware, Anwendungen, Support und Remote-Sicherung
- Dies umfasst die Verantwortung für Desktop Managed Services, Service Desks, Messaging, LAN-Verwaltung, Vor-Ort-Support und Serververwaltung
- Remote-Sicherungssystem im Fujitsu-Rechenzentrum in Finnland

»Wir entschieden uns für Fujitsu, weil das Unternehmen flexibel ist und wir das Gefühl hatten, mit ihm einen geeigneten Vertrag mit den richtigen Leistungsanreizen ausarbeiten zu können. Unsere Ansprechpartner erwiesen sich hier als überaus kooperationsbereit.«

Marcus Claesson, CTO und Head of IT Operations, Electrolux

Die Lösung

Am Ende eines Ausschreibungsverfahrens, an dem sich zahlreiche Unternehmen beteiligten, erteilte Electrolux Fujitsu den Auftrag, einen Komplettservice mit End-to-End-Verwaltung für seine IT-Arbeitsplätze in ganz Europa und Russland bereitzustellen. Laut Vertrag übernimmt Fujitsu die gesamte Verantwortung für Desktop Managed Services, Service Desks, Messaging, LAN-Verwaltung, Vor-Ort-Support und Serververwaltung. Abgerundet werden diese Leistungen durch ein Remote-Sicherungssystem im Fujitsu-Rechenzentrum in Finnland.

„Wir entschieden uns für Fujitsu, weil das Unternehmen flexibel ist und wir das Gefühl hatten, mit ihm einen geeigneten Vertrag mit den richtigen Leistungsanreizen ausarbeiten zu können. Unsere Ansprechpartner erwiesen sich hier als überaus kooperationsbereit“, sagt Claesson.

„Normalerweise wird bei dieser Art von Vertrag eine Gebühr je Anruf beim Service Desk erhoben. Genau das aber sollte man vermeiden, weil es einen Anreiz für mehr Anrufe und weniger Lösungen schafft“, erklärt Claesson.

„Fujitsu war bereit, die richtige Art von Vertrag auszuhandeln und die gewünschten Verhaltensweisen von Anfang an vertraglich zu verankern. Letztendlich bedeutet dies, dass wir Geld sparen und einen zufriedeneren Endkunden haben, während Fujitsu von Mitarbeitern profitiert, die in verschiedenen Bereichen Verbesserungen herbeiführen oder zusätzliche Serviceleistungen übernehmen können. Dieses Modell ist für beide Seiten von Vorteil.“

Der Umstieg auf die neuen Services sowie die Datenmigration wurden planmäßig abgewickelt. Fujitsu stellt jetzt vollständige Managed Services für fast 10.000 Electrolux-Mitarbeiter an mehr als 120 Standorten in Europa zur Verfügung. Die globalen Service Operations Center von Fujitsu in Russland, Portugal und Indien verleihen den Dienstleistungen eine wahrhaft weltumspannende Dimension.

Fujitsu hat laut Claesson den Beweis erbracht, dass es Electrolux schnell und auf effiziente Weise Desktop-PCs, Laptops und andere Hardware bereitzustellen vermag: „Die Vorlaufzeiten für neue Geräte wurden stark verkürzt und unser Beschaffungsprozess hat sich erheblich verbessert.“

Abgesehen von einem besseren Service erwartete Electrolux von seinem IT-Partner ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis. „Wir konnten die angestrebten Kostenreduzierungen dank Fujitsu erzielen“, sagt Claesson.



»Neben reduzierten Kosten und besseren Services war die Flexibilität für uns ein wichtiger Faktor und wir haben auch hier dank Fujitsu unsere Ziele erreicht.«

Marcus Claesson, CTO und Head of IT Operations, Electrolux

Service-zentrierter Ansatz

Der Schlüssel für den Erfolg der Partnerschaft sind laut Claesson der Service Desk und der Benutzersupport von Fujitsu. „IT-Probleme führen unweigerlich zu Produktivitätseinbußen, weil der Benutzer seine Arbeit unterbrechen muss. Der Service Desk muss daher das Herzstück des Service bilden und die Erwartungen stets erfüllen oder übertreffen. Dies ist zwar ein grundlegender IT-Service, aber er ist entscheidend dafür, wie die IT-Funktion in einer Organisation wahrgenommen wird.“

Der Erfolg des Service Desks lässt sich daran erkennen, dass 80 % aller Probleme bereits beim ersten Anruf gelöst werden. Aus internen Umfragen geht hervor, dass auch die Zufriedenheit der Electrolux-Kunden verbessert wurde.

„Einer der Punkte, durch den Fujitsu sich von der Masse abhob, war die Positionierung des Service Desks für Kunden“, erklärt Claesson. „Fujitsu positioniert den Service Desk anders als andere Anbieter und bedient sich außerdem einer anderen Methodologie. Die Mitarbeiter von Fujitsu wissen dies und sind befugt, Verbesserungsvorschläge zu machen, die an den Kunden weitergegeben werden können. Dies findet bei uns großen Anklang.“

Bereits in der Ausschreibungsphase hatte Electrolux beschlossen, die Positionierung des Service Desks zu ändern und Bedürfnisse seiner Kunden stärker als bisher in den Mittelpunkt zu rücken. „Das Modell von Fujitsu erschien uns als die beste Lösung. Durch die weitgehende Übertragung von Fachkenntnissen vom Second und Third Level Support auf den First Level Support, dessen Mitarbeiter Anrufe entgegennehmen, wird den Benutzern ein wesentlich besserer Service geboten“, erklärt Claesson.

„Die Art und Weise, wie Fujitsu seine Service Desk-Mitarbeiter fördert und ihnen Aufstiegschancen innerhalb des Unternehmens bietet, wird von uns positiv bewertet.“

Flexible Beziehungen

Electrolux und Fujitsu haben offene und flexible Beziehungen aufgebaut, die auf gegenseitigem Vertrauen und Verantwortlichkeit beruhen. Dazu Claesson: „Normalerweise konzentrieren Anbieter sich auf die Bereitstellung eines Standardservice und gewähren nur wenig Verhandlungsspielraum. Fujitsu hingegen bemüht sich, sich auf seine Kunden einzustellen und die Service-Bereitstellung auf deren individuelle Anforderungen abzustimmen. Bei Fujitsu ist der Kundenfokus fest in der Unternehmenskultur verankert.“

Nach Claessons Ansicht unterscheidet sich Fujitsu darin von anderen Serviceanbietern, dass das Hauptaugenmerk nicht dem Vertragsumfang gilt, sondern vielmehr dem Aufbau einer langfristigen Beziehung:

„Fujitsu geht davon aus, dass es, nachdem es seine Fähigkeiten unter Beweis gestellt hat, noch genügend Zeit hat, auf Einzelheiten des Vertrags zu sprechen zu kommen. Das ist ungewöhnlich.“

Obwohl die Beziehung auf wechselseitigem Vertrauen beruht, achtet Electrolux darauf, dass auch die Fakten stimmen. „Es gibt eine Reihe von Key Performance Indicators (KPIs) auf Service-Ebene, die wir genau verfolgen und offen mit Fujitsu diskutieren“, sagt Claesson.

„Neben reduzierten Kosten und besseren Services war die Flexibilität für uns ein wichtiger Faktor und wir haben auch hier dank Fujitsu unsere Ziele erreicht.“

Kundenvorteile

- NIEDRIGERE KOSTEN – dank eines flexiblen Serviceansatzes und eines auf einem „Per Seat“-Modell beruhenden Vertrags
- BESSERER KUNDENDIENST – 80 % der Probleme werden gleich beim ersten Anruf vom Service Desk gelöst
- EINFACHHEIT – Service Desk ist der Single Point of Contact für 33 Länder in 14 Sprachen, und das an sieben Tagen in der Woche und rund um die Uhr
- SERVICE-OPTIMIERUNG – proaktiver Ansatz bei Service-Management und Support reduziert Geschäftsunterbrechungen und Ausfallzeiten auf ein Minimum
- FOKUSSIERUNG AUF DAS KERNGESCHÄFT – höhere betriebliche Effizienz, da interne Mitarbeiter sich auf das Kerngeschäft konzentrieren können

Produkte und Services

- Vollständige Managed Services für IT-Arbeitsplätze, einschließlich Hardware, Anwendungen, Support und Remote-Sicherung
- Dies umfasst die Verantwortung für Desktop Managed Services, Service Desks, Messaging, LAN-Verwaltung, Vor-Ort-Support und Serververwaltung
- Remote-Sicherungssystem im Fujitsu-Rechenzentrum in Finnland

Langfristige Philosophie

Sowohl Electrolux als auch Fujitsu betrachten die Beziehung aus langer Sicht, wobei der gegenwärtige Fünfjahresvertrag lediglich den Anfang bildet.

„Wir haben beide darin investiert, eine sichere Grundlage für diese Beziehung zu schaffen und den langfristigen Erfolg zu garantieren“, so Claesson. „Die Anforderungen des Kunden und des Anbieters müssen sich in einem ausgewogenen Verhältnis befinden und wer langfristige Beziehungen anstrebt, muss dafür sorgen, dass beide Seiten davon profitieren.“

„Das Ziel besteht letztendlich darin, einen qualitativ hochwertigen Service für unsere Geschäfte bereitzustellen. Wir pflegen einen offenen Dialog und arbeiten Schritte und Maßnahmen aus, um hierfür die Voraussetzungen zu schaffen“, so Claesson. „Wir haben uns unserem Ziel, unsere Services zu verbessern, bereits ein gutes Stück genähert und wir sind überzeugt, dass seiner Verwirklichung nichts im Wege steht.“

Kompetenz

Bereits seit über 30 Jahren erfüllt Fujitsu die Anforderungen seiner Kunden. Dabei konnte das Unternehmen umfangreiche Erfahrungen bei der Bereitstellung komplexer Services für Systemintegration und -management sammeln, die zu einer Kostenreduzierung und einer Verbesserung von Produktivität und Kundendienstleistungen führen sowie eine eindrucksvolle Investitionsrendite liefern.

Kontakt

Fujitsu Technology Solutions
Customer Interaction Center
Mo. – Fr.: 08:00 – 18:00 Uhr
E-Mail: cic@ts.fujitsu.com
Tel.: +49 (0) 1805-372 100

(14 Ct./Min. aus dem deutschen Festnetz, maximal
42 Ct./Min. aus dem deutschen Mobilfunknetz)

Alle Rechte vorbehalten, insbesondere gewerbliche Schutzrechte. Änderung von technischen Daten sowie Lieferbarkeit vorbehalten. Haftung oder Garantie für Vollständigkeit, Aktualität und Richtigkeit der angegebenen Daten und Abbildungen ausgeschlossen. Wiedergegebene Bezeichnungen können Marken und/oder Urheberrechte sein, deren Benutzung durch Dritte für eigene Zwecke die Rechte der Inhaber verletzen kann.

Weitere Einzelheiten unter ts.fujitsu.com/terms_of_use.html

Copyright © 2011 Fujitsu Technology Solutions