

digital impact Journey

Vertriebsprozesse bündeln und Synergien gezielt nutzen

Schluss mit manueller Kontaktpflege, alten Visitenkarten und reaktivem Marketing ohne echte Synergien für den Vertrieb. Die Jungbluth Firmengruppe macht einen Schritt nach vorn und schafft durch die Einführung von Salesforce einen Mehrwert für jeden Mitarbeiter und das Unternehmen. Gemeinsam mit bluecue wurde Salesforce Sales Cloud als CRM-Plattform implementiert, den individuellen Anforderungen angepasst und systematisch in die Arbeitsprozesse bei Jungbluth integriert.

Über die Jungbluth Gruppe

Mit der Stärke von rund 300 Mitarbeitern erzielt das inhabergeführte Unternehmen an sechs Standorten beeindruckendes. Neben smart logistics, Gabelstaplern, moderner Lagertechnik sowie Reinigungs- und Kommunaltechnik gibt Jungbluth seine Expertise in Service, Sicherheit und Effizienzsteigerung weiter – und bleibt dabei als Familienbetrieb über Generationen hinweg fest verankert.

Tradition und Innovation – eine scheinbar widersprüchliche Kombination, die Jungbluth seit mehr als 60 Jahren erfolgreich vereint. Trotz der langjährigen Unternehmensgeschichte, der gewachsenen Verlässlichkeit und der engen Bindung zu Mitarbeitern und Kunden bleibt der Anspruch unverändert: kontinuierliche Optimierung und echte Innovationskraft. Diesem Anspruch gerecht zu werden, zeigt sich auch bei der Weiterentwicklung der Kundenbeziehungen.

Ausgangslage

Zwar verfügte das Unternehmen über ein ERP-System mit integriertem CRM-Modul, doch in der täglichen Vertriebs- und Marketingarbeit stieß dieses zunehmend an seine Grenzen. Eine zentrale Vertriebssteuerung? Praktisch unmöglich. Verlässliche Forecasts? Bisher nicht realisierbar.

„Im Prinzip hatte jeder Verkäufer seine eigene Übersicht – in Excel, in Notes oder einfach im Outlook-Kalender. Einen einheitlichen, standardisierten Blick auf unsere Vertriebsaktivitäten gab es nicht“, beschreibt Philipp Ahlers, Regionalvertriebsleiter bei Jungbluth, die Ausgangssituation.

Auch aus Sicht des Marketings bestand dringender Handlungsbedarf. Kampagnen wurden häufig manuell und über zahlreiche Rücksprachen mit dem Vertrieb vorbereitet – ein ineffizienter Prozess, der „zeitlich ein riesiges Handicap“ darstellte. „Wir sind immer wieder daran gescheitert, unsere klar definierten Zielgruppen für spezielle Kampagnen tatsächlich zu erreichen“, ergänzt Stefan Schmillen, Leiter Marketing bei Jungbluth.

Warum Salesforce mit bluecue

„Das Themenfeld ist so groß, da braucht man Unterstützung“, erklärt Geschäftsführer Jan Jungbluth. Durch den Austausch im Händlernetzwerk entstand schnell der Kontakt zu Salesforce – und ebenso rasch fiel die Entscheidung für dieses CRM-System.

„Uns war wichtig, dass wir nicht nur technisch gut betreut werden, sondern auch menschlich auf Augenhöhe zusammenarbeiten – und genau das war bei bluecue von Anfang an der Fall“, ergänzt Philipp Ahlers.

Die Wahl, das Projekt gemeinsam mit der bluecue umzusetzen, beruhte auf einer vertrauensvollen Empfehlung eines Netzwerkpartners, der aus eigener Projekterfahrung positiv berichtete.

Warum ein Customer Management System

Die bereichsübergreifende, einheitliche Zusammenarbeit stellte bei der Firma Jungbluth eine wachsende Herausforderung dar. Ziel war daher, ein System zu etablieren, das nicht nur den Vertrieb unterstützt, sondern ebenso für Marketing, Service, Geschäftsführung und künftig weitere Abteilungen spürbare Mehrwerte schafft. Im Mittelpunkt stand dabei, das Zusammenspiel der verschiedenen Teams zu verbessern und echte Synergien zu erzeugen.

Von anfänglichen Vorbehalten zur spürbaren Verbesserung

Die Einführung von Salesforce bedeutete für viele Mitarbeiter bei Jungbluth eine spürbare Veränderung im täglichen Arbeiten – weg von dezentralen Excel-Listen und persönlichen Notizen hin zu einer zentralen, durchgängigen Plattform. „Natürlich gab es anfangs Vorbehalte. Viele sahen zunächst nur den zusätzlichen Aufwand – ein neues System, neue Eingaben, neue Abläufe“, beschreibt Philipp Ahlers die Anfangsphase offen.

Die prozessuale Begleitung des Projektes war laut Geschäftsführer Marco Sorger deshalb ein „Grundstein für den Erfolg“ des Projektes – „die bluecue hat uns von Anfang an geholfen die interne Kommunikation und das Change Management im Blick zu halten.“

Man hat nicht nur geliefert was im „Pflichtenheft“ stand. bluecue hat mitgedacht und vorrausgedacht.

Marco Sorger – Geschäftsführer bei Jungbluth

Zu Beginn des Projektes wurden bereichsübergreifende Teams gebildet – unter anderem aus Vertrieb, Marketing, IT und Master Data Management. Ziel war es, die Anforderungen aller Bereiche frühzeitig zusammenzuführen und gebündelt in die Umsetzung einfließen zu lassen.

„Wir haben zunächst einen Kennenlernertermin sowie einen Einstiegsworkshop vor Ort durchgeführt“, erklärt Johanna Möller, Leading Consultant bei der bluecue, das bewährte Projektvorgehen.

Nach der ersten umfassenden Salesforce-Schulung wurden aufkommende Fragen fortlaufend beantwortet, Fehler behoben und regelmäßige Abstimmungen in kleinerer Runde durchgeführt. „Salesforce ist sehr intuitiv – selbst für jemanden, der nicht IT-affin ist“, sagt Verkaufsleiter Oliver Stang. „Viele Funktionen erklären sich von selbst. Und je intensiver damit gearbeitet wurde, desto deutlicher wurde auch der Mehrwert“, ergänzt Philipp Ahlers.

Gerade im Vertrieb zeigte sich schnell: Die Transparenz steigt, Doppelarbeiten werden reduziert, Abstimmungen werden einfacher. „Ich habe heute einen klaren Überblick über alle Projekte – über Prioritäten, Deadlines und Zuständigkeiten. Ganz ohne Rückfragen, ohne eigene Listen“, beschreibt Philipp Ahlers zufrieden den aktuellen Stand.

Wer kaum Zeit hat braucht Werkzeuge, um sie effizient zu nutzen – und genau da ist Salesforce für mich ein echter Problemlöser!

Jan Jungbluth - Geschäftsführer bei Jungbluth

Weit mehr als reine Technikkompetenz

„Die Kommunikation war jederzeit offen, klar und lösungsorientiert. Rückfragen wurden nicht einfach abgearbeitet, sondern häufig direkt mit einem durchdachten Verbesserungsvorschlag beantwortet“, beschreibt Philipp Ahlers. Die Zusammenarbeit ist „partnerschaftlich, auf Augenhöhe und sehr zielgerichtet“, empfindet Oliver Stang die Kooperation mit der bluecue.

Statt einer reinen Dienstleistung erlebte das Projektteam einen echten Sparringspartner – mit tiefem technischem Know-how und gleichzeitig dem Blick für das große Ganze. Auch die bluecue freut sich über die Zusammenarbeit mit Jungbluth, denn schon zu Beginn war spürbar: Alle wollen etwas bewegen und gehen das Thema offen und positiv an. „bluecue hat nicht nur unser System gebaut – sie haben unsere Denkweise verstanden. Das war entscheidend für den Erfolg.“

Ausblick

Auch nach der erfolgreichen Einführung von Salesforce ist bei Jungbluth noch lange nicht Schluss. Die nächsten Schritte sind bereits geplant: Weitere Daten aus dem ERP-System – etwa Informationen zu Kundenflotten, technischen Details, Wartungshistorien, Verträgen und Umsätzen – sollen in Salesforce integriert werden.

Das Ziel: noch mehr Informationen zentral verfügbar machen und den Vertrieb damit weiter stärken. Auch die Erweiterung um zusätzliche Clouds zur bestehenden Sales Cloud eröffnet neue Chancen und schafft Synergien, die künftig für zusätzliche Effizienz sorgen werden.

Für andere Unternehmen, die vor ähnlichen Herausforderungen stehen, hat Philipp Ahlers einen klaren Rat: „Holt euch Input von denen, die den Weg bereits gegangen sind. Und sucht euch einen Partner, dem ihr wirklich vertrauen könnt. Für uns war bluecue genau dieser Partner – technisch überzeugend, menschlich verlässlich und stets mit einem feinen Gespür dafür, was uns tatsächlich weiterbringt.“



JUNGBLUTH

TRADITIONELL INNOVATIV

Die Jungbluth Gruppe ist ein führender Systemanbieter für Intralogistik mit Hauptsitz in Kruft bei Koblenz. Als exklusiver Vertragspartner von Linde Material Handling bietet Jungbluth ganzheitliche Lösungen rund um Flurförderzeuge, Lagertechnik, Arbeitsbühnen und Reinigungstechnik. Neben dem Vertrieb hochwertiger Fahrzeuge legt das Unternehmen besonderen Fokus auf umfassende Serviceleistungen, maßgeschneiderte Finanzierungskonzepte und digitale Prozessoptimierung.

Jungbluth Fördertechnik GmbH & Co. KG
Pellenzstraße 1
56642 Kruft
Telefon: +49 2652 937 0
foerdertechnik@jungbluth.com
www.jungbluth.com



 **bluecue**
digital strategies

Als professioneller Partner für Deine Digitalstrategie beraten, entwickeln und realisieren wir rund um die Themen Mensch, Prozess und Technologie. Wir begleiten Dich von der ersten Idee über die erfolgreiche Umsetzung bis zur langfristigen Betriebsunterstützung – flexibel, partnerschaftlich und zukunftsorientiert. Unser erfahrenes bluecue-Team sichert Deine nachhaltige Wertschöpfung, effiziente Prozesse und messbaren Unternehmenserfolg.

bluecue consulting GmbH & Co. KG
August-Schroeder-Straße 4
33602 Bielefeld
Telefon: +49 521 9227 9800
info@bluecue.de
www.bluecue.de



Strategisch denken. Ganzheitlich handeln. Zukunft gestalten.