



### **DMG MORI: Digitale Kundenprozesse aus der Cloud und Maschinen „as a Service“**

DMG MORI will sein Kerngeschäft mithilfe von „Integrated Digitization“ ausbauen, also durch Automatisierung und innovative IT-Lösungen. Gleichzeitig digitalisiert, harmonisiert und strafft der Maschinenhersteller aber auch die Prozesse in Vertrieb, Service und Marketing, um Kunden noch effizienter und zielgerichteter zu betreuen. Dazu nutzt er die Cloud-Plattform Microsoft Dynamics 365 Customer Engagement und lässt sich bei der Implementierung von der ORBIS SE beraten.

# DMG MORI: Digitale Kundenprozesse aus der Cloud und Maschinen „as a Service“

Anlagen von DMG MORI finden sich in den Maschinenparks namhafter Hersteller und Zulieferer, egal ob sie komplexe Verpackungsanlagen, Serien- oder Einzelteile, Baugruppen, Spritzgussformen oder Präzisionswerkzeuge fertigen. Das Unternehmen zählt weltweit zu den führenden Herstellern in seinem Bereich. „Wir stellen leistungsstarke, qualitativ hochwertige spanende Werkzeugmaschinen und Anlagen mit einem klaren und modernen Design für die additive Fertigung her. Alles ist darauf ausgelegt, die Anwender bei ihrer Arbeit bestmöglich zu unterstützen“, erklärt Andre Torke, Head of IT Process Engineering Sales bei DMG MORI.

## DMG MORI Aktiengesellschaft

Hauptsitz: Bielefeld

Branche: Maschinenbau

Produktionsstätten: 14

Mitarbeiter: über 6.500

[de.dmgmori.com/](http://de.dmgmori.com/)

## Innovatives EaaS- und SaaS-Modell

In der digitalen Transformation sieht der Maschinenhersteller die Chance, seine Marktposition weiter zu stärken und auszubauen. Im Rahmen einer „Integrated Digitization“-Strategie erweitert er das Kerngeschäft durch Automatisierung und digitale End-to-End-Lösungen: zum Beispiel für Prozesse von der Planung über die Vorbereitung bis zur Fertigung, für ein IoT-basiertes Maschinen-Monitoring und ein intelligentes Instandhaltungs- und Servicemanagement.

Unter dem Namen PAYZR (Pay with Zero Risk) baut DMG MORI gegenwärtig zwei innovative Modelle für Equipment as a Service (EaaS) und Software as a Service (SaaS) auf Subskriptionsbasis auf: Abhängig vom Maschinenpaket und der Vertragslaufzeit (12, 24, 36 Monate), fällt jeden Monat eine fixe Rate für Wartung, Service und Versicherung und eine variable Pay-per-Use-Gebühr für die tatsächlich genutzten Spindelstunden an. Teure einmalige Investitionsausgaben (Capital Expenditure, CapEx) werden so in der Regel überschaubare monatliche Betriebskosten (Operating Expenditure, OpEx) umgewandelt – für Kunden ein großer Vorteil. Das EaaS-Angebot, das aktuell für zwei Fräsmaschinen und vorrangig in Europa gilt, soll nun Schritt für Schritt auf weitere Maschinen ausgeweitet werden.

## CRM-Daten aus der Microsoft-Cloud

Als genauso wichtig für den Geschäftserfolg wertet DMG MORI standortübergreifend durchgängig IT-gestützte, standardisierte und automatisierte Prozesse. Im Vertrieb, im Marketing und im Service baut das Unternehmen zu diesem Zweck auf die Cloud-Lösung Microsoft Dynamics 365 Customer Engagement. Auf der CRM-Plattform, die eine heterogene CRM-Landschaft ersetzt, werden vertriebs- und servicebezogene Informationen nun unternehmensweit zentral und einheitlich in der Microsoft-Cloud zusammengeführt – Stichwort Single Point of Truth –, vernetzt sowie strukturiert und in hoher Qualität verwaltet.



DMG MORI Winkelkopf-Turbinengehäus

Die rund 2.700 Endanwender im Vertrieb können im Rahmen ihrer jeweiligen Rolle und Berechtigung zu jedem Zeitpunkt auf die Daten in der Cloud zugreifen. Mithilfe der modernen IT-Unterstützung erledigen sie ihre Aufgaben nun deutlich effizienter und schneller. Dank des rund um die Uhr möglichen Datenzugriffs sind sie über kun-

denbezogene Aktivitäten oder über den aktuellen Status einer Verkaufschance jederzeit auf dem Laufenden. Das verbessert nicht nur die interne Kommunikation, sondern verkürzt vor allem die Reaktionszeiten bei der Interaktion mit den Kunden und Interessenten – heutzutage ein kritischer Faktor.

### **Auch EaaS-Modell in Microsoft integriert**

Auch die neuen PAYZR-Prozesse werden integriert im Cloud-CRM abgewickelt: von der Konfiguration im DMG-MORI-Onlinestore powered by Adamos über die Subskription und die Anlage einer Opportunity bis zur Übergabe der Daten für den Vertragsabschluss an den Leasinggeber und die Übertragung von Spindelstunden für die Abrechnung. Vor Vertragsabschluss werden sämtliche Angaben des Antragstellers auf Richtigkeit geprüft und gegen aktuelle Sanktionslisten abgeglichen. Ampelfarben zeigen an, ob das Geschäft sofort abgeschlossen werden kann (grün) oder vorher weitere Informationen einzuholen sind (gelb), oder sie warnen vor dem Abschluss (rot).

Die Vertriebsleitung und das Management profitieren ebenfalls von der einheitlichen Datenhaltung in der Cloud. Sie können sich jetzt beim Vertriebscontrolling und bei Entscheidungen auf in Microsoft Power BI erstellte, grafisch übersichtlich aufbereitete Auswertungen von hoher Aussagekraft stützen. Dass das Marketing dank der zentralen Datenhaltung seine Kampagnen zielgerichtet planen und Streuverluste reduzieren kann, ist ein weiteres Plus.

### **Faktoren für die CRM-Auswahl**

Gleich mehrere Faktoren gaben den Ausschlag für Microsoft Dynamics 365: Ein Fachbereich bei DMG MORI hatte die Einführung der Lösung bereits initiiert. Zudem bot sie Vorteile im Vergleich mit anderen CRM-Lösungen, aber auch bei der Integration mit Microsoft 365 (vorher: Office 365) und Microsoft SharePoint Online, beides Konzernstandard bei DMG MORI. Für die Cloud-Version spricht, dass Microsoft neue Funktionen zuerst in der Cloud bereitstellt oder sogar ausschließlich für die Cloud entwickelt.

Als Beratungs- und Implementierungspartner bei diesem langfristig angelegten, anspruchsvollen Digitalisierungsprojekt ist von Beginn an die ORBIS SE an Bord. Der Saarbrücker IT-Dienstleister verfügt über große Erfahrung und umfassendes Wissen in Bezug auf die Kundenprozesse in Microsoft Dynamics 365. Zum Erfolg des Projekts tragen neben der sehr guten Zusammenarbeit auch die personelle Kontinuität und das hohe persönliche Engagement des ORBIS-Teams sowie kurze Entscheidungswege bei.

### **Weitere Optimierungen geplant**

Das positive Fazit von Andre Torke:

*„Jedes IT-Projekt hat Höhen und Tiefen, doch mit Unterstützung von ORBIS haben wir bislang alle Herausforderungen gemeistert und die Effizienz und Transparenz unserer kundenorientierten Prozesse deutlich erhöht.“*

Die „Integrated Digitization“ ist aber noch lange nicht abgeschlossen. Gegenwärtig wird geprüft, ob mit neuen CRM-Funktionen und Apps von Microsoft weitere Optimierungen möglich sind.

Der Vertriebsaußendienst zum Beispiel soll in Zukunft mit der Dynamics 365 Sales mobile App – sie ersetzt die bislang genutzte Lösung – auch auf Mobilgeräten im vertrauten Look and Feel der Oberfläche von Microsoft Dynamics 365 arbeiten. Zugleich wird über den Einsatz von Omnichannel-Technologien wie einer Chatfunktion im Rahmen der Produktkonfiguration oder den von KI-Algorithmen nachgedacht, die den Vertrieb vorausschauend an Aufgaben erinnern und Vorschläge unterbreiten.



Andre Torke, Head of IT Process Engineering Sales bei DMG MORI

## Kontakt

### ORBIS AG

Nell-Breuning-Allee 3-5  
66115 Saarbrücken

Tel.: +49 (0)6 81/99 24-0  
Fax: +49 (0)6 81/99 24-222

Internet: [www.orbis.de](http://www.orbis.de)  
eMail: [info@orbis.de](mailto:info@orbis.de)

## Mehr Informationen



[www.orbis.de/microsoft-beratung/  
dynamics-365-sales](http://www.orbis.de/microsoft-beratung/dynamics-365-sales)

Fotos: © DMG MORI AG



ORBIS SE, Nell-Breuning-Allee 3-5, D-66115 Saarbrücken, Telefon: +49 (0) 681 / 99 24-0, E-Mail: [info@orbis.de](mailto:info@orbis.de), [www.orbis.de](http://www.orbis.de)

Deutschland ♦ Frankreich ♦ Schweiz ♦ Österreich ♦ Niederlande ♦ USA ♦ China