

Umsatzpotenziale aufdecken, die in Ihrer CRM-/ERP- Lücke verborgen sind

Ein praxisnaher Leitfaden für Führungskräfte in
Fertigung, Großhandel und Distribution.

FERTIGUNG · GROSSHANDEL · DISTRIBUTION



Die Lücke zwischen ERP und CRM, in der Abschlüsse scheitern können

Es scheint jede Woche dieselbe Geschichte: Das Dashboard am Montagmorgen sieht großartig aus – 47 bearbeitete Accounts, 12 neue Opportunities, Abschlussquoten im Plan. Dann kommt der ERP-Bericht: Zwei Ihrer Top-Accounts haben in den letzten 90 Tagen 22 % ihres Bestellvolumens verloren. Kein Warnsignal, keine Alerts, kein Hinweis aus dem CRM.

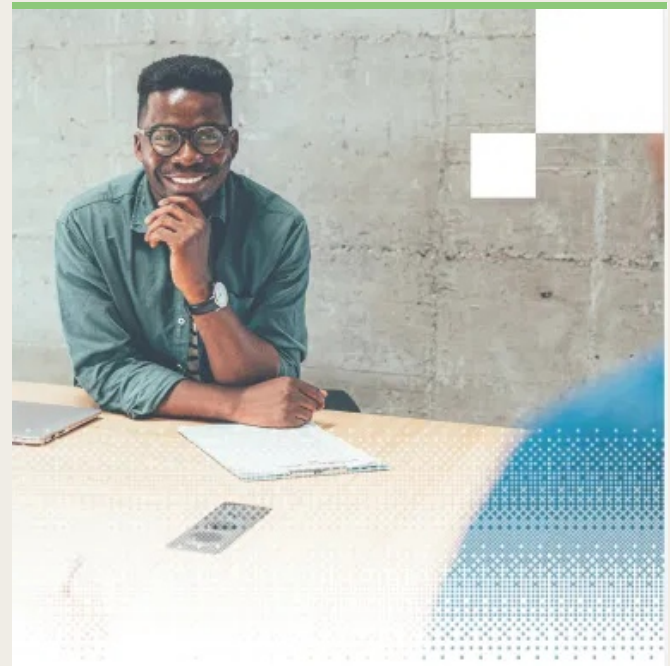
Die Antwort ist sowohl strukturell als auch operativ: Es gibt eine Lücke zwischen Ihrem ERP und Ihrem CRM – kein IT-Problem, kein Vertriebsproblem, sondern ein Umsatzproblem, das sich für jeden Stakeholder anders zeigt.

Die Lücke – definiert und quantifiziert

ERP bildet die Umsatzrealität ab: Bestellhistorie, Margen auf SKU-Ebene, Nachbestellfrequenzen, Preisvereinbarungen und Produktmix pro Account. CRM bildet die Kundenbeziehung ab: Kontakte, Anrufprotokolle, Deal-Phasen und Forecasts. Keines dieser Systeme wurde dafür gebaut, mit dem anderen zu kommunizieren.

Die Lücke dazwischen ist der Ort, an dem Umsatzentscheidungen getroffen werden – und an dem Dealgröße und -frequenz verloren gehen können.

Vertriebsleiter sehen Mitarbeiter ohne datenbasierte Planung. Finanzverantwortliche sehen Margenabweichungen, die sie nicht erklären können. Operations sehen Ad-hoc-Prozesslösungen. IT-Leiter sehen die technische Schuld eines nicht verbundenen Systems.



Was Unternehmen richtig machen – und warum das nur begrenzt reicht

Erfahrene Vertriebsteams setzen bereits Best Practices ein. Das Problem: Sie sind überwiegend manuell und erhöhen die ohnehin hohe Arbeitsbelastung.

TEAM	BEST PRACTICE	EINSCHRÄNKUNG
SALES OPS	Wöchentlicher ERP-Export mit Bestellfrequenz, Volumen-trends und Margen für das Montagsmeeting.	Manuelle Analysen erkennen Mengenveränderungen, übersehen subtile Signale: Kontaktwechsel, Kategorieabbrüche, SKU-Verschiebungen.
VERTRIEB-SLEITUNG	Von Managern geführte Account-Reviews und quartalsweise Check-ins.	Entscheidungen basieren auf Erinnerung statt Daten. Erkannte Signale führen nicht automatisch zu konkreten Maßnahmen.
VERTRIEB-STEAMS	Regelmäßige Accountpflege und Statusprüfungen durch einzelne Mitarbeiter.	Bei 80–150 Accounts pro Mitarbeiter nicht skalierbar. Laute Accounts erhalten Aufmerksamkeit – nicht die, die unbemerkt abdriften.
FINANZEN	Monatliche Margenberichte und Kennzeichnung von Ausreißern.	Reaktiv: Korrekturmaßnahmen benötigen Wochen, bis sie Wirkung zeigen.
IT	SQL-Abfragen oder BI-Dashboards zur Analyse von ERP-Bestellmustern.	Zeitverzug – bis Daten exportiert und genutzt werden, hat sich der Account bereits verändert.

Diese Best Practices sind nicht falsch – aber von Natur aus manuell. Was fehlt: Klarheit im komplexen Vertriebsalltag und die Möglichkeit, so präzise zu verkaufen, wie beschafft, produziert und geliefert wird.



Der Wandel vom System of Record zum System of Guidance



Eine vollständig vernetzte ERP-/CRM-Umgebung verändert Ihren Vertrieb grundlegend. Moderne KI-gestützte CRM-Systeme liefern nicht nur ERP-Daten, sondern konkrete Handlungsempfehlungen bis auf Account-Ebene. Mitarbeiter sehen am Montag sofort: welche Kunden seit 60 Tagen keine Produktkategorie bestellt haben, wo Bestellwerte um mehr als 10 % gesunken sind, und welche Kunden auf margenarme SKUs fokussiert sind.

Vertrieb & Sales Ops

- Priorisierte Account-Listen basierend auf Verhaltenssignalen – nicht auf letztem Kontakt.
- Automatisierter ERP-Datenfluss ohne Exporte oder Tabellen.
- Cross- und Upselling-Empfehlungen aus Kaufdaten – nicht aus Bauchgefühl.
- Neue Mitarbeiter starten mit vollem Kontext: Kaufhistorie und Beziehungsdaten.



„Mit mehr als 5.000 aktiven Kunden konnte FSloffice die Anzahl der betreuten Fälle pro Account Manager um 40 % steigern – bei gleichbleibender Teamgröße. Durch die Verbindung von ERP- und CRM-Prozessen verwandelte das Unternehmen seinen reaktiven Vertriebszyklus in ein erkenntnisbasiertes System.“

— Beth F., EVP, FSloffice

Finance & IT

- Margentrends auf Account- und Produktebene in Echtzeit.
- Umsatzrisiken und Margenabflüsse werden sofort beziffert – nicht erst beim Quartalsabschluss.
- ERP-/CRM-Lücke als geschäftskritisches Umsatzthema positioniert.
- Keine Migration, kein Systemwechsel – Daten bleiben in bestehenden Systemen.

Lücke schließen, Umsatz steigern

Was steht auf dem Spiel?

- Abwanderungssignale 60–90 Tage früher erkennen als mit klassischen Reports.
- Relevante Account-Informationen proaktiv bereitstellen – nicht reaktiv.
- Cross- und Upselling-Potenziale systematisch identifizieren.
- Neue Mitarbeiter schneller einarbeiten und Wissen sichern.
- Margenverlusten auf Produktliniensebene frühzeitig gegensteuern.
- Messbaren Umsatzbeitrag in unter 60 Tagen nachweisen.



Schützen Sie den Umsatz in Ihren Daten

Die ERP-/CRM-Lücke ist real und messbar. Unternehmen erzielen den Großteil ihres Umsatzes mit bestehenden Kunden. Angesichts wachsender SKU-Komplexität können Sie es sich nicht leisten, Chancen zu verlieren.

SELBSTTEST

- 1 Entscheiden Mitarbeiter ohne ERP-Daten?
- 2 Nutzen Sie manuelle Exporte oder Tabellen?
- 3 Gab es Wissensverlust durch Mitarbeiterwechsel?
- 4 Werden Margenprobleme erst im Nachhinein erkannt?
- 5 Fehlt ein automatisiertes Cross-/Upselling-System?

2+ Mal „Ja“? Der gesuchte Umsatz steckt bereits in Ihren Daten.

Den Umsatz in Ihren Daten schützen.

Die ERP-/CRM-Lücke ist real und messbar. Unternehmen in Fertigung, Großhandel und Distribution erzielen den Großteil ihres Umsatzes mit bestehenden Kunden. Angesichts wachsender SKU-Komplexität können Sie es sich nicht leisten, Chancen in der Lücke zu verlieren.

Demo ansehen – 3 Minuten.

Reale Szenarien aus Fertigung,
Großhandel und Distribution.
Keine Registrierung erforderlich.

→ [DEMO ANSEHEN AUF SUGARAI.COM](#)

ÜBER SUGARAI

SugarAI geht über traditionelles CRM hinaus und ermöglicht KI-gestützten, accountbasierten Vertrieb. Unsere Precision-Selling-Plattform hilft Vertriebsteams, wichtige Accounts zu gewinnen und auszubauen, Risiken frühzeitig zu erkennen und nächste Schritte gezielt zu steuern.

Mehr erfahren unter www.sugarai.com