

Personengenaue Akquisition dank CRM-System

Als «zielgenaue Steuerung von Massenkommunikation» lässt sich eine typische Aufgabe von CRM-Systemen bezeichnen. Die Brandschutzspezialisten der Balsthaler Jomos-Gruppe nutzen ihr CRM noch spezifischer: Für das Transparentmachen langer Planungsphasen von Bau-Grossprojekten für die personengenaue Ansprache im Rahmen der Auftragsakquisition.

«Gegen Feuer und Rauch», lautet das Motto der Balsthaler Jomos-Gruppe. Sie besteht aus vier Firmen. Drei sind direkt in verschiedenen Märkten tätig, eine davon vorwiegend im Export, die anderen beiden ausschliesslich in der Schweiz.

Die vierte Gesellschaft macht das Backoffice für die Gruppe. Gemeinsam beschäftigen die Unternehmen etwa 100 Mitarbeiter. Die Marktanteile liegen je nach Bereich zwischen 5 und 20 Prozent, wobei die wichtigsten Wettbewerber von der Grösse her ähnlich aufgestellt sind. Jomos hat sich auf den technischen Brandschutz spezialisiert und erbringt umfangreiche Dienstleistungen von der Beratung über die Planung und Projektierung, den Anlagenbau inkl. Service, Unterhalt und 24 Std.-Pikettdienst. Im Anlagenbau und Handel mit namhaften Fremdprodukten ist Jomos als know-how-trächtiges Bindeglied zwischen Lieferanten und Kunden positioniert. Obwohl sich dieser Markt nicht mit klassischen Marketing- und Verkaufsmethoden bearbeiten lässt, hat sich die Gruppe im Rahmen ihrer Neuorganisation kürzlich für die Installation eines Microsoft Dynamics CRM-Systems entschieden. Klassische CRM-Aktivitäten werden damit aber nur ganz am Rande gesteuert. Die eigentlichen Aufgaben, die mit dem System gelöst werden, sind nicht CRM-typisch wie Jomos-VRP Peter Kammer

“Wir nutzen ein schweres Geschütz für eine spezifische Anwendung – doch mit klaren Optionen für die Zukunft. Die Optimierung persönlicher Kontakte bereits in der Planungsphase von Bauprojekten ist entscheidend für unseren Erfolg. Das CRM-System ermöglicht uns dies.”

Peter Kammer, VR-Präsident Jomos-Gruppe, Balsthal

selbst ausführt. Das CRM-System dient dazu, alle für das Unternehmen relevanten Bauprojekte im Inland zu erfassen und über die Verlinkung mit allen wichtigen Entscheidungsträgern und den relevanten Informationen für eine gezielte Akquisition transparent zu machen. Welche Bauprojekte relevant sind und bearbeitet werden, ist Gegenstand regelmässiger Besprechungen. «Die Dateneingabe beginnt zu

JOMOS

einem möglichst frühen Zeitpunkt. Also mit dem ersten Hinweis auf ein neues Gebäude oder Bauprojekt. Das Projekt endet mit dem Versand einer Offerte. In der Zwischenzeit werden alle Organisationen, Personen und Firmen, die für diese Projekte zuständig sind, erfasst», erläutert Flavio Dettwiler, Geschäftsführer der Jomos Brandschutz AG das Procedere. «Entscheidend ist, dass wir alle relevanten Projekte schon ab der frühen Planungsphase genau verfolgen können. Ein so komplexes Unterfangen ist mit dem CRM-System gut realisierbar. Da unsere Produkt- und Lösungspalette an Umfang gewinnt, muss auch unsere Marktbearbeitung angepasst und erweitert werden», ergänzt Peter Kammer. Deshalb die Investition in das CRM-System. Gesucht wird der möglichst direkte Zugang zu den Entscheidungsträgern und Vermittlern, also zu Gebäude- und Sachversicherern, Fachplanern, Architekten und vor allem zu den Bauherren und ihren Vertretern selbst, weil die Jomos-Lösungen zum Teil sehr komplex und somit erklärungsbedürftig sind. Kammer dazu: «Die Optimierung der persönlichen Kontakte über die gesamte Planungsphase ist entscheidend für unseren Erfolg.»

Im ersten Betriebsjahr wurden mehrere Hundert Kunden und Projekte im System erfasst. Die kontinuierliche Datenerfassung mit diesem CRM ermöglicht, den Markt systematischer zu bearbeiten und bildet damit die Voraussetzung für ein kontinuierliches Wachstum. Im Augenblick arbeiten effektiv vier Leute am System. Doch schon in absehbarer Zeit könnten es zehn und mehr sein. Dann werden auch die Zahl der zu bearbeitenden Projekte und die erfassten und zu pflegenden Kontakte rasch steigen.

Nach der erfolgreich abgeschlossenen Offertphase werden die Projekte mit anderen, bereits vorhandenen Systemen gemanagt. Einladungen zu Fachseminaren und Präsentationen im Jomos-Kompetenzzentrum oder auch zur hauseigenen Golf-Trophy werden ebenfalls über das Microsoft Dynamics CRM-System verwaltet.

Lösung

Als zertifizierter Microsoft Gold Partner mit den Kompetenzen Dynamics und ISV liefert Cybersystems ihren Kunden integrierte Lösungen für Kundenmanagement auf der Basis der Plattform Microsoft Dynamics CRM. Die erfolgreichen Projekte basieren auf kombinierter Business-, Prozess- und Technologiekompetenz. Seit 11 Jahren ist das Unternehmen auf dem Markt und beschäftigt Mitarbeiter an den Standorten Zürich, Köln und Bangalore. Das ganzheitliche Dienstleistungsportfolio umfasst Beratung, Customizing, Integration, AddOns, Wartung, Betrieb, Schulung und Support.

Der Fokus liegt auf den Branchen Finanz, Versicherung, Handel, Produktion, Consulting, IT, Bildung sowie öffentliche Institutionen und Verbände. Kunden von Cybersystems haben die Wahl zwischen Kaufmodell installiert auf der Kundeninfrastruktur und dem SaaS/Mietmodell gehostet im Schweizer Rechenzentrum.



Microsoft Dynamics CRM