

QSC schätzt neue Freiheiten durch Salesforce CRM-on-demand



“Salesforce CRM macht uns unheimlich flexibel. Neue Projekte können wir in Rekordzeit angehen. So waren wir in der Lage, eine teamübergreifende Telesales-Aktion innerhalb einer Woche zu starten. In diesen knappen Zeitraum fiel die Anbindung der Call Center-Mitarbeiter an die Software, die Anpassung der Benutzerrechte sowie die Gestaltung projekt- und nutzerspezifischer Oberflächen. Das ist eine Sensation.“

— Andreas Schmidt
Leiter CRM QSC AG

Herausforderungen

- :: Mit einem eigenen Telekommunikationsnetz hat sich QSC auf individuelle Lösungen für Sprach- und Datenkommunikation in Unternehmen spezialisiert. Der hohe Wettbewerbsdruck im Telco-Markt macht die Beziehung zum Kunden zum Überlebensfaktor.
- :: Eine Reihe von Unternehmensakquisitionen bescherten QSC mehr als sechs isolierte Customer Relationship Management-Systeme. Es galt, diese Insellösungen in einer unternehmensweiten CRM-Anwendung aufgehen zu lassen.
- :: QSC wollte mit der neuen Software extrem flexibel sein, auch was spontane, zukünftige Modifikationen betrifft. Zudem sollte sie in spätestens zwei Monaten einsatzbereit sein.

Lösung

- :: Die on-demand CRM-Software von salesforce.com eignete sich ideal für eine Pilotinstallation. Drei Monate lang testen 20 Vertriebsmitarbeiter, inwiefern sich die Lösung spontan nach ihren aktuellen Wünschen modifizieren lässt, wie intuitiv sie mit ihr umgehen können und wie die teamübergreifende Zusammenarbeit aussieht.
- :: Die Testuser entwickelten sich schnell zur stärksten internen Lobby für die CRM as a Service-Lösung: Die Möglichkeit, die benutzerspezifischen Oberflächen, die Felder sowie die hinterlegten Vertriebsprozesse fast spielerisch im Stunden- oder Tagesrhythmus ändern zu können, begeisterte das Team am meisten.
- :: Die Testuser sahen keinen Bedarf mehr, eine alternative Lösung zu evaluieren. Klassische Lizenzsoftware lehnten sie nach den drei Monaten mit Salesforce CRM ab: sie sei zu aufwendig in der Inbetriebnahme und zu starr in der Anpassung.

Ergebnisse

- :: Sechs Wochen nach Abschluss der Testphase konnten bereits alle 205 Vertriebs- und Marketingmitarbeiter von QSC mit Salesforce CRM arbeiten.
- :: In diesem Zeitraum integrierte der Telco-Spezialist alle vorhandenen CRM-Applikationen in die on-demand-Software, migrierte und konsolidierte die Kundendaten und definierte ein einheitliches Reporting.
- :: QSC baut die Nutzung von Salesforce CRM je Kampagne flexibel aus und modifiziert die Oberflächen und Gruppen, Eingabemasken, die Reichtedatenbank und das Reporting entsprechend individuell.
- :: Die User evaluieren regelmäßig neue Software-Funktionalitäten, die nach den regelmäßigen Updates durch salesforce.com automatisch zur Verfügung stehen. Das Vertriebsteam plant, das neue Web 2.0 Community-Tool IDEAS für das interne Vorschlagswesen einzusetzen.

salesforce.com
The Landmark @ One Market
Suite 300
San Francisco, CA 94105
United States of America
1-800-NO-SOFTWARE
www.salesforce.com

Copyright ©2008, salesforce.com, inc.
All rights reserved. Salesforce.com and the "no software" logo are registered trademarks of salesforce.com, inc., and salesforce.com owns other registered and unregistered trademarks. Other names used herein may be trademarks of their respective owners.