

CUSTOMER VOICE

EASY SOFTWARE

A siker kulcsa a naprakész adat



A siker kulcsa a naprakész adat

Az EASY SOFTWARE jelenleg azon dolgozik, hogy egy adatvezérelt vállalattá alakuljon át. Az adatbevitel és felhasználás korábban manuálisan történt, ma azonban ezeket már automatizált rendszerek végzik. Az EASY ezáltal jelentősen növelni tudta értékesítési hatékonyságát, és képes adatvezérelt módon tervezni a piacra lépési tevékenységeit. Ez egy egyértelmű sikertörténet.

„Régebben sok energiát fordítottunk szükségtelen adatok gyűjtésére, amelyek inkább voltak zavaróak, mint hasznosak” – mondja Michael C. Reiserer, az EASY SOFTWARE ügyvezető igazgatója, visszaemlékezve arra az időre, amikor a vállalat tevékenységei még nem voltak adatvezéreltek. Ennek oka az adatok és információk manuális bevitele és felhasználása volt.

Ez egyebek mellett az ágazati potenciál felmérésére is vonatkozik. Az EASY most kezdett el elméleteket kidolgozni arról, hogy melyik termék melyik ágazat számára lehet megfelelő, és milyen érvek segítségével nyerhetőek meg az ügyfelek. Ahol ezek a feltevések idővel megváltoztak, az észrevétlenül történt, így nem rögzítették a CRM-rendszerben. Emellett az adatokat sem frissítették.

Így ha valaki kézzel beírt egy téves feltételezést, vagy ha a körülmények időközben megváltoztak, az hibás bejegyzéshez vezetett. Az adatokból hiányzott az a fajta rendszerezettség is, amely most a D&B Hoovers és különösen a D&B Optimizer használatának köszönhetően lehetségessé vált.



A D&B Optimizerben
az a jó, hogy nem látható.

Michael C. Reiserer
Ügyvezető igazgató
EASY SOFTWARE Deutschland
GmbH / EASY ApiOmat GmbH



Egy letisztult adatbázis létrehozása

Az EASY egy ideje már használja a D&B Hoovers-t a manuális adatgyűjtés elősegítésére. Az üzleti megoldási portfóliójukat a közelmúltban a D&B Optimizerrel egészítették ki, amely egy kezelőfelületen keresztül közvetlenül a Salesforce CRM-rendszerbe szállítja a friss, naprakész adatokat. A cél a letisztult, átlátható ügyféladatokat és szervezeti információk fenntartása. „Fontos, hogy pontos ismeretekkel rendelkezünk az ügyfeleinkről, hogy a piacra lépési és az értékesítési kampányokat ennek megfelelően tudjuk összehangolni” – teszi hozzá Reiserer.

Az EASY SOFTWARE pontosan ennek elősegítésére hozta létre az ehhez szükséges adatbázist. Ezen felül a D&B Optimizernek köszönhetően a cégnek átlátható, letisztult adatok állnak rendelkezésére az ágazatokról,

Javuló értékesítési hatékonyság

Arra a kérdésre, hogy a D&B Hoovers és a D&B Optimizer használata hatással van-e a cég teljesítményére, Reiserer egyértelmű igennel válaszol. „Azt látjuk, hogy az értékesítési ciklusok egyértelműen rövidülnek” – magyarázza. De ez még nem minden: azt is megállapítja, hogy az általános teljesítmény (például a potenciális érdeklődőkből származó forgalom, az új ügyfelek, vagy a licenszértékesítések száma) is nőtt.

„A hatékonyság növelésével és több új ügyfél szerzésével párhuzamosan csökkenteni tudjuk



Mindig rendelkezésünkre állnak a legfrissebb adatok, amelyekre támaszkodhatunk.

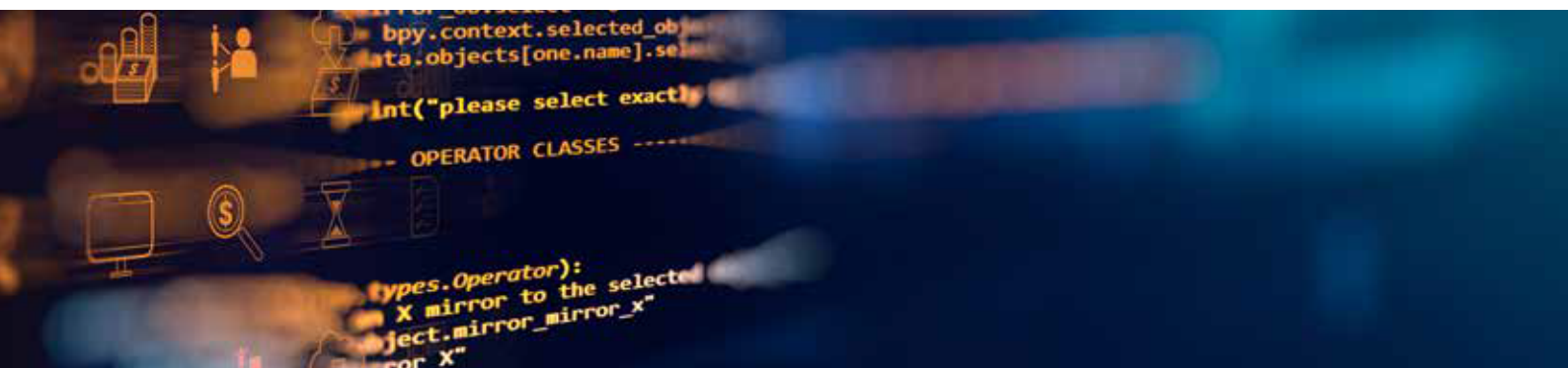
Michael C. Reiserer,
Az EASY SOFTWARE ügyvezető igazgatója

a vállalatok méreteiről, a vállalati kapcsolódásokról és még sok minden másról. Ezek az információk arra is rávilágítanak, hogy az addigi tevékenységek eredményeképp sor került-e már keretmegállapodás megkötésére.

Véleménye szerint ez az alapja annak, hogy megtudják, az EASY melyik piacon melyik termékével sikeres, valamint hogy vásárlóik mekkora valószínűséggel fognak vásárolni. Ez megkönnyíti a vásárlási valószínűség előrejelzését a meghatározott paraméterekkel rendelkező vállalatok esetén.

a költségeket” – folytatja Reiserer. Bár ez nem kizárólag a D&B Hoovers-nek és a D&B Optimizernek köszönhető – teszi hozzá –, de ezek kétségtelenül kulcsfontosságú összetevői az értékesítési hatékonyság jelentős javulásának.

Összességében a folyamatok együttes működése, illetve azok bevezetése, továbbá a vállalati kultúra változása szükséges a sikerhez. Reiserer úgy véli, hogy a legfontosabb változás a vállalaton belül az adatvezérelt munkamódszerek felé történő elmozdulás.



Az adatvezérelt munkamódszerek kulcsfontosságúak

A mulheimi székhelyű szoftvergyártó adatvezérelt vállalattá való átalakulása már jó ideje foglalkoztatja a céget. Egy ilyen átalakuláshoz azonban a vállalati kultúrában és a munkatársak együttműködésének módjában is alapvető változásokra van szükség.

Az EASY csapata például korábban megvitatta, hogy egy email kampány A vagy B változata jobb-e. „Ma már nincs ilyen vita” – mondja Reiserer. „Ehelyett mindkettőt kiküldjük, majd mérjük, hogy melyik a sikeresebb.” Ez a vállalati kultúra változásának egy erőteljes példája. Ahelyett, hogy találgatnánk, mi működik jobban, az EASY SOFTWARE ma már az adatok alapján látja, hogy ténylegesen mi működik és hoz nagyobb sikert.

Arra a kérdésre, hogy az adatvezérelt folyamatokra való összpontosítás segítette-e a vállalatnak jobban átvészelni a jelenlegi válságot, Reiserer így válaszol:



Válság ide vagy oda, az nyer, aki a leghatékonyabban és a legkevesebb erőfeszítéssel éri el a legjobb eredményt.

Hozzátette, hogy ez különösen érvényes az olyan kkv-kra, mint az EASY. Reiserer szerint ezt a hatékonyságot csak végponttól végpontig tartó folyamatautomatizálással lehet elérni, és az ilyen automatizáláshoz szabványokra és áttekinthető adatokra van szükség. Az előbbi meghatározza, hogy ki és hova vihet be adatokat. „Az EASY-nél senki sem visz be más adatot, mint amit valóban be kell vinni. Más szóval csak abban az esetben, amikor és ahol ez elengedhetetlenül szükséges.” Ezáltal az EASY a lehető legkevesebb manuális adatot hozza létre. Ugyanis ezek általában irrelevánsak, helytelenek vagy félreértelmezhetőek lehetnek, magyarázza Reiserer.

Az EASY SOFTWARE útja a teljesen adatvezérelt vállalattá válás felé azonban még korántsem ért véget. Ebben a folyamatban az értékesítés jár az élen. Az adatvezérelt vállalati kultúra azonban lassan más részlegeken is kezd elterjedni.



Automatizálás az értékesítésben

Az értékesítési csapat korábban manuális folyamatokat alkalmazott, azonban ezek egyre inkább átadják helyüket az automatizált és fókuszált tevékenységeknek. A cél ebben a tekintetben az, hogy kizárólag a megfelelő vállalatokra (például a rövid értékesítési ciklusú vállalatok) összpontosítsunk, és az ő igényeiknek megfelelő információkat nyújtsunk. Az értékesítési csapat számára a CRM-rendszerben prioritást élveznek azok a témák és vállalatok, amelyek a legnagyobb valószínűséggel vezetnek új üzletekhez. Ez a rangsorolás viszont adatokon és adatvezérelt score rendszeren alapul. Az értékesítési csapat tehát a CRM-rendszerben láthatja, hogy mely tevékenységeket kellene legközelebb elvégezni, amelyek a legnagyobb valószínűséggel termelnek nyereséget.

Az értékesítési csapat a potenciális ügyfelekkel való kapcsolatfelvételhez szükséges, releváns információkhoz jut. „Pontos és releváns adatokkal akarjuk kiszolgálni az ügyfeleket. A megfelelő érveket kell nekik bemutatni” – magyarázza Reiserer, hozzátéve, hogy az ügyfél számára teljesen irreleváns adatokat értelmetlen bemutatni, még akkor is, ha az adatok egy kulcsfontosságú termékjellemzőre vonatkoznak. „Tömör, személyre szabott és releváns információkat akarunk nyújtani az ügyfélnek” – folytatja. Ez az ügyfél igényeinek és szükségleteinek felmérésével kezdődik. Reiserer hangsúlyozza, hogy az ügyfélnek meg kell értenie, hogyan járul hozzá az EASY az üzleti megoldásához. Manapság már nem elég, ha az ügyfeleknek egyszerűen elmondunk mindent a megoldás jellemzőiről és funkcióiról.

Adatvezérelt termékfejlesztés

Az EASY az innováció terén is kezd minél kevesebbet bízni a véletlenre. „A múltban egyszerűen éles helyzetben a piacra dobtuk a termékeinket, majd vártuk, hogy vajon mi lesz a sorsuk” – mondja Reiserer a korábbi gyakorlatról.

A vállalat mára sokkal megalapozottabban tervezi a piacra lépési tevékenységeit és a termékfejlesztéseket. Először egy elméleti termék kerül felvetésre, majd azt követően megfontolják, hogy miért vásárolná meg valaki az adott terméket, és az milyen ügyfélelőnyöket biztosítana. Az EASY SOFTWARE a D&B Hoovers segítségével akarja kiválasztani a célcsoportot, hogy az elméleti termékeket a megfelelő szegmenseken belül tesztelje és validálja. Ez A/B teszteléssel történik, például minden csoportból 20 vállalat bevonásával. Ezt a folyamatot a termékbevezetés részeként kívánják elvégezni.

A termékfejlesztési folyamatban tehát jelentős elmozdulás zajlik az adatvezérelt megközelítés irányába. Az EASY megállapítja az adott termék célcsoportját, hogy ezt a célcsoportot a cég valóban elérje-e, illetve mindenekelőtt azt, hogy a célcsoport reagál-e a megkeresésekre és érvekre. Az értékesítési csapat még azt is láthatja, hogy ki melyik érvre reagál, és ezt az információt felhasználhatja a célcsoport pontos meghatározásához. Ez sokkal pontosabbá teszi a piaci becsléseket, és a szétszórt megközelítésektől a legjobb érvek segítségével a megfelelő célcsoport célzott megszólítása felé mozdul el.



Az Easy Software

Az EASY SOFTWARE három évtizede van jelen a piacon, és úttörő szerepet tölt be az elektronikus archiválási rendszerek területén. Ma a vállalat olyan digitalizációs folyamatokban támogatja ügyfeleit, mint a vásárlástól a kifizetésig tartó (P2P) folyamatok vagy a HR területén. ApiOmat megoldásával az EASY SOFTWARE egy olyan új szolgáltatást fejlesztett ki, amely a digitális ötleteket és platformokat valósággá varázsolja. Az EASY SOFTWARE megbízható partnere a kkv-knak egész Németországban.

www.easy-software.com



A Dun & Bradstreet vállalatról

A Dun & Bradstreet az adatok és elemzések terén globális vezető szerepet tölt be, világszerte lehetővé teszi a vállalatok számára a döntéshozatali folyamataik és üzleti teljesítményük javítását. A Dun & Bradstreet Data Cloud olyan megoldásokat kínál és olyan betekintést nyújt, amelyek segítségével az ügyfelek felgyorsíthatják bevételeik növekedését, csökkenthetik költségeiket, enyhíthetik a kockázataikat és átalakíthatják üzleti tevékenységüket. A Dun & Bradstreet 1841 óta nyújt megbízható segítséget a legkülönbözőbb méretű vállalkozások számára a kockázatkezelésben és a lehetőségek feltárásában.