

brandnooz Case Study

brandnooz verschickt ca. 20.000 Boxen pro Monat an seine Abonnenten. Inhalt sind verschiedene hochwertige Lebensmittel, die die Kunden (Hersteller) von brandnooz im Markt bekannter machen wollen. Neben den normalen monatlichen Abo-Boxen gibt es auch noch Themenboxen. Zusätzlich liegt allen Boxen ein eigenes Print Magazin bei, in dem verschiedene Anzeigenformate für die Hersteller buchbar sind.

brandnooz arbeitet jetzt mit der Enterprise Edition von Salesforce (SF). Die Datenübernahme aus dem vorher genutzten CRM-Tool wurde relativ reibungslos durch ein Tool der Firma Import2 unterstützt. Einige Daten haben wir für den Kunden entsprechend aufbereitet und den Daten in SF hinzugefügt (z.B. Account Owner oder bestimmte Merkmale, die im vorherigen System hinterlegt waren).

Die Herausforderung für den Kunden brandnooz war das schnelle und effiziente „Befüllen“ der monatlichen Boxen und Themenboxen unter Berücksichtigung von Segment und Wettbewerbsausschluss der jeweiligen Produkte. Unter „Befüllen“ sind Akquisemaßnahmen und die Suche nach entsprechenden Herstellern mit passenden Neuprodukten zu verstehen, um diese z.B. saisonal passend in einer bestimmten Box zu platzieren. Dabei ist zu berücksichtigen, dass mit jeder Box auch ein Mindestgesamtwert durch die Summe aller Produkte erreicht werden muss.

Zusätzlich sollten Anzeigenbuchungen für das Print Magazin im System inkl. der Umsätze pro Kunde zugeordnet werden.

Diese Information wurde in der Vergangenheit getrennt gespeichert und ist nun auf einen Blick in Salesforce mittels einer neuen Ansicht integriert.

Der Status der jeweiligen Box und der Anzeigenbuchungen ist nun übersichtlich zu erkennen und durch wenige Klicks kann auch sofort festgestellt werden, bei welchem Hersteller ein eventuell fehlendes Box-Produkt möglicherweise in der Pipeline ist. Der Kunde kann auch bestehende «Opportunities» in eine geplante Box mit einbinden. Dies ist dann am Status des sog. Box-Produktes erkennbar.

Eine weitere Herausforderung war die Verbindung zwischen den Herstellern und verschiedenen Agenturen, die die Kunden betreuen. Dies wurde durch die Nutzung von „Partner“ und zwei unterschiedlichen Satzarten gelöst.



KLOSE SROCKE

Einige wenige Trigger haben dem Kunden das Leben zusätzlich erleichtert. In Abhängigkeit des Status der «Opportunity» verändert sich z.B. auch der Status des Boxproduktes. Auch andere wichtige Statusinformationen werden automatisch aktualisiert.

Das Thema email-to-Salesforce wurde durch den Einsatz und Modifikation des Email-Services von Salesforce sehr zufriedenstellend gelöst.

Insgesamt führt dies alles zu einer wesentlich effektiveren Bearbeitung von Verkaufschancen vor dem Hintergrund des Gesamtportfolios des Kunden. Sämtliche «Opportunities» in den Bereichen Word of Mouth, Print Magazin, Logistik, Cashback, Marktforschung und brandnooz Box können nun noch effizienter ermittelt und nachverfolgt werden. Im Tagesgeschäft können sich die Mitarbeiter deutlich effizienter mit Hilfe der sehr einfach zu erstellenden Ansichten und Reports organisieren. Darüber hinaus greifen nun auch weitere Abteilungen wie z.B. Logistik auf die Daten zu, was auch die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit effizienter gestaltet.

Ein besonderes Dankeschön an Herrn Srocke, der durch seine humorvoll-pragmatische Art sämtliche Workshops sehr kurzweilig gestaltete und jederzeit ein guter Sparring Partner für uns war. Zusätzlich hat die stets schnelle Umsetzung der Änderungen sogar für einen vorzeitigen Livegang gesorgt, was für entsprechend hohe Akzeptanz bei den Mitarbeitern sorgte.

