

Danielson Europe legt solide fundament onder groeistrategie met Maximizer CRM

Danielson Europe verzorgt de communicatie tussen mens en machine. Daarbij levert het bedrijf uitsluitend klantspecifieke oplossingen. Daarom zijn klantgegevens de belangrijkste pijler onder het streven van Danielson om marktleider te worden in Europa. Maximizer Software en haar Nederlandse partner Systony leverde het CRM-systeem dat deze strategie ondersteunt. Danielson Europe heeft nu de beschikking over een krachtige database voor klantgegevens die toegankelijk is voor alle medewerkers op kantoor en onderweg. Een koppeling met de ERP-systemen versterkt het beslissingsproces met heldere rapportages.

Klantgegevens ondersteunen marktleiderschap

Danielson Europe is een van de grootste fabrikanten in Europa van componenten voor zogenoemde Man Machine Interfaces (MMI). Voorbeelden hiervan zijn onder meer membraanschakelaars, Touch Screens en een uitgebreid pakket van industriële grafische producten. Het bedrijf heeft de ambitie MMI-marktleider in Europa te worden en ondersteunt met 175 werknemers vanuit kantoren in Nederland en het Verenigd Koninkrijk klanten in Centraal Europa, Scandinavië en Nederland.

In 2006 ontstond Danielson Europe als pan-Europese organisatie uit een fusie tussen Danielson Nederland, Danielson UK Ltd., en De Naamplaat. Aangezien Danielson Europe uitsluitend maatwerkoplossingen levert, is een gedegen kennis van bestaande en potentiële klanten essentieel. "Onze ambitie is gefundeerd op een continue ontwikkeling van onze relatie met onze klanten," zegt Gildo Wanders, marketing en sales manager van Danielson Europe. "Dat betekent dat onze informatie en kennis over klanten accuraat, actueel, compleet en uniek moet zijn. En dat we deze altijd en overal kunnen benaderen. Daarom zochten we naar een gebruiksvriendelijke oplossing voor customer relationship management met waarborgen voor onze eisen aan beschikbaarheid, beveiliging en beheer."

Integratie van gegevens en systemen

Voorafgaand aan de fusie werden klantgegevens op verschillende manieren bijgehouden. Wanders: "Het was daarom belangrijk dat het nieuwe CRM-systeem mogelijkheden bood om de gegevens uit alle databases te integreren. Bovendien moest het toegankelijk zijn voor verkoop- en marketingmanagers en het onderhoudspersoneel. Het doel was ook dat de CRM-oplossing een positieve bijdrage zou leveren aan onze resultaten.

Dat vroeg om een koppeling met het ERP-systeem zodat we de beschikking krijgen over duidelijke managementinformatie. Deze rapportages stellen ons in staat de klantenservice en de verkoop- en werkprocessen te verbeteren."

Uitdaging

Danielson Europe, leverancier van MMI-oplossingen, is in 2006 ontstaan uit een fusie van drie bedrijven. Door de krachten te bundelen is het bedrijf uitstekend gepositioneerd om het marktleiderschap in Europa te behalen. Omdat Danielson klantspecifieke oplossingen ontwerpt, is een gedegen kennis van klanten essentieel. Een flexibel en dynamisch CRM-systeem moest daarom de basis vormen onder de groeistrategie.

Oplossing

Danielson Europe koos voor de CRM-oplossing van Maximizer Software. Deze verzamelde alle klantgegevens in één systeem dat toegankelijk is voor beide vestigingen van Danielson Europe. Medewerkers kunnen de data bovendien ook buitenshuis benaderen en bewerken. Doorslaggevend in de keuze was dat de implementatie, configuratie, beheren en onderhoud in handen kwam van Systony, de enige Maximizer Certified Business Partner in Nederland.

Resultaat

Danielson Europe wilde haar professionele standaarden verhogen om richting te kunnen geven aan de markt voor MMI-producten. Deze visie lag ten grondslag aan de implementatie van Maximizer Software. Met dit CRM-systeem verhoogde het bedrijf de efficiëntie en effectiviteit van marketing, verkoop en klantenservice. Men kan zich bovendien blijven richten op de kerncompetentie, want systeembeheer en -onderhoud zijn in de vertrouwde handen van Systony. Daarmee is de visie van Danielson Europe nu realiteit.

"Het aanbod van Maximizer onderscheidde zich vooral door de gebruiksvriendelijkheid, de integratiemogelijkheden en het ondersteuningsvoorstel van Systony,"

-Gildo Wanders,
Marketing en Sales Manager
Danielson Europe

Tot slot moest de gewenste CRM-software probleemloos te implementeren zijn op de standaard serveromgeving van Danielson Europe. "Daarvoor was het essentieel dat er een gecertificeerde partner beschikbaar was die het systeem kon installeren, ondersteunen en beheren," aldus Wanders.

Integratie van gegevens en systemen

Voorafgaand aan de fusie werden klantgegevens op verschillende manieren bijgehouden. Wanders: "Het was daarom belangrijk dat het nieuwe CRM-systeem mogelijkheden bood om de gegevens uit alle databases te integreren. Bovendien moest het toegankelijk zijn voor verkoop- en marketingmanagers en het onderhoudspersoneel. Het doel was ook dat de CRM-oplossing een positieve bijdrage zou leveren aan onze resultaten.

Dat vroeg om een koppeling met het ERP-systeem zodat we de beschikking krijgen over duidelijke managementinformatie. Deze rapportages stellen ons in staat de klantenservice en de verkoop- en werkprocessen te verbeteren."

Tot slot moest de gewenste CRM-software probleemloos te implementeren zijn op de standaard serveromgeving van Danielson Europe. "Daarvoor was het essentieel dat er een gecertificeerde partner beschikbaar was die het systeem kon installeren, ondersteunen en beheren," aldus Wanders.

De kracht van partnerschap

Aangezien de investering in het CRM-systeem voor Danielson Europe een lange termijnstrategie is, ging het bedrijf in november 2007 van start met een grondige evaluatie van beschikbare CRM-pakketten. Tijdens dit proces onderzocht het bedrijf de mogelijkheden en reputatie van vier leveranciers van CRM-systemen: ACT, Visual CRM, Microsoft CRM Dynamics en Maximizer Software. "Het CRM-product van Maximizer Software stak daar meteen met kop en schouders boven uit," weet Wanders. "Het aanbod van Maximizer onderscheidde zich vooral door de gebruiksvriendelijkheid, de integratiemogelijkheden en het ondersteuningsvoorstel van Systony, de gecertificeerde partner van Maximizer."

Maximizer voldeed aan alle wensen en verwachtingen van Danielson Europe en creëerde een intelligente, gebruiksvriendelijke database waarin alle benodigde informatie bevangen zit. "Maximizer CRM zorgde voor eenvoudige toegang voor de medewerkers van de verkoop-, marketing- en serviceafdelingen," zegt Wanders. "Ze brachten ons een alles in één oplossing voor gegevens die voortkomen uit marketingcampagnes tot verkoopinformatie en servicevraagstukken. Deze worden bovendien geïntegreerd in onze bestaande bedrijfssystemen."

Bij Danielson Europe was men ook onder de indruk van het hoge dienstenniveau van Systony. "Het vraagt om stalen zenuwen om een volledige database op de schop te nemen," stelt Wanders. "Dat legt de lat voor een partner met wie we dat wilden doen enorm hoog. Het was voor ons van kritisch belang dat deze dienstverlener zich aantoonbaar in kon leven in onze activiteiten en doelstellingen. En dat we het vertrouwen hadden dat we samen met hen het systeem helemaal op onze situatie aan konden passen."

Volgens de marketing en sales manager was Maximizer de enige leverancier die al tijdens de evaluatie een gecertificeerde partner aan tafel bracht. "Zij stelden meteen Systony aan ons voor als de juiste partner om het CRM-systeem op zowel onze Engelse als Nederlandse vestigingen te installeren, te beheren en te ondersteunen. En dankzij Systony kunnen we Maximizer zodanig aan blijven passen dat ons CRM-systeem mee kan groeien met onze organisatie."

Inzicht in volledig klantraject

Danielson Europe verdeelde de implementatie van Maximizer CRM in twee fasen. De Nederlandse vestiging ging er in juni 2008 mee aan de slag en de Engelse vestiging in september 2008. Sindsdien beschikt het bedrijf over een transparanter commercieel proces. "Teamleden kunnen alle klantgegevens benaderen en blijven daarmee de hoogte van alle ontwikkelingen," aldus Wanders. "Men kan nu de communicatie met klanten volgen van het eerste telefoontje tot en met de dagelijkse interactie. Dit maakt medewerkers productiever omdat zij aanzienlijk minder tijd kwijt zijn aan het vergaren van informatie."

Voor de nabije toekomst overweegt Danielson Europe ook de MaxMobile-oplossing van Maximizer in te zetten. Hiermee kunnen medewerkers ook buiten het kantoor toegang krijgen tot het CRM-systeem. Vanaf hun mobiele telefoon kunnen zij klanten, leads, afspraken, verkoopcontracten en -voorspellingen en oplossingen voor servicevraagstukken direct benaderen en aanpassen. "Dat levert aanzienlijke tijdswinst op, maar verhoogt ook de klanttevredenheid. Dat helpt ons bij het versterken van de concurrentiepositie, wat essentieel is in het huidige economische klimaat. Maximizer CRM blijkt een integraal en essentieel deel te zijn van onze bedrijfsstrategie. Het is het ultieme verkoopmiddel geworden en zal een bijdrage blijven leveren aan onze doelstelling om de komende jaren een toename in omzet en winstgevendheid te realiseren."

Over Systony

Systony is ontwikkelaar en leverancier van intelligente softwaresystemen. Het bedrijf is gespecialiseerd in Customer Relationship Management (CRM) softwareontwikkeling en databaseoplossingen. Systony is binnen Nederland de enige geselecteerde partner van Maximizer Software, een vooraanstaande leverancier van betaalbare, innovatieve en hoogwaardige softwaresystemen op het gebied van CRM. Systony bedient klanten in een breed marktspectrum van het MKB tot middelgrote en grote ondernemingen. Daartoe behoren onder meer Koninklijke Auping, DutchView, NPS, Akzo Nobel, Banco Finantia, Cathay Pacific, Gilson, NOTOX, Gemeente Waalwijk en Foto Konijnenberg. Meer informatie kunt u vinden op www.systony.nl