



JONAS REDIN, MARKNADSCHEF PÅ SELGA

”Nu kan vi nå rätt kunder med rätt erbjudande.”

För elgrossisten Selga har Microsoft Dynamics CRM inneburit att man har fått bättre överblick över kunderna, smidigare kommunikation med de drygt 200 säljarna samt ökad försäljning, lägre kostnader och kraftiga tidsbesparingar.

Kraftkablar, armaturer, vägguttag och cirka 46 000 andra elartiklar finns i Selgas lager. När företaget valde att byta affärssystem, implementerades även en Microsoft Dynamics CRM-baserad lösning. Förutom hantering av kontakter och adresser för kataloger, som är en central del för Selgas kontakt med sina kunder, hade systemet även användbara funktioner för försäljnings-, marknads- och inköpsavdelningen.

Att hålla reda på information om en kontakt var svårt i det förra systemet som egentligen bara hade en ruta för fritext. Men informationen i fritextrutan var inte sökbar och det kunde inte göras selekteringar utifrån. Det gick inte heller att lägga in e-postadresser i systemet. Att göra riktade kampanjer och utskick var alltså minst sagt komplicerat.

NÅR KUNDER MED ETT KNAPPTRYCK. Selgas runt 200 säljare hade tidigare sina egna register

och adresser i Microsoft Outlook som skulle sammanföras vid en kampanj. När man ville nå ut med en kampanj eller skapa en ringlista för säljarna kunde förarbetet ta tre veckor.

– Nu kan jag göra ett inlägg i CRM-systemet och så får säljarna upp det i sin aktivitetslista med ett knapptryck. Vi når rätt kunder med rätt erbjudande och kan styra våra säljare enhetligt, säger Jonas Redin, marknadschef på Selga, och förklarar att det också går snabbt att följa upp utfallet av aktiviteterna i CRM-systemet.

ORDNING OCH REDA PÅ VERKSAMHETEN.

Nu har man börjat samla in e-postadresser för att kunna kommunicera elektroniskt med sina kunder. För varje e-postadress sparar Selga 3-5 kronor i porto. Det blir en del pengar när man har veckokampanjer med 3 000 utskick varje gång.

– Men, framförallt är det tid vi sparar vid de här kampanjerna och aktiviteterna, det är tid att använda till att serva kunderna bättre, menar Jonas Redin.

En annan viktig del är att man nu kan göra fokuserade aktiviteter, beroende på hur utfallet av en kampanj har varit. Kvaliteten i kundkontakterna ökar. Det blir mer ordning och reda på verksamheten helt enkelt.

Läs hela kundcaset på www.microsoft.se/case



CYBERNETICS

OM CYBERNETICS: IT-bolaget Cybernetics har över 20 års erfarenhet av att leverera kundstödssystem och BI-lösningar. Under senare år har man levererat kundanpassade CRM-lösningar till bland andra NEC Philips, Scania, Swedish Match, ATG och Teleopti.

KONTAKTPERSON:

Björn Danielson (Business Area Manager), bjorn.danielson@cybernetics.se, www.cybernetics.se

SELGA

OM SELGA: Selga är ett rikstäckande elgrossistföretag som bland annat riktar sig till elektriker, industrier, elverk, kommuner och företag och finns på 38 orter i landet. Sedan 1996 ingår Selga i den franska elgrossistkoncernen Rexel. Selga omsätter runt 2 miljarder kronor.

KONTAKTPERSON: Jonas Redin (marknadschef), jonas.redin@selga.se, www.selga.se

