

## Success Stories: Hager Elektro



### Caesar webCRM på Hager Elektro

*“Att arbeta i Caesar CRM har blivit rutin. Caesar webCRM och webObjects fungerar riktigt bra. Nu har vi kontroll på vår offertstock och kan enkelt hålla den uppdaterad.” säger Kenneth Ericson på Hager Elektro.*

#### Bakgrund

Redan 1994 installerades **Caesar CRM** på Hager Elektro. Sedan dess har användandet gått lite upp och ner. 2003 bestämdes på koncernnivå att man skulle ha ett gemensamt system, och det blev ett vakuum för Hager i Sverige där man var osäkra på om man skulle få fortsätta att använda **Caesar CRM**. Vändningen kom 2004. Då var Kenneth tillsammans med Hagers VD, Stefan Petersson, på Caesar Forum. Att se hur andra kunder använder **Caesar webCRM** gav mersmak. “Redan innan vi gick därifrån hade vi bestämt oss. Detta var något som passade oss”, säger Kenneth. De fick också OK från koncernen att fortsätta använda **Caesar CRM**.

#### Utmaning

Hager Elektro säljer via grossister, och inte direkt till slutkund. En förutsättning för att lyckas på marknaden är att ha en hög närvaro hos grossisterna. För att vara framgångsrik måste man visa sig på plats och prata med sina kontakter. Det gäller att hitta ett relevant sätt att se



*“Redan innan vi gick därifrån hade vi bestämt oss. Detta var något som passade oss” säger Kenneth Ericson på Hager Elektro.*

och mäta hur systemet används, och hur effektiv man är i sitt säljarbete. Här är närvarograden en viktig faktor.

Traditionellt har det varit en stor utmaning att se till att all viktig kundinformation verkligen hamnar i CRM-systemet. Informationen används löpande i kontakten med kunden, men är också viktig när en säljare slutar.

#### Lösning

En viktig faktor bakom framgångarna med det nya arbets sättet var att flytta ansvaret till försäljningschefen, som arbetar aktivt i systemet och ser vilka utvecklingsmöjligheter som finns. Annars finns det en risk att man begränsar sig och att systemet bara blir ett adressregister. Alla utom de som jobbar på lager och verkstad kör **Caesar CRM**.

Ett annat grepp är att se till att all kundinformation bara är tillgänglig via **Caesar CRM**. De importerar försäljningsbudget, och säljarna kan se både sin egen budget och kundens budget. Den viktigaste informationen visas direkt i huvudbilden när man går in på kunden. Man har kopplat ihop **Caesar CRM** med Microsoft Exchange, och kan enkelt spara e-post kopplat direkt till kunden, samtidigt som bokningar automatiskt synkas till kalendern i Outlook.

Under de två åren man jobbat i **Caesar webCRM** har Kenneth märkt en tydlig förändring. Användarna ser nu behovet av att samla kundinformationen på ett ställe. Att söka och uppdatera information i **Caesar CRM** har blivit det naturliga arbetssättet. Ett exempel är att antal e-postadresser som kan användas för elektroniska utskick ökat från 1500 till 6000. Varje månad skickar man ut nyhetsbrev till utvalda kontakter. Genom att föda systemet med

bra information kan man få ett bra stöd av marknadsavdelningen.

På Hager skickar man ofta samma offert till flera kunder. Tidigare registrerades detta i affärsmodulen, men genom att istället använda objektmodulen, slipper man onödig dubbellagring. De får en bra överblick över offertstocken, samtidigt som det är enkelt att uppdatera, eftersom ändringarna bara behöver göras på ett ställe. Och det måste vara lätt att hålla information uppdaterad. Annars blir det inte gjort.

Hager gör automatiska uppdateringar via PAR. Det är viktigt att tvätta bort felaktigheter i databasen, som att företag försvunnit eller personer har avlidit.

För att kunna jobba mobilt har man provat att jobba via GPRS, men det kändes för långsamt. Istället kör alla säljare via 3G. De kopplar ihop sin SonyEricsson med datorn via en sladd, och det fungerar riktigt bra. Mottagningen med 3G-telefonen är mycket bättre än de 3G-kort som Hager använde tidigare, och det är inga problem att ringa samtidigt som man är uppkopplad. Det är en lösning som Kenneth kan rekommendera. Se bara till att 3G-leverantören har täckning där du har tänkt att arbeta.

Under resans gång har man gjort många erfarenheter som man dragit lärdom av. Ett exempel är kategorisering och prioritering av information. När Hager började använda **Caesar CRM** lade orderavdelningen prioritet ett på allt, vilket gjorde att ingenting följdes upp.

Nästa fas hos Hager är att säkerställa kvaliteten på noteringar på aktiviteter. I takt med att det blir mer accepterat att använda datorn på kundbesöket, blir det också lättare att dokumentera direkt när man träffar kunden. Redan idag är säljarna bra på att registrera syfte med besöket, eftersom man fyller i det när man planerar aktiviteten. Det man kan bli bättre på är att skriva vad som sades under besöket och vad man kommit överens om att göra tillsammans framöver.

Hager tittar också på hur de kan utnyttja möjligheterna i **Caesar Saint** för att underlätta bearbetning och uppföljning, både på ett personligt plan för säljarna och ur ett ledningsperspektiv. Ett exempel är att följa upp närvarograden genom att ge olika aktivitetstyper olika poäng. Då är det lätt att se vilka användare som är aktiva och på vilket sätt.

## Effekter

Att gå över till **Caesar webCRM** och **Caesar webObjects** har givit effekt på många plan:



Jordfelsbrytare från Hager Elektro

### 1. Att arbeta i Caesar CRM har blivit rutin

Ingen ifrågasätter längre varför man ska jobba med ett CRM-system. Alla har kommit igång att arbeta med systemet och ser behovet själva. Det har blivit det naturliga sättet att jobba.

### 2. Bra kundöversikt

Det är lätt att följa arbetet med kunden, oberoende vem som varit i kontakt med kunden.

### 3. Mer information kommer in

Tack vare att det är lättare att föra in och uppdatera information blir datakvaliteten högre, och mer information kommer in.

### 4. Tillgängligheten har ökat

Tack vare den nya tekniken kommer man åt **Caesar CRM** varsomhelst, bara man har telefon och dator med sig. Det har ökat tillgängligheten och gjort det möjligt att komma åt information direkt, också när man är hos kund.

## I ett nötskal

- Förståelse - Det är viktigt att alla förstår hur och varför man ska använda ett CRM-verktyg
- Repetition - Man kan inte förklara för mycket
- Följ upp - Uppföljning är nyckeln för att ett CRM-system skall fungera i ett företag
- Gör det tvingande - Alla uppgifter måste hämtas via Caesar CRM



**SuperOffice®**

www.caesarcrm.se

SuperOffice Business Solutions utvecklar, säljer och implementerar Caesar CRM, och är en del av SuperOffice-gruppen. För mer information om **SuperOffice Caesar CRM** kontakta oss på [caesarforum@superoffice.se](mailto:caesarforum@superoffice.se).