

Jedox steigert seine Marketing Qualified Leads um **54%**, den Website Traffic um **24%** und die Sales Effizienz kann um bis zu **20 %** verbessert werden.

**Branche:**

Hightech & Software

Kerngeschäft:

Business Intelligence & Performance Management Lösungen

Standorte:

Freiburg, Frankfurt, Düsseldorf, Paris und Boston

Durch die Einführung von Salesforce und HubSpot konnten sowohl Stammdaten als auch Vertriebs- und Marketinginformationen auf einer Plattform zusammengeführt werden. So haben sowohl die Fachabteilungen, als auch das Management einen verlässlichen Überblick über Status und Entwicklungen der Kundenbeziehungen.

Speziell mit dem Marketing Tool HubSpot konnte Jedox im ersten Jahr enorme Erfolge erzielen. So konnte die Anzahl der Marketing Qualified Leads um sensationelle 54 % gesteigert werden. Der Website Traffic ging um 24 % nach oben und die Sales-Effizienz konnte um bis zu 20 % gesteigert werden.

Quelle: HubSpot Case Studies

„Mit HubSpot und Salesforce besitzen wir nun zwei der aktuell besten Tools am Markt. Diese haben auch dank der durchdacht aufgesetzten neuen Prozessen zu enormen Verbesserungen hinsichtlich der Informationstiefe des Managements von Lead- und Kundenvorgängen geführt. Dadurch können wir unsere Sales-Teams im direkten- und indirekten Vertrieb sowie unsere internationalen Partner viel effizienter unterstützen.“ erläutert Marius Janssen, Head of Marketing der Jedox AG.



„Von der Beauftragung der factory42 als Implementierungspartner haben wir sehr profitiert. Im Nachgang der erfolgreichen Implementierung, welche in time, in budget und in quality erfolgte, kann man durchaus sagen, dass factory42 und insbesondere Herr Thiel hier einen sehr guten Job abgeliefert haben.“

Matthias Krämer, Technikvorstand Jedox

Führender Anbieter von BI & Performance Management Lösungen

Die Jedox AG ist führender Anbieter von Business Intelligence & Performance Management Lösungen. Mithilfe der voll integrierten Jedox-Plattform setzen Kunden ihre Planungs-, Analyse- und Reporting Anforderungen schnell und kostengünstig um. Das Unternehmen wurde 2002 in Freiburg gegründet und beschäftigt mittlerweile über 110 Mitarbeiter an den Standorten Freiburg, Frankfurt, Düsseldorf, Paris und Boston. Die Jedox Software wird branchenunabhängig mittlerweile von 100.000 Nutzern in kleinen, mittelständischen und Großunternehmen in über 120 Ländern erfolgreich eingesetzt.

Starkes Unternehmenswachstum vs. Inselösungen und verschiedenen lokale Prozesse

Durch das starke Wachstum des Unternehmens ist in den letzten Jahren eine heterogene Systemlandschaft über verschiedenste Abteilungen hinweg entstanden. Die Kundendaten lagen verteilt in einem selbstentwickelten CRM-Tool, aber auch in anderen Systemen wie Outlook, Mailchimp, Eventbrite, oder diversen Excel-Files vor. Im Vertrieb wurden daher innerhalb der verschiedenen Vertriebsregionen lokale Prozesse und Inselösungen im Rahmen der Kundenbetreuung benutzt. Dadurch fehlte im Marketing eine vollständige Sicht auf Kundeninformationen und -historien. Dies führte zu einem anhaltend hohen manuellen Konsolidierungsbedarf. Hinzu kam die schwache Performanz bei Suchanfragen des bestehenden CRMs und ein, aufgrund teils unstrukturierter Daten, intransparentes und somit fehleranfälliges Lead-Management.

Zentrale Übersicht, Steuerung und Standardisierung aller Bestands- und Neukundenprozesse

Das übergeordnete Ziel für die Anschaffung von Salesforce.com lag in der unternehmensweiten Standardisierung aller Bestands- und Neukundenprozesse. Sämtliche

Abteilungen wie Marketing, Tele-Sales, Direct- & Channel-Sales sowie Management sollten jegliche Vorgänge auf Lead-, Contact-, und Account-Ebene zentral hinterlegen, steuern und reporten können. Wichtig war es dem Unternehmen dabei ein Bereitstellungsmodell zu wählen, welches eine hochverfügbare, flexibel steuerbare und skalierfähige Cloud-Lösung bieten konnte.

Ein weiteres Ziel war die Angebotserstellung und -Distribution direkt aus Salesforce heraus. Zudem sollte das globale Partner-Management im Hinblick auf Kommunikation, Informationsbereitstellung und Lead-Management mithilfe eines neuen Partnerportals auf Salesforce-Basis unterstützt werden. Zusätzlich war geplant die Marketingprozesse durch die Anschaffung der All-In-One-Marketing Plattform HubSpot zu optimieren. HubSpot sollte dabei parallel implementiert und anschließend bidirektional mit Salesforce verbunden werden.

Als Implementierungspartner und Prozessberatung wurde die Münchner CRM- und Marketing-Beratung factory42 ins Boot geholt. factory42 ist sowohl Salesforce-, als auch HubSpot-Partner und bringt neben dem technischen Know-How, das für eine reibungslose Implementierung notwendig ist auch langjährige Erfahrung im systematischen aufsetzen von Sales- und Marketing Prozessen mit. Darüber hinaus bietet factory42 auch eigene integrierbare Lösungen, wie zum Beispiel das Appero Angebotstool.

Aufsetzen neuer Sales-, Services- und Marketing Prozesse und Tools - in einem sehr engen Zeitrahmen

Innerhalb des Projektes mussten globale Standardprozesse zuerst neu konzipiert und anschließend mit dem hohen Vorfertigungsgrad der Salesforce-Lösung in Einklang gebracht werden. Daher war es erforderlich einzelne Erweiterungen direkt auf das Business Modell des Unternehmens abzustimmen. Mit maßgeblicher Unterstützung von factory42 entstanden beispielsweise zwei parallele Sales-Prozesse für den Direktvertrieb und den Partnervertrieb der Jedox-Software, inklusive User-Rollen, Nutzer-Hierarchien und Berechtigungskonzepten. Darüber hinaus galt es 100 Business-Partner des Unternehmens aus über 30 Ländern über ein Partner-Portal an Salesforce anzubinden.

Neben der Sicherstellung der Vertriebsprozesse sollten innerhalb des Projektzeitraumes von nur sechs Monaten die Datenmigration aus den Alt-Systemen, die Homogenisierung dieser Daten, die Verfügbarkeit des factory42-eigenen Angebots-Add-Ons Quote 2.0 und die Implementierung und Synchronisierung der neuen Marketing-Software HubSpot in Deutsch, Englisch und Französisch inkl. Aufsetzen eines Marketing-Prozesses und Integration von Eventbrite durch factory42 realisiert werden. Des Weiteren war es geplant, verschiedene Trainings für die Salesforce Key-User bei Jedox durchzuführen.

Steigerung der Leads um 54%

Die Stammdaten und Vertriebs- & Marketinginformationen, die in den verschiedenen Quellsystemen verteilt waren, wurden auf einer Plattform zusammengeführt. Nun hat jeder Mitarbeiter der Fachabteilungen sowie das Management einen verlässlichen Überblick über Status und Entwicklungen von Kundenbeziehungen.

Durch die Implementierung, der mit factory42 aufgesetzten neuen Prozesse, konnten die Abläufe der digitalen Leadgenerierung, der Lead-Distribution sowie der zeitnahen Nachverfolgung deutlich effizienter gestaltet werden. Marius Janssen, Head of Marketing der Jedox AG, erläutert: „Mit HubSpot & Salesforce besitzen wir nun zwei der aktuell besten Tools am Markt. Diese haben auch dank der durchdacht aufgesetzten neuen Prozessen zu enormen Verbesserungen hinsichtlich der Informationstiefe und des Managements von Lead- und Kundenvorgängen geführt. Dadurch können wir unsere Sales-Teams im direkten- und indirekten Vertrieb sowie unsere internationalen Partner viel effizienter unterstützen.“

Insgesamt arbeiten derzeit 100 User auf der Salesforce Plattform. „Bei dieser Nutzerzahl war es uns extrem wichtig, eine enge Einbeziehung aller Beteiligten der verschiedenen Fachabteilungen zu gewährleisten, um eine hohe Akzeptanz und Funktionsfähigkeit des neuen Customer Relationship Management Systems mithilfe der Kolleginnen und Kollegen zu realisieren“ so Matthias

Krämer, Projektverantwortlicher und Chief Technology Officer der Jedox AG.

Speziell mit dem Marketing Tool HubSpot konnte Jedox im ersten Jahr enorme Erfolge erzielen. So konnte die Anzahl der Marketing Qualified Leads um sensationelle 54 % gesteigert werden. Der Website-Traffic ging um 24 % nach oben und die Sales-Effizienz konnte um 12-20 % verbessert werden (Quelle: HubSpot Case Studies).

In naher Zukunft wird die Jedox AG noch ein neues ERP-System anschaffen und ebenfalls mit Salesforce verzahnen. Zudem wird das Unternehmen seine eigenen Business Intelligence & Performance Management Software mit den Daten aus Salesforce, HubSpot und dem neuen ERP-System zu befüllen, um in den Bereichen Planung, Analyse, Reporting und Dashboarding die größtmöglichen Insights aus den dort generierten Daten zu gewinnen.

factory42

Bei der Auswahl des richtigen Implementierungspartners waren für die Jedox AG drei Anforderungen entscheidend; Die Spezialisierung des Dienstleisters auf mittelständische Unternehmen mit internationalen Verflechtungen, die Möglichkeit einer sehr zügigen Projektrealisierung mit entsprechender Beraterstärke und -Know-How, sowie eine ausgeprägte Marketing-Kompetenz für die Implementierung des zweiten Tools, HubSpot.

„Ein besonderer Dank geht an Björn Thomas, der auf Seiten von factory42 verantwortlich für die Implementierung von HubSpot war“

Marius Janssen, Head of Marketing Jedox



Über die factory42

factory 42 – CRM und Digitales Marketing

factory42 ist ein international tätiger Spezialist für CRM (Customer Relationship Management) und Digitales Marketing mit Sitz in München.

factory42 hilft Unternehmen durch Beratung, Einführung und Betrieb von Cloud Technologien basierend auf Salesforce alle kundenorientierten Prozesse in Marketing, Vertrieb und Service zu optimieren und ihre Geschäftsziele schneller zu erreichen.

Als Salesforce Partner entwickeln wir Cloud Lösungen auf Basis der Plattform und realisieren internationale Projekte für den Mittelstand und viele bekannte Marken. Dazu haben wir eine pragmatische Methodik und einen prozessorientierten Beratungsansatz entwickelt, der die Geschäftsziele unserer Kunden im Fokus hat.

Wir unterstützen Sie bei der digitalen Transformation Ihres Unternehmens



Sie möchten mehr zum Thema erfahren? Kontaktieren Sie einen unserer Experten



Michael Frohn
Geschäftsführer



Benedikt Kastl
Business Development Manager



Susanne Itani
Digital Marketing Consultant