

Schwerpunkt:

ERFOLG MIT CRM

Eine interaktive Welt voller Chancen,
die lebt und gelebt werden will



KUNDEN GEWINNEN

Nicht die Software sondern die Anwendung macht den Erfolg aus. CRM ist kein Produkt sondern eine Philosophie.

KUNDEN BETREUEN

Ein kleiner Schritt vom Lead zum Kunden – aber ein grosser für den Vertrieb! Mit einem geeigneten CRM-System gelingt dies mühelos.

KUNDEN BINDEN

Sinkende Kundenloyalität? Abwandernde Kunden? Es gibt probate Mittel dagegen. Das Rezept heisst Kundenbindung.

ERFOLG MIT CRM

KUNDEN GEWINNEN Seite 4 **KUNDEN BETREUEN** Seite 6 **KUNDEN BINDEN** Seite 8



MEHR ALS EINE LÖSUNG Seite 10

NEWS ab Seite 12

- Facebook wächst!
- E-Bay übernimmt Magento
- Social Media und Sugar CRM
- TYPO3 Version 4.5.3
- Die ChromeBooks von Google kommen
- Neue Bezahlmöglichkeit mit Amazon
- SUGAR 6 Frühlings Release 2011

Erfolgreiche Kundenprojekte:



BASELLAND Seite 15



SNV Seite 16



BIELLA Seite 18



CRM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Was ist CRM? Alles, was Sie daraus machen! Möglichkeiten gibt es viele. Rein technisch gesehen reicht es natürlich, eine CRM-Lösung zu implementieren und den Anwendern zur Verfügung zu stellen. Doch damit ist noch nicht viel erreicht. CRM ist eine Philosophie und will gelebt werden.

Einen entscheidenden Beitrag zum Unternehmenserfolg leistet CRM nur, wenn sich das ganze Unternehmen damit identifiziert. Der Weg kann individuell sein, sollte aber konsequent gegangen werden. Mit Anregungen, wo sich CRM einsetzen und wie es sich umsetzen lässt, wollen wir Ihnen den Einstieg erleichtern.

ERFOLG MIT CRM KUNDEN GEWINNEN

TELEFON
061 333 22 22

pascal.stucki@cs2.ch

Aller Anfang ist... leicht! Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Akquisition von Kunden ist – nebst einer anwenderfreundlichen CRM-Lösung – das Bewusstsein, dass nicht die Software sondern deren Anwendung den Erfolg ausmacht. CRM ist kein Produkt sondern eine Philosophie.

Gerade in der Akquisitionsphase leisten CRM-Anwendungen besonders wertvolle Dienste. Die Qualifizierung grosser Adressmengen und die gezielte Auswahl entsprechender Daten vereinfachen und beschleunigen die Gewinnung von Leads. Die Segmentierung von Kontaktdaten in unterschiedliche Zielgruppen erlaubt der Marketingabteilung eine genauere Werbe- und Kommunikationsplanung. Kampagnen können zudem exakt auf die gewünschte Zielgruppe oder die geeigneten Kundenprofile und -interessen abgestimmt und überwacht werden. Reaktionen werden direkt in der entsprechenden Kampagne erfasst und mit dem Adressdatensatz verknüpft.

Vertriebsrelevante Informationen wie Kontaktdaten, Hintergrundinformationen, Interessen, Bedürfnisse usw. werden mit Vorteil in einer CRM-Datenbank erfasst und bilden die Grundlage der Leadbearbeitung. Aus der Akquisitionstätigkeit gewonnene Informationen werden mit den richtigen Adressdaten verknüpft, so dass aus einem anonymen Datensatz mit der Zeit ein vielversprechender Lead mit einer „Geschichte“ dahinter wird. Aufgaben können direkt in Bezug zum Kontakt geplant und jede Aktivität dokumentiert werden. So bleiben die Informationen auch bei einem Wechsel des Kundenbetreuers erhalten.

«... bekommt Dokumentation»

Die angeforderte Dokumentation trifft beim Interessenten ein. Wenige Tage danach fasst ein Vertriebsmitarbeiter telefonisch nach. Das CRM-System hält die Vorgänge fest und erinnert rechtzeitig an Folgeaktivitäten.



«... nimmt am Wettbewerb teil»

Ein Wettbewerb flattert ins Haus und weckt Interesse an der neuen Produktlinie. Die Auswahl der Adressen erfolgte aufgrund entsprechender Profile in der CRM-Datenbank. Mit den eingesandten Teilnahme­scheinen werden die Adressen wieder aktualisiert.



«... abonniert Newsletter»

Mit einem regelmässigen Newsletter erhalten Interessenten laufend gezielte Informationen und werden zu Veranstaltungen eingeladen. Die Empfänger des Newsletters haben dazu selbstverständlich ihr Einverständnis gegeben.



«... wird angerufen»

Die Anrufliste für das Telesales-Team stammt direkt aus dem CRM-System. Die wichtigsten Informationen aus dem Gespräch werden in den entsprechenden Datenfeldern festgehalten und dienen künftigen Marketing- und Vertriebsaktivitäten als Grundlage.



ERFOLG MIT CRM KUNDEN BETREUEN

Es ist nur ein kleiner Schritt vom Lead zum Kunden – aber ein grosser für den Vertrieb! Mit einem geeigneten CRM-System gelingt dieser mühelos.

Durch das rechtzeitige Nachverfolgen von Verkaufschancen werden keine Möglichkeiten mehr ausgelassen; die CRM-Lösung erinnert an (über)fällige Termine. Mangelndes Nachfassen von Offerten ist passé. Ist der Abschluss getätigt, werden die entsprechenden Daten im CRM festgehalten. So haben Verkauf und Sales jederzeit den Überblick über die gelieferten Produkte oder Dienstleistungen. Hat der Kunde Fragen zu einer Offerte oder zu einer Lieferung? Nichts einfacher als das: Das CRM-System hilft weiter und erspart auch im Falle eines Umtausches mühsames Suchen der entsprechenden Informationen.

Für die Verkaufsplanung sind die CRM-Daten von grösster Bedeutung. Das Management erhält jederzeit eine aktuelle Übersicht über die getätigten Umsätze und die geplanten Verkäufe. Abweichungen von den Vertriebszielen, stagnierende Umsätze in einzelnen Regionen können rechtzeitig erkannt und mit geeigneten Massnahmen korrigiert werden.



«... bestellt gemäss Offerte»

Die Offerte überzeugt den Interessenten; begeistert greift er zum Telefon. Selbstverständlich ist die Nummer der Offerte im CRM-System hinterlegt, so dass der Kunde gleich mit dem richtigen Vertriebsmitarbeiter verbunden wird. Dieser kann die Offerte umgehend bearbeiten.



«... erkundigt sich nach dem Liefertermin»

Der Kunde wartet ungeduldig auf seine Bestellung. Seine Nachfrage beim Unternehmen kann die Sachbearbeiterin direkt beantworten. Den aktuellen Liefertermin findet sie im CRM-System.



«... möchte etwas umtauschen»

Das gelieferte Produkt wurde bei der Lieferung beschädigt, daher möchte es der Kunde umtauschen. Der Lieferant prüft im CRM, welches Modell dem Kunden geschickt wurde und kann problemlos den Austausch vornehmen.

ERFOLG MIT CRM KUNDEN BINDEN

Sinkende Loyalität und vermehrte Abwanderung von Kunden sind Probleme, mit welchen viele Unternehmen konfrontiert werden. Die Gründe dafür sind unterschiedlich. Probate Mittel dagegen sind Kundenbindungsprogramme und natürlich ein hervorragender Service.

Der Aufbau und die Pflege von Kundenbeziehungen werden massgebend durch den Einsatz einer CRM-Lösung unterstützt. Nicht umsonst heisst es: Nach dem Kauf ist vor dem Kauf. Der Kontakt zu den Kunden ist ein laufender Prozess, der viel Aufmerksamkeit erfordert. Bereits kleine Unstimmigkeiten wie beispielsweise eine falsche Anrede oder Mehrfachzustellungen beim Versand eines Kundenmagazins können gutgemeinte Absichten ins Gegenteil kehren. Mitgliedschaften in einem Kundenclub müssen sich für den Anbieter und die Kunden lohnen. Ein CRM-System hilft dem Vertrieb, bestehenden Kunden passende Zusatz- oder Eintauschangebote zukommen zu lassen.

Service Excellence widerspiegelt den virtuellen Umgang mit vorhandenen Kundeninformationen. Hat der Anwender einen Servicevertrag abgeschlossen, muss er unbedingt rechtzeitig über den Ablauf informiert werden. Die Gelegenheit ist dann günstig, zu neuen Abschlüssen zu kommen. Wer ein Gerät reparieren lassen muss, hat Ärger genug. Da wird wenigstens eine speditiv und kompetente Abwicklung erwartet. Zum Glück lassen sich alle benötigten Daten im CRM speichern und jederzeit abrufen.



«... hat ein Service-Problem»

Wenn gar nichts mehr geht, hilft oft nur noch der Anruf beim Service-Center. Aufgrund der vorhandenen CRM-Daten kann der Service-Mitarbeiter dem Kunden rasch und kompetent helfen. Dazu gehören auch die Angaben zu einem allfälligen Service-Vertrag.



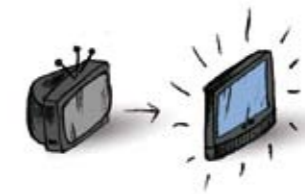
«... will ein Gerät reparieren lassen»

Das defekte Gerät wird aufgrund der Kunden- oder Produktinformationen sofort identifiziert. Der Service-Prozess ist im CRM-System abgebildet, so dass die Reparatur umgehend eingeleitet werden kann. Der Kunde kann sich jederzeit über den aktuellen Stand informieren.



«... sammelt Treuepunkte»

Treuepunkte sind als Kundenbindungsprogramm sehr beliebt. Richtig gemacht, ergibt sich daraus für beide Seiten eine Win-Win-Situation. Informationen über den Kontostand, Kundenprofil, bisherige Bestellungen und vieles mehr stammen natürlich aus dem CRM-System.



«... erhält ein Eintauschangebot»

Die Lancierung eines neuen Modells bietet die Chance ältere Produkte abzulösen. Aufgrund der Angaben in der CRM-Datenbank lassen sich Besitzer entsprechender Modelle identifizieren und mit einem attraktiven Eintauschangebot zum Kauf motivieren.

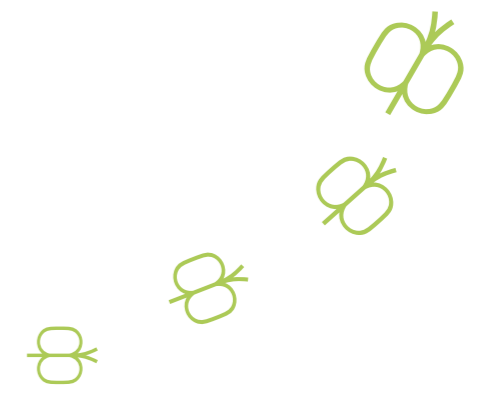


«... verfolgt Social Media Aktivitäten des Unternehmens»

Social Media werden bei Informationsbeschaffung und beim Kauf von Produkten immer wichtiger. Image eines Unternehmens und Bekanntheitsgrad werden davon wesentlich beeinflusst. Für eine gezielte Kommunikation stellt das CRM-System die entsprechenden Kontaktdaten zur Verfügung.



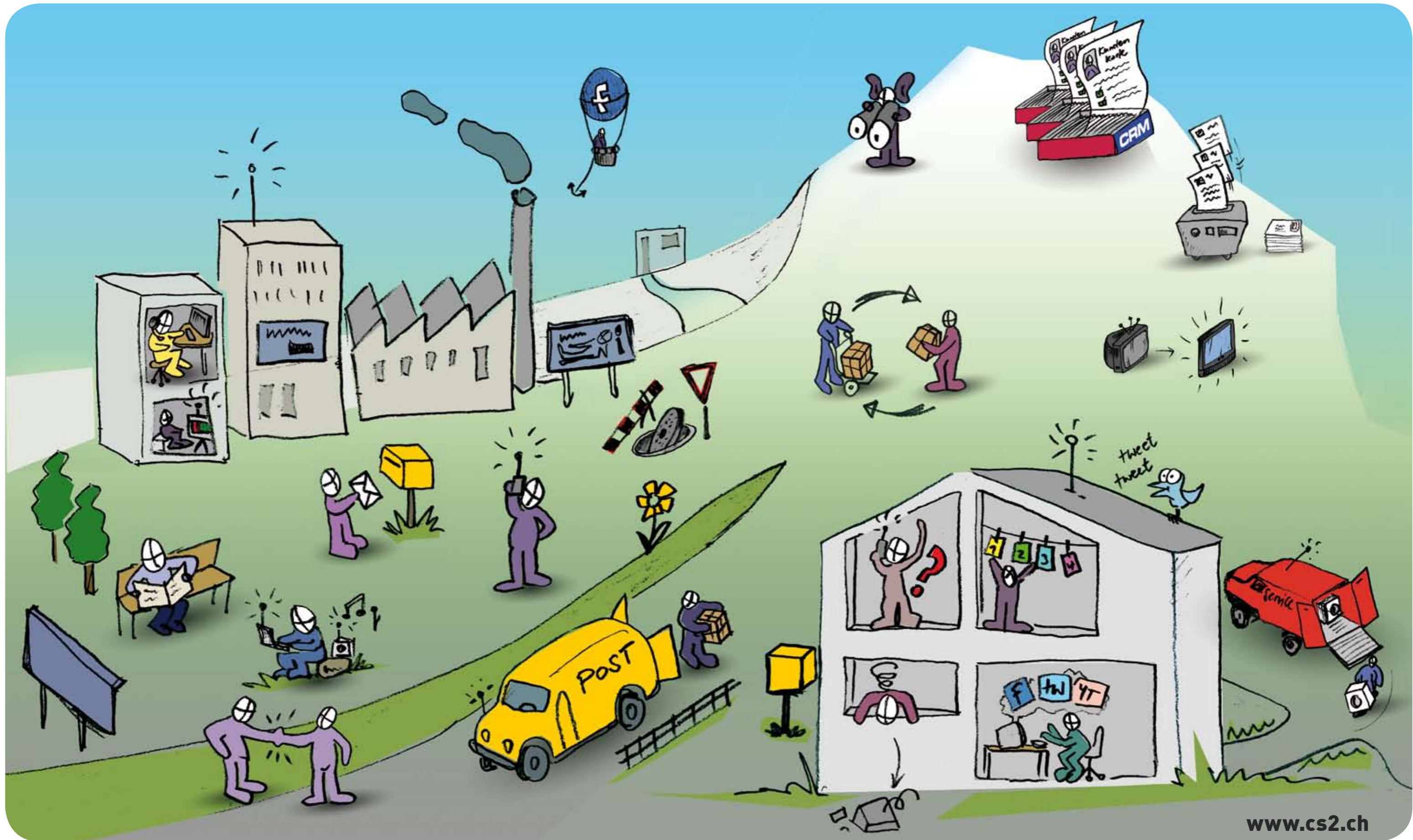
TELEFON
061 333 22 22
pascal.stucki@cs2.ch



CRM

MEHR ALS EINE LÖSUNG

CRM ist kein starrer Prozess sondern eine lebendige Landschaft mit zahlreichen Möglichkeiten für interaktive Kontakte zu Kunden und Interessenten. Werbekampagnen, Verkaufsgespräche, Eintauschangebote, Service-Anfragen und vieles mehr sind ideale Gelegenheiten, um Beziehungen aufzubauen, zu pflegen und zu vertiefen.



NEWS



FACEBOOK WÄCHST WEITERHIN STARK

Die Social Media Plattform Facebook verzeichnet auch im Jahr 2011, sieben Jahre nach der Gründung, ein stetiges Wachstum (weltweit 43%). Dabei hat die Benutzerzahl zwischen März 2010 und März 2011 in verschiedenen Weltregionen unterschiedlich stark zugenommen. Angesichts der realen Userzahl von rund 693 Millionen gesamt (Besucher über 15 Jahre alt) ist der jährliche Zustrom an Menschen enorm und gibt zugleich einen Einblick in die Tragweite von Social Media.

EBAY ÜBERNIMMT MAGENTO



Der Online-Riese eBay will Magento, den Anbieter der gleichnamigen Onlineshop-Software, komplett übernehmen. Magento soll Teil des neuen eBay-Geschäftsbereiches X-Commerce werden. Bereits letztes Jahr hat sich eBay einen Minderheitsanteil an Magento gesichert. Nun soll der Rest auch noch folgen; der Deal muss allerdings noch von den US-Behörden genehmigt werden, was bis Herbst 2011 dauern könnte. Danach soll Magento gemäss eBay als neue Open-Commerce-Plattform-Group in die X-Commerce-Strategie integriert werden und eine starke, robuste Entwickler-Community als Ressource für Gross- und Einzelhändler bilden.

CRM UND SOCIAL MEDIA MIT SugarCRM 6 VERBINDEN



In der Schweiz gibt es inzwischen mehr als 2,6 Millionen Facebook-User, rund 220'000 Twitter-Accounts und 150'000 XING-Profile. Genutzt werden diese Dienste für die Kontaktpflege und die Informationsbeschaffung über Veranstaltungen, Produkte und Dienstleistungen. Höchste Zeit, dass diese Entwicklung auch in CRM-Lösungen Einzug hält. Soziale Plattformen stellen Marketing, Vertrieb und Service nämlich vor neue Herausforderungen. Vorbildlich gelöst hat dies SugarCRM 6: Sugar CloudConnectors und Social Feeds ermöglichen den Austausch von Daten aller Art wie Social-Networking-Informationen oder Videos und verbindet diese mit CRM-Datensätzen. Mit dem Twitter Connector können sich Anwender aus Sugar heraus die Tweets eines Kontakts oder Unternehmens verfolgen.

TYP03 MIT NEUEN RELEASE 4.5.3



Auch wenn es sich dabei nur um einen Maintenance Release für Bugfixes handelt, wird allen Anwendern der Version 4.5 ein Upgrade auf die neue Version empfohlen.

Weitere Informationen unter:
http://wiki.typo3.org/wiki/TYPO3_4.5.3

DIE CHROMEBOOKS KOMMEN



Schon bald ist es so weit: Die von Google entwickelten Chromebooks, welche speziell auf Web-Anwendungen ausgerichtet sind, kommen auf den Markt. Die neuen Netbooks sind dank der speziellen Ausrichtung auf das Web ideal für Internet-Vielbenutzer. Laut Hersteller sind die Chromebooks echte Schnellstarter und in nur 8 Sekunden betriebsbereit. Mittels WLAN und 3G sind sie immer mit dem Internet verbunden; ein leistungsfähiger Akku sorgt für eine ganztägige Laufzeit. Die Speicherung der Dokumente, Einstellungen und Apps erfolgt in der Cloud. Somit ist die sichere Speicherung der Daten – unabhängig vom Gerät – gewährleistet. Chromebooks führen immer ein automatisches Update durch und halten somit die Apps und Betriebssystem-Versionen auf dem neusten Stand. Google setzt mit seinen Cloud-Diensten auf ein vollkommen interaktives/soziales Netzwerk. Nebst klaren Vorteilen stellt dieser Dienst aber gleichzeitig auch den gewichtigsten Nachteil dar. Viele Nutzer könnten das Speichern privater Daten auf dem Netz abschrecken. Top oder Flop? Wir sind gespannt auf die neuen Modelle.

NEUE BEZAHLMÖGLICHKEIT:



Seit kurzem können nun auch deutsche Online-Händler Amazon als Zahlungsmöglichkeit anbieten. Das bisher aus den USA und Grossbritannien bekannte *Checkout by Amazon* läuft in Deutschland unter dem Namen *Bezahlen über Amazon*. Dabei werden in etwa die gleichen Gebühren wie beim Konkurrenten PayPal (eBay) erhoben. Mit Sicherheit wird damit die Konkurrenz auf dem E-Commerce Markt spürbar steigen. Bezahlen über Amazon funktioniert ganz einfach: Der Kunde klickt in einem beliebigen E-Shop auf den dort integrierten Amazon Button und durchläuft den gleichen Bestellprozess wie bei Amazon. Der Shop-Betreiber erhält eine Bestellbestätigung und versendet die gewünschten Produkte oder lässt sie durch Amazon verschicken. Ist der bezahlte Betrag bei Amazon eingegangen, wird dieser abzüglich Gebühren an den Shop-Betreiber überwiesen. Amazon bietet mit *Bezahlen über Amazon* eine Komplettlösung für die Zahlungsabwicklung mit diversen Management-Tools (z.B. Bestellungsverwaltung Werbeaktion, etc.).





Flexible. Intuitive. Open.

SUGAR 6

CRM Made Simple.

SUGAR 6 FRÜHLINGS RELEASE 2011

Sugar6 ist CRM Made Simple: Eine flexible, intuitiv bedienbare Lösung, die sich genau den Kundenbedürfnissen anpasst. Zusätzlich zu den bisherigen Versionen «Enterprise» und «Professional» lanciert Sugar mit «Corporate» und «Ultimate» zwei neue Subscriptions. Damit können Unternehmen jeder Grössenordnung die für sie am besten geeignete Version auswählen. Die Frühlingsoffensive von Sugar setzt konsequent die Strategie einer offenen Architektur fort. Global, Mobile, Social - Sugar 6 setzt die Messlatte für moderne CRM-Lösungen auf ein neues Höchstmass.

Business ist global

Mit der Unterstützung von 22 Sprachen ist Sugar bestens auf den Einsatz im internationalen Umfeld ausgerichtet. Anwender können je nach Bedarf einfach die gewünschten Sprachen auswählen. Verschiedene Währungen mit automatischer Umrechnung ermöglichen es Verkaufsteams, globale Angebote zu erstellen und gleichzeitig lokale Währung zu verwenden.

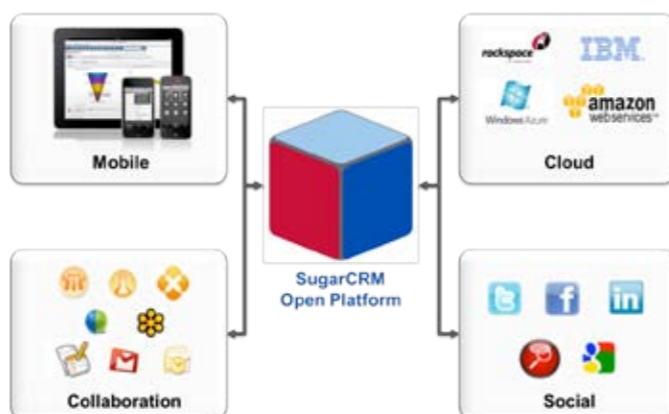
Grenzenlos mobil

An der Sugar Frühling 2011 Version müssen sich künftig alle mobilen CRM-Anwendungen messen lassen. Besitzer von Smartphones, Tablets, iPads, Android- und Blackberry-Geräten und iPhones können sich freuen: Sugar 6 wird künftig ihr ständiger Begleiter. Dank der Offline-Verfügbarkeit können z.B. Kundendaten auch dann bearbeitet werden, wenn einmal kein Netzwerk zur Verfügung steht. Die Synchronisation erfolgt automatisch, sobald das Gerät wieder verbunden ist. Und keine Sorge, falls einmal ein mobiles Gerät verloren geht: Sämtliche Daten sind verschlüsselt und geschützt.



Social Media integriert

Sugar 6 hat die Zeichen der Zeit erkannt und erschliesst die neuen Möglichkeiten von Social Media. Auf Wunsch kann mit dem Kunden online in dem von ihm bevorzugten Social Media interagiert werden. Dank der Integration zu LinkedIn lassen sich Kunden oder Lead auf mögliche Verbindungen prüfen. Die Verbindung von Kundendaten zu deren Twitter-, Facebook- oder Blog-Aktivitäten ist einfacher denn je. Sugar 6 bietet entsprechende Möglichkeiten aus einer Hand. Dank der integrierten Social Sales Intelligence von Inside View, Live Meeting Funktionen, GoogleDocsSharedDocument und zahlreichen anderen neuen Funktionen überzeugt Sugar 6 einmal mehr. Ganz nach dem Motto «The Future of Business is open» präsentiert Ihnen das Sugar-Team von CS2 gerne die neue Frühlingversion.



Sugar 6 auf einen Blick:

- Social CRM
- SocialCollaboration
- SalesIntelligence
- 22 Sprachen, rechts-links-Schriften
- Mobil CRM für Android, Blackberry, iPad/iPhone
 - Offline Sync
 - HTML5 Charts
- Vereinfachtes Konfigurieren

EINFACHER VERWALTEN SugarCRM

Die Verwaltung des Kantons Basel-
land umfasst fünf Direktionen, die
Landeskanzlei und die Gerichte.

Die Zentralen Informatikdienste (ZID)
als Teil der Landeskanzlei sorgen
für eine zuverlässige IT-Infrastruktur
in der Verwaltung. Für ein effizientes
Adressmanagement und ein jederzeit
aktuelles Behördenverzeichnis sorgt
die Lösung von CS2.

Bei den ZID laufen die operativen IT-
Fäden des Kantons Baselland zusam-
men. Zu den Hauptaufgaben gehören
Ausbau, Betrieb und Unterhalt der
gesamten Server-Systemlandschaft und
Netzwerke sowie die Unterstützung
zahlreicher Anwendungen in verschie-
denen Ämtern.

Für eine einfache und effiziente Adress-
verwaltung wird in der Landeskanzlei
sowie in der Fachstelle für Gleich-
stellung von Frau und Mann und in
der Gesundheitsförderung Baselland
SugarCRM eingesetzt. Zudem dient das
CRM-System für die Erstellung von
Serienbriefen und verschafft Übersicht
bei der Durchführung von Kampagnen.

Das umfangreiche Behördenverzeichnis
des Kantons Baselland wurde von CS2
auf der Basis von TYPO3 realisiert und
verfügt über eine Echtzeit-Schnittstelle
zur Website des Kantons. Dabei werden
die Daten direkt aus SugarCRM eingele-
sen. Die integrierte Lösung erlaubt den
Anwendern ein effizientes Verwalten
und Verwenden von Adressdaten und
eine komfortable Aktualisierung des
Behördenverzeichnisses.

Das Projekt in Kürze:
– Integrierte Lösung basierend auf
SugarCRM und TYPO3
– Adressmanagement, Serienbriefe,
Kampagnen, Newsletter (SugarCRM)

– Behördenverzeichnis (TYPO3, Integration
SugarCRM)
– Datenaktualisierung auf Website des
Kantons in Echtzeit

www.bl.ch



WEB-PLATTFORM FÜR JEDE NORM

Die SNV Schweizerische Normen-Vereinigung ist die Dachorganisation für Normung in der Schweiz. Sie ist die direkte Vertreterin des Europäischen Komitees für Normung (CEN) in Brüssel und der internationalen Normenorganisation ISO mit Sitz in Genf. Sie fördert die Selbstregulierung, wendet definierte Prozesse flexibel und kundenorientiert an und sorgt für Information und Unterstützung ihrer Kunden und Mitglieder. Die SNV handelt zum Nutzen der Schweizer Wirtschaft und Gesellschaft und vertritt deren Interessen.

Gemeinsam mit dem Kunden konzipierte und entwickelte die CS2 eine zeitgemässe Plattform, welche die SNV bei der Informationsvermittlung, bei der Durchführung von Veranstaltungen und beim Vertrieb von Produkten unterstützt. Gleichzeitig werden die Besucher rasch zu den gewünschten Themen geführt und können mittels

Umfragen, Blog und Forum aktiv am Dialog mit der SNV teilhaben. Bei der Organisation ihrer zahlreichen Veranstaltungen setzt die SNV heute auf ihr neues Seminar-Modul mit integrierter Kalender- und Agenda-Funktionen. Von grosser Bedeutung ist für die SNV der Web-Shop, welcher nebst dem Lehrmittelshop in einer zweiten Ausbau-

phase auch den eigentlichen Einkauf und das Recherchieren von Normen ermöglicht. Die gesamte Web-Plattform lässt sich einfach verwalten und kann flexibel sämtlichen Anforderungen der SNV angepasst werden.

Das Projekt in Kürze:

- Mehrsprachige Web-Plattform auf TYPO3-Basis
- Seminar-Modul und Kalender/Agenda Modul

- Lehrmittel Web-Shop (Magento)
- Dialog-Tools wie Umfrage, Blog, Mobil Microsite, Forum
- Zentrales Kontaktcenter für einfache Kontaktaufnahme

- Verschiedene Zusatzmodule für Glossar, FAQ usw.
- Integration externes Newsletter-Tool
- Barrierefreiheit (Stufe AA), SEO Optimierung, SEM Adword Kampagnen

www.snv.ch

SNV

Die Welt braucht Normen.

STANDARDIZATION
SERVICES
SHOP

WEBSITE RELAUNCH FÜR MEHR ÜBERSICHT

Mit über 5'000 Artikeln für Büro, Dokumenten- und Zeitmanagement bringt Biella als grösster Büromaterialhersteller der Schweiz Freude in die Arbeitswelt, Schule und nach Hause. Für Übersicht und Ordnung sorgt der neue Webauftritt.

Im Vordergrund des Projekts stehen die Unterstützung des Aussen- und Innendienstes sowie eine verbesserte Übersicht für die Besucher über Unternehmen, Angebot, Dienstleistungen und Aktivitäten. Der neue internationale Webauftritt soll vermehrt als Informations-, Vertriebs- und Marketingkanal genutzt werden.

Eine animierte Anzeige spezieller Themen stimmt die Besucher ein. Danach sorgt der Online-Katalog dafür, dass Produkte rasch gefunden und strukturiert dargestellt werden. Die Daten werden aus dem ERP-System und einer externen Bilddatenbank eingelesen. Zum Katalog gehören Funktionen wie Kundenmeinung, Anzeige verwandter und Vorschläge weiterer Produkte, Neuheiten und vieles mehr.

In einem separaten Showroom können interaktiv individuelle Angebote und Informationen eingeholt werden. Mittels zweier Kalkulatoren können sich Kunden automatische Offerten für selber konfigurierte Produkte zustellen lassen oder ihre Angaben erfassen und an einen Verkaufsberater senden. In beiden Fällen wird der Vertrieb merklich entlastet und der Kunde wird effizienter bedient.

Verschiedenste Einstiegsmöglichkeiten führen die vielen Zielgruppen schnell zum gewünschten Inhalt. Im Endausbau wird Biella mit sechs Websites über einen international ausgerichteten Internet-Auftritt für ganz Europa verfügen.



Das Projekt in Kürze:

- Mehrsprachiger Webauftritt mit TYPO3 mit Multi-Länder Installation
- Online-Produktkatalog mit zahlreichen Zusatzfunktionen
- ERP-Anbindung
- Showroom für individuelle Angebote, Kalkulator für Richtpreisofferten und Konfigurator für Offertanfragen
- Händlernetz-Shop Finder (mit GoogleMaps)
- Kontakt Center (mit interaktiver Weltkarte)

www.biella.eu

Biella
With a smile



ZWEIBLOG.COM LESEN WAS BEWEGT CRM, E-COMMERCE ONLINE MARKETING

FRAGEN SIE CS2

Software alleine bringt noch keine Lösung. Oft sind die Anforderungen eines Kunden komplex und individuell. Nur eine zielgerichtete Beratung bringt Sie hier weiter. Deshalb legen wir grossen Wert auf persönliche Betreuung. Sowohl während als auch nach der Realisation eines Projektes.

Wenn Sie also Fragen haben, rufen Sie uns an unter 061 333 22 22 oder senden Sie ein Mail an info@cs2.ch. Gerne helfen Ihnen unsere Experten weiter. Detaillierte Informationen über CS2 und unsere Dienstleistungen finden Sie auf unserer Website:

www.cs2.ch



IMPRESSUM
Herausgeberin: CS2 AG
Gerbegässlein 1, 4450 Sissach
Hardturmstrasse 181, 8005 Zürich
Telefon +41 61 3332222, www.cs2.ch
Redaktion: Christian Bühlmann
Illustrationen: Marcel Schaub
Auflage: 4000 Exemplare