

CRM i en global organisation.

Kort om företaget

Eka Chemicals AB tillverkar kemikalier för pappers- och pappersmassaindustrin. Bolaget bildades 1895 och till en början ägdes det av Iggesund, därefter Nobel Industrier och numera av börsnoterade Akzo Nobel. Totalt har koncernen ca 3000 anställda och består av tre divisioner.

Hans Larsson, som är chef för Knowledge Management och projektledare för Avenue™, arbetar inom divisionen för papperskemikalier med 1000 anställda och en omsättning på tre miljarder kronor.

Varför CRM?

”Anledningen till att vi beslutade att köpa in ett CRM-system var att vi ville samla all information om kunderna i en och samma centrala databas”, berättar Hans. En projektgrupp tog fram en behovsanalys och kom fram till att verksamheten var i stort behov av ett system som kunde skraddarsys efter de egna unika behoven och som gick att vidareutveckla internt vartefter. En viktig komponent var att de inte skulle vara låsta vid en satt struktur, utan att systemet var extremt flexibelt.

En katalysator för förändring

Avenue™ köptes in 1998 för att användas som ett CKM-system, dvs ett Customer Knowledge Management-system. Man såg ett internt behov av att samla kunskap om kunderna och potentiella kunder i ett och samma system. Då handlade det främst om kontaktinformation om kunderna, anteckningar, försäljningsstatistik, att kunna hantera reklamationer och skaffa sig applikationskunskap.

Varför Saratoga Systems?

Anledningen till att man valde just Saratoga Systems Avenue™-lösning var dess unika egenskaper i form av flexibilitet, skalbarhet

och integrationsmöjligheter. Den avgörande faktorn var att det gick att anpassa systemet på egen hand och därmed kunna växa med lösningen över tiden. Man var även i ett stort behov av goda rapporterings-möjligheter, vilket Avenue™ tillfredsställde.

Implementeringsfasen

Implementeringen av Avenue™ startade i liten skala 1998. En pilotgrupp på 15 personer testade till en början lösningen under två månader, varpå lösningen implementerades i hela den skandinaviska säljorganisationen. Därefter följde säljorganisationerna i Europa

Utmaningen

Att synkronisera och samla information om alla kunder och potentiella kunder i en och samma centrala databas.

Lösningen

Att implementera Avenue™ och utnyttja dess flexibilitet, skalbarhet och integrationsmöjligheter så att säljarna har en enad och uppdaterad kundbild, oavsett var i världen de befinner sig.

Resultatet

Genom införandet av Avenue™ finns nu rätt förutsättningar för att knyta ihop företaget globalt och förbättra den interna kommunikationen.



under ett år och sedan marknadsorganisationen. I denna fas ledde Hans en projektgrupp på fem personer, inklusive en representant från Saratoga Systems, som styrde processen.

Nuläge

Idag används Avenue™ inom sälj- och marknadsavdelningar, men även i viss utsträckning inom ledningsgrupper för rapporter som används som beslutsunderlag. Längst i utvecklingen har bolagen i Skandinavien och England kommit där man använder sig fullt ut av Avenue™. Nu senast har man även implementerat Avenue™ i Asiens sälj- och marknadsföringsorganisationer under ett års tid. På tur står Sydafrika samt Nord- och Sydamerika.

Förbättringar

Uppbyggnaden av infrastrukturen har drivits på och intresset för att utnyttja IT-system i allmänhet har ökat efter införandet av Avenue™. ”Systemet implementerades egentligen två år för tidigt med hänsyn till hur infrastrukturen såg ut då, men å andra sidan har den därför varit drivande i utvecklingen av infrastrukturen - detta har haft en stor och positiv effekt på organisationen”, berättar Hans. ”Administrativa rutiner har förenklats och allt kommer att ske snabbare och mer effektivt i säljorganisationen framöver.



Dessutom har det blivit enklare att sprida kunskap, t ex vid lansering av nya produkter. Även applikations-kunskap har spridits”, tillägger Hans.

Utmaningar

Största utmaningen för Hans och hans kollegor har varit att få alla som bör använda systemet att använda det fullt ut. Det är även ett tungt lass att sälja in Avenue™ och förankra tankesättet hos ledningsgrupper på dotterbolagen runt om i världen. En annan utmaning är rapporteringsmöjligheterna som är mycket stora och därför ställer höga krav på användarna och varje utbildare.

Ledningens roll

En Avenue™-grupp driver utvecklingen framåt och högsta ledningen i divisionen ser mycket positivt på lösningen. ”Utan ledningens stöd skulle utvecklingen stanna upp”, enligt Hans.

Utbildning och vidareutveckling

Utvecklingen har man stått för själv till 99%. Sedan den lyckade implementationen av Avenue™ i Skandinavien har utbildning av administratörer och så kallade User Helps samt Champions, som specialutbildas innan utrullningar, fortsatt på bolag världen över.

Hans råd på vägen

CRM-projekt kräver ett starkt stöd från ledningen, som i ett tidigt skede bör tillsätta en styrgrupp.

Infrastrukturen bör vara väl utvecklad innan systemet implementeras.

Se till att ha något att börja arbeta med direkt; starta med enkel funktionalitet.

Ha något att locka med för att alla ska börja använda systemet.

Visa enkla lösningar och var pedagogisk för att få upp användandet.

Var tydlig i kommunikationen så att nya budskap når ut i organisationen.

Sist men inte minst: Var realistisk i förväntningarna – det tar tid innan allt är på plats i en global organisation!