



Sandvik Coromant • från CM till en standardiserad CRM-lösning

Kort om företaget

Sandvik Coromant tillhör Sandvik-koncernen och är världsledande inom tillverkning av skärande verktyg för metallbearbetning. Koncernen, som bildades på 1860-talet, har 37 000 anställda medan Sandvik Tooling, som Sandvik Coromant är en del av, har 16 000 anställda och en omsättning på 21 miljarder.

Varför CRM?

”Anledningen till att vi köpte in ett CRM-system, eller Contact Management-system på den tiden, var att vi behövde hantera all kontaktinformation om kunderna på ett bättre sätt”, berättar Lars Hallberg, CRM Koordinator för hela världen inom Sandvik Coromant. ”Vi behövde även ett stöd för DM-kampanjer och sökte därför efter en bra lösning för dessa behov”, fortsätter Lars.

Varför Saratoga Systems?

Anledningen till att Sandvik Coromant valde just SPS™ var att Saratoga Systems erbjöd ett beprövat CM-system till en rimlig kostnad. Sandvik Coromant har sedan dess kunnat växa i lösningen, i och med att Avenue™ introducerades, och därför fortsatt vara Saratoga Systems en trogen kund. Flexibiliteten i systemet – att lösningen har kunnat växa och utvecklas i samma takt som företagets behovsförändringar - har helt klart varit avgörande för det långa förhållandet företagen emellan. Sandvik Coromant har utvärderat andra CRM-lösningar för att vara säker på att Avenue™ är den bästa och mest kostnadseffektiva lösningen för företaget i framtiden. Resultatet har varje gång entydigt pekat på att andra, likvärdiga system både är dyrare och svårare att administrera.



Implementeringsfasen

Implementeringen av SPS™ startade i full skala världen över 1992 med hjälp av lokala administratörer. Pilotgrupper tillsattes på alla bolag och funktionaliteten byggdes ut efter hand. 1998 uppgraderades CM-systemet till ett CRM-system, i och med att SPS™ byttes ut mot den nya programvaran Avenue™.

Utmaningen

Att hantera kontaktinformation och DM-utskick i ett system som det långsiktigt gick att växa i.

Lösningen

Att implementera SPS™ och sedan nästa generations programvara Avenue™ med dess unika flexibilitet.

Resultatet

Högre effektivitet i marknads- och säljorganisationen genom kundsegmentering. Även bättre beslutsunderlag för styrning av affärsverksamheten genom den flexibla query-funktionen och den omfattande rapportgeneratoren i Avenue™.

SARATOGA SYSTEMS®



Nuläge

Idag har Sandvik Coromant 1800 användare av Avenue™ inom sälj- och marknadsavdelningarna runt om i världen. För att hjulet inte ska uppfinnas många gånger om ska systemet nu standardiseras för säljare, säljtekniker, innesäljare samt marknadsavdelningarna, enligt marknadsledningens beslut. Målet är att Avenue™ i fortsättningen ska stödja KAM och Value Selling i alla dotterbolag. ”Ett system med standardiserade funktioner driver säljarna till handling, det har vi redan sett i USA där CRM-systemet är självdrivande”, menar Lars.

Förbättringar

”Det är lätt att bygga Queries och producera rapporter som fungerar som diskussions- och beslutsunderlag”, berättar Lars. Att säljarna kan segmentera kunderna med hjälp av Avenue™ är också av stor betydelse och har bidragit till ett mer effektivt arbete i säljorganisationen. ”Systemet är verkligen flexibelt och användarvänligt - mycket tack vare unika gränssnitt för varje användargrupp - och detta bidragit till att användandet är högt”, förklarar Lars.

Utmaningar

”Att bli ännu bättre på att använda och utnyttja systemet är nog den största utmaningen vad gäller omfång... och att få alla internt att förstå hur pass viktig och bra CRM-systemet är”, kommenterar Lars. ”Att få alla dotterbolagen med sig i standardiseringen av Avenue™ kommer också att bli en utmaning”, tillägger Lars.

Ledningens roll

För två år sedan tillsattes Lars Hallberg, som fick till uppgift att koordinera utvecklingen av CRM-systemet och applicera Best Practice runt om på dotterbolagen. Lars sitter på marknadsstaben och säljer in sina idéer till både ledningen samt dotterbolagen för att få till stånd en övergripande standardisering av lösningen.

Utbildning och vidareutveckling

Försäljningscheferna är en av de viktigaste grupperna att utbilda och detta sker internt.

”Om vi inte har säljcheferna med oss utnyttjas inte systemet fullt ut – de är oerhört viktiga för att sälja in användandet av Avenue™ och driva på utvecklingen inom säljorganisationen”, menar Lars. ”Marknadsföringscheferna på dotterbolagen är de som på egen hand har varit mest drivande i utvecklingen av systemet”, berättar Lars vidare. I Italien har dotterbolaget kommit så långt i utvecklingen att det kan räkna på kundlönsamhet med hjälp av Avenue™. Marknadssidan har utbildats så att de kan administrera systemet själva genom verktygslådan Business Application Studio i Avenue™. ”Den pedagogiskt uppbyggda verktygslådan har bidragit till att vi kan utveckla och administrera så gott som allt själva utan hjälp utifrån – det har varit en stor fördel för oss”, fortsätter Lars.

Då Avenue™ ska implementeras på nya dotterbolag skickas en blivande administratör på utbildning i Saratoga Systems regi och sedan till Sandviken för utbildning där. Administratören håller därefter i kurser för nya användare på sitt dotterbolag.

Lars råd på vägen

- Gör klart för dig vad systemet ska leverera. Anordna gruppdiskussioner med ledningen och blivande användare
- Se på andra företags lösningar och jämför med ditt företags behov och förutsättningar
- Se till att du väljer ett system som det går att växa i – att funktionaliteten finns i programvaran, även om du inte behöver den just idag
- Standardisera CRM-systemen i ett tidigt stadium så att de blir mer drivande, eller självdrivande, och levererar snabba resultat. Bygg helst ett globalt system som alla dotterbolag använder sig av!
- Satsa mycket på utbildning - annars får du inte upp användningen
- Utforma egna manualer
- Anordna årliga användarkonferenser