

Schweizisk pharma-gigant bruger 360 Business Tool til nordisk salgsindsats

IBSA er den største privatejede pharma-virksomhed i Schweiz med en årlig omsætning på flere milliarder. 360 Business Tool spiller en vigtig rolle i indsatsen på det nordiske marked og med serviceringen af kunderne.

Den schweiziske medicinalvirksomhed IBSA har udviklet lægemidler siden 1945 og de er gode til det. Gennem de senere år har de i højere grad kommercialiseret salgsindsatsen, hvilket bl.a. betyder, at virksomheden i dag har kontorer i de store europæiske lande samt i USA.

For 3 år siden åbnede deres nordiske kontor i København. Herfra betjenes kunder i Danmark, Sverige, Norge og Finland, og salgsindsatsen dækkes af et nordisk salgsteam, hvor hver har ansvar for et geografisk område.

Reza Rezai er Head of IBSA Nordic og kommerciel ansvarlig for det nordiske marked. Han har valgt 360 Business Tool til at sikre, at indsatsen på det nordiske marked kommer godt fra start.

”Med 360 Business Tool sikrer vi højt serviceniveau og et eksklusivt forhold til vores kunder.

Holddepunktet for det nordiske markedsfundament er at videreføre IBSA's høje serviceniveau og skabe et eksklusivt forhold til kunderne, som fordrer tryghed og loyalitet i samarbejdet.

Derfor er det nødvendigt med et CRM-system med et fundamentalt kundefokus, og hvor det er muligt at registrere og lagre vigtig viden fra dialogen med kunderne.

Besøgsregistrering og rapportering

”Når vi har mulighed for at registrere relevante data, kan vi hele tiden følge med i udviklingen i kundernes behov og observere de trends, der præger det marked vi bevæger os i.”

”Vores nordiske KAM'er har meget rejseaktivitet og er afhængige af, at der er let adgang til data om forløbet hos kunderne”, forklarer Reza Rezai.

KAM'erne kan tilgå systemet direkte fra deres mobile enhed, og det er hurtigt og nemt at registrere nødvendig viden, uanset om KAM'en befinder sig hos kunden eller sidder i en bil på vej til det næste møde.

Medicinalgiganten har et omfattende produktprogram, men i Norden fokuseres primært på produkter indenfor fertilitet, urologi, endokrinologi samt dermo aesthetics.

I 360 Business Tool er besøg og produkter delt op i kategorier, så det er let registrere, hvilken type besøg man har været på. Det er også muligt at trække meget nøjagtige statistikker over en konkret markeds- eller produktstatus.

Geografisk planlægning

Reza Rezai ved godt, at 360 Business Tool har rigtig mange muligheder, men han ser det som en af de største fordele ved netop dette CRM-system, at de enkelte funktioner kan aktiveres og først ibrugtages, når der er brug for det.

”Med 360 Business Tool har vi fået et system, hvor vi betaler for det vi bruger, i stedet for at betale for en stor database med en masse funktioner, som vi ikke skal bruge”, siger Reza Rezai. ”Systemet kan bl.a. hjælpe med at effektivisere besøg, så vi har mindst mulig rejsetid mellem hver kunde.”

Kundekendskab sikrer større kundetilfredshed

”Jo bedre vi kender vores kunder, jo bedre kan vi imødekomme deres krav”, forklarer Reza Rezai. ”Vores KAM'er har været involveret i processen med at

”Jo bedre, vi kender vores kunder, jo bedre kan vi imødekomme deres krav

indføre 360 Business Tool, så systemet også imødekommer det, de mener er vigtigt for at kende kunderne bedre”.

Udover involvering i processen har KAM'erne fået en motiverende indgang til hvordan systemet bruges til at generere mere salg for dem og til at styrke markedsføringsindsatsen i det nye marked.

IBSA



Kontakt mig, hvis du vil have en demo af 360 Business Tool i din virksomhed.

Thomas Bomberg
COO & Partner
tb@360businessstool.com
(+45) 70 23 70 29

Bliv klogere på CRM
- besøg os på www.360businessstool.com