Von Geben und Nehmen



Der EHC Biel und Elvadata verbindet eine jahrelange Partnerschaft. Seit neustem greift der aktuelle Schweizer Vize-Eishockeymeister auch auf das von Elvadata eingeführte CRM-System Salesforce zurück. Marketing Direktor Thomas Burkhardt erklärt, was es alles damit auf sich hat.



"Salesforce ist eine pragmatische Lösung, die sowohl finanziell als auch ressourcen–technisch absolut tragbar ist. "

Thomas Burkhardt

Bis vor zwei Jahren wickelten wir unsere Kundendaten noch ausschliesslich per Microsoft Excel ab. Auf der Suche nach einem zukunftsweisenden CRM stiessen wir auf unseren Sponsoring–Partner Elvadata. Unser Ansprechpartner Roland Burger stellte uns die Salesforce–Lösung detailliert vor – und wir waren vom ersten Moment an begeistert. Salesforce ist eine pragmatische Lösung und sie ist sowohl finanziell als auch ressourcen–technisch absolut tragbar. Ausserdem können wir im kleinen Rahmen damit beginnen und es danach Schritt für Schritt ausbauen.

"In Zukunft haben wir nur noch eine Datenquelle für unsere Kunden–daten."

Thomas Burkhardt

Zurzeit nutzen wir Salesforce ausschliesslich im Business–to–Business–Bereich. In einem nächsten Schritt wollen wir Schnittstellen zu unserem gesamten Ticketing–Bereich bauen und alle Abonnenten und Einzelticketkäuferinnen und –käufer einbinden. Und in Zukunft soll Salesforce auch in der Gastronomie eingebunden, als Marketing Cloud eingeführt werden und vollumfänglich über mobile Applikationen verfügbar sein.

Das wichtigste Argument für uns ist, dass wir künftig alles zusammenbringen können und nur noch eine Datenquelle für unsere Kunden–daten haben. Zum heutigen Zeitpunkt wären wir noch gar nicht bereit, alle unsere über 30 000 Adressen zu bespielen. Darum ist für uns wichtig, dass das System mit unserem sanften Wachstum kompatibel ist.

Das System ist das eine – die Betreuung das andere: Unser Elvadata–Ansprechpartner Roland Burger hat unsere Herausforderungen sofort erkannt und uns aufgezeigt, wie wir die Key Points etappiert angehen können. Wir wissen, dass unsere Anforderungen ziemlich komplex sind, aber Elvadata hat uns mit Salesforce eine pragmatisch–bodenständige Lösung präsentiert.

Auch die Herangehensweise hat uns überzeugt. Nach zwei anfänglichen Workshops konnten wir unsere Partnerinstitutionen wie zum Beispiel Ticketcorner beiziehen und ein Gesamtbild konstruieren.



Danach lancierten wir Sprints, um die einzelnen Entwicklungsschritte genauer zu planen – diese spiegelten wir gegenseitig in unseren Jours fixes. Schliesslich ging es darum, um möglichst kurze Reaktions- und Respondzeiten zu erreichen; damit wir direkt, schnell und zielorientiert agieren können.

Für uns sind regionale Kooperationen von grosser Bedeutung. Geholfen hat bei der Evaluierung, dass Elvadata bereits seit Jahren als Sponsor für unsere Junioren im Einsatz ist. Wir handeln nach dem Geben-und-Nehmen-Prinzip – unsere langjährige Partnerschaft unterstreicht dies deutlich.

"Wir handeln nach dem Geben-und-Nehmen-Prinzip – unsere langjährige Partnerschaft unterstreicht dies deutlich."

Thomas Burkhardt

Mit der Implementierung von Salesforce wurden wir gezwungen, über unsere eigenen Strukturen nachzudenken. Ein Beispiel: Die Bereinigung der Mitglieder unserer Donatorenvereinigung. Hier haben wir jetzt eine komplette

Die Cloud-Lösung ist permanent höchstverfügbar.



Die Kooperation mit dem EHC Biel basiert…

… grösstenteils auf unserer effizienten Salesforce-Lösung – mit der wir die Verantwortlichen von Anfang an überzeugen konnten.

Die Abläufe und die Installationen…

… haben wir etappiert und strukturiert. Dabei wurden die Prozesse im Verkaufsbereich automatisiert, gesteuert und damit deutlich vereinfacht.

Die nächsten Potenziale…

… planen wir in weiteren verdaubaren Portionen für beide Seiten. Wichtig ist, dass unsere Cloud-Lösung permanent höchstverfügbar ist und bleibt.



und einheitliche Übersicht über alle Tätigkeiten und Prozesse. Zudem können wir die Verantwortlichkeiten besser zuordnen – das ist auch eine Hilfe und zugleich Motivationsspritze für unsere Verkaufsmitarbeitenden. Gemeinsam definieren wir die Monatsziele pro Mitarbeiter/in – das heisst, die Volumen, die Abschlüsse und die Leads sind jederzeit abruf- und sichtbar.

Die aktuelle Kooperation ist erst der Anfang. Wir haben die Absicht, auch verstärkt unsere Marketingmassnahmen und Kampagnen bei Salesforce einzubauen. Wir werden Schnittstellen anhängen und die Daten des Ticketsystems implementieren. Auf diese Schritte und die Weiterentwicklung freue ich mich; nicht zuletzt, weil auch ich selbst jeden Tag etwas Neues dazulernen kann.

Die Salesforce Leistungsübersicht

- Vereinfachte Administration: Ablösung Excel Listen
- Verbesserung Datenqualität: Kontaktdaten werden an einem Ort aktualisiert und stehen allen zur Verfügung
- Optimierung Sales Prozess: Leads und Verkaufsopportunitäten können jederzeit bearbeitet werden.
- Schaffung Transparenz: Die Sales Pipeline gibt Auskunft über den Erreichungsgrad der Verkaufsziele pro Spielsaison