

Der Newsletter von
PROFONDIA

SCREEN N°2



Schweizer Cloud-
Provider auf
dem Vormarsch

Lead-Management
in Echtzeit

CRM-Integration
von Userbase



Schweizer Cloud-Provider auf dem Vormarsch



Seit Jahren dominiert das Thema Cloud den IT-Markt. Nach vielen Zukunftsprognosen und Ankündigungen wird nun die vorherrschende Tendenz in den Data-Centern und Serverräumen der Schweizer Firmen immer klarer erkennbar.

Von den 10'019 Firmen, welche Profondia Auskunft über ihre IT-Infrastruktur erteilt haben (Stand Januar 2019), setzen noch 8'574 Firmen vor Ort eigene Host-Systeme (Server, Midrange-Systeme oder Mainframes) ein. Rund 14% der Firmen arbeiten also bereits ohne lokale Server.

56 % Hybrid Cloud

Rund 32% der Firmen nutzen bereits Cloud-Services für ihre Host-Systeme (Cloud-Computing oder Managed Cloud-Server). Von diesen 3'203 Firmen setzen 1'802 nach wie vor auch noch lokale Server ein. Von den Firmen, welche Rechnerkapazität in der Cloud nutzen, bauen also 56% auf einen hybriden Ansatz.

Beeindruckende lokale (Schweizer) Cloud-Provider

In 56% der Fälle wird die Rechenleistung durch einen firmeninternen Provider in einer privaten Cloud zur Verfügung gestellt. Beeindruckend ist auch der Anteil der lokalen – meist Schweizer – Cloud-Provider, die ihre Kunden mit Managed Servern aus der Cloud bedienen: 42%. Von der viel zitierten zukünftigen Dominanz der Hyper-scaler-Clouds ist aktuell noch relativ wenig zu spüren: Mit dem Aufbau lokaler Rechenzentren dürfte jedoch deren Anteil – aktuell rund 2% – schnell wachsen. Die zukünftige Entwicklung der Marktverhältnisse werden wir auf jeden Fall weiterhin gespannt beobachten.

Konturen werden sichtbar.

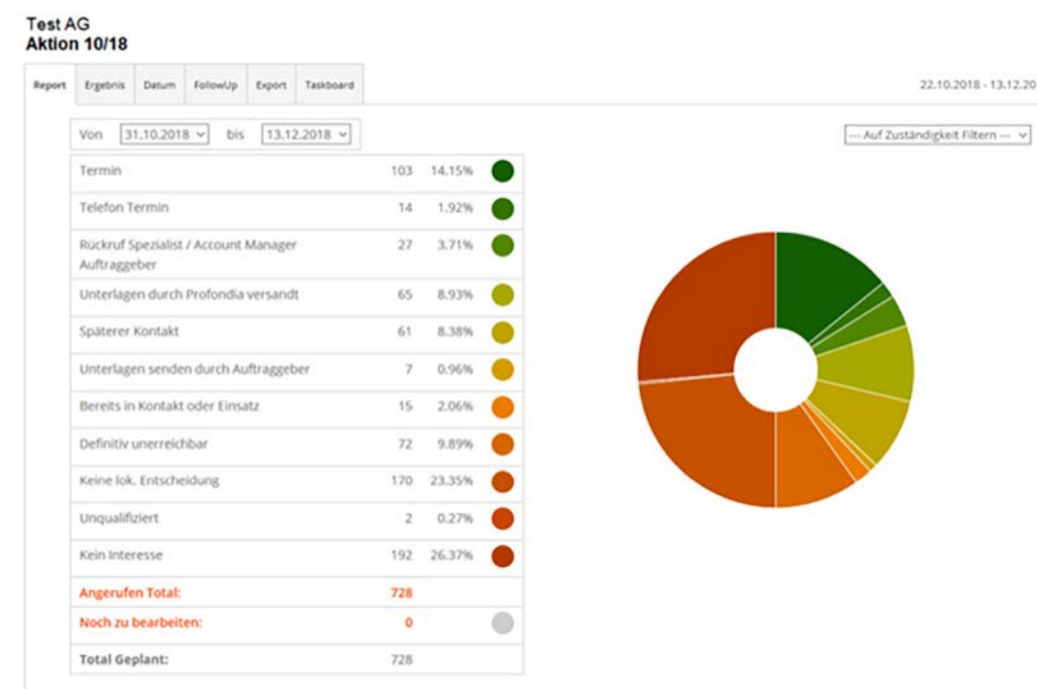
In den vergangenen Jahren sind zu aktuellen Themen wie Cloud, Digitalisierung, Mobile First und Security unzählige Artikel publiziert und zahlreiche Events durchgeführt worden. Die gross angekündigten technologischen Revolutionen finden aber meistens nicht sofort statt.

Die Relevanz der erwähnten Themen für die Entwicklung der IT-Branche lässt sich daran erkennen, dass sie immer deutlicher erkennbare Spuren in den eingesetzten Technologien und Organisationsformen von Schweizer Unternehmen hinterlassen.

Gerne teilen wir mit Ihnen in dieser Ausgabe von «Screen» einige Anhaltspunkte zu aktuellen Tendenzen, die uns im Rahmen unserer systematischen Marktbefragungen aufgefallen sind.

Martin Maurer

Lead-Management überall und in Echtzeit



Screenshot Lead-Factory

Eine erfolgreiche Telemarketing-Kampagne baut auf eine Konzeption, welche die effektiven Bedürfnisse des Kunden anspricht, eine gekonnte Interaktion mit dem Kunden sowie eine zeitnahe, professionelle Nachbearbeitung.

Dank unserem Lead-Factory-Portal werden seit vielen Jahren unmittelbar nach einem Kontakt die Gesprächsergebnisse an die für die Nachbearbeitung zuständige Person übermittelt; beispielsweise, um dem potenziellen Kunden einen Besuchstermin zu bestätigen.

Mit dem neuen Release erscheint die Lead-Factory nun im Responsive Design. Informationen zu frisch generierten Leads können so von den Account-Managern auch unterwegs eingesehen und die notwendigen Folgeaktivitäten sofort in die Wege geleitet werden. Der Standort des Kunden wird direkt auf einer Karte angezeigt und tiefgehende Hintergrundinformationen über die entsprechende Firma können mit einem Klick in der Userbase von Profondia aufgerufen werden.

Die Verteilung der Leads kann aber auch fallspezifisch durch den Kampagnen-Manager vorgenommen werden. So können zum Beispiel Hersteller und Distributoren eine



einige Kampagne für mehrere Businesspartner aufsetzen und die Leads dann individuell den beteiligten Partnern zur Nachbearbeitung zuweisen. Natürlich auch in diesem Fall in Echtzeit und mit entsprechender Benachrichtigung per E-Mail – Channel-Konflikte können so vermieden werden. Die Resultate lassen sich dank dem grafischen Kampagnen-Cockpit auf die einzelnen Businesspartner oder Account-Manager herunterbrechen. Damit kein Lead vergessen geht, kann der Bearbeitungsstatus mit einem Klick definiert und verfolgt werden.

Neu können auch die verschiedenen Etappen von mehrstufigen Lead-Generierungskampagnen grafisch dargestellt werden. Bei fortlaufenden Lead-Generierungskampagnen haben unsere Kunden also jederzeit den Überblick, in welcher Phase sich die einzelnen Dossiers ihrer potenziellen Kunden gerade befinden.

Für uns ist jede Kampagne ein Individualprojekt. Darum besprechen wir gerne in einem persönlichen Gespräch Ihre spezifischen Anforderungen.

CRM-Integration von Userbase: Welche Schnittstelle darf es sein?

Damit im Tagesgeschäft die umfassenden Informationen zum IT-Einsatz der 13'000 grössten Firmen möglichst zielführend genutzt werden können, bietet Profondia verschiedene Schnittstellenoptionen für die Userbase an:

Da wäre zunächst einmal der traditionelle Export, bei welchem sehr gezielt definierte Selektionen im Excel- oder CSV-Format exportiert werden können.

Mit dem Download können die Daten der abonnierten Zielgruppe in Form von relationalen Tabellen exportiert werden. Zusätzlich zu einem Differenzialdownload ist es neu auch möglich, die Daten nach Datum oder auf vorgängig definierte Selektionen einzuschränken (z. B. Firmen aus der Romandie oder Bestandskunden).

Die Deeplink-Integration mit der UserbaseURL ist eine einfache, aber äusserst effiziente Methode, um das bestehende CRM an die Userbase anzubinden. Dafür ist einzig ein Abgleich auf Firmenebene nötig. Indem die UserbaseURL in einem freien Feld im CRM hinterlegt wird, kann das entsprechende Firmenprofil in der Userbase mit einem einzigen Klick direkt aus dem CRM heraus aufgerufen werden. So lässt sich mit minimalem Aufwand prüfen, ob die Einträge im CRM noch aktuell sind.

Neu kann der Full-Download auch mittels eines Web-Service implementiert werden. Der Download lässt sich so direkt im Rahmen eines automatisierten Prozesses anstossen.

Gerne unterstützen wir Sie bei der optimal auf Ihre individuellen Bedürfnisse abgestimmten Integration unserer Daten in Ihre Unternehmensprozesse.



Chief Digitalisation Officers und Verantwortliche für Mobilkommunikation und physische Sicherheit

Digitalisierung, Security und Mobile First sind aktuell in der IT heiss gehandelte Themen. Kein Wunder also, dass diese auch Spuren in der Userbase hinterlassen.

Bereits vor mehreren Jahren haben wir begonnen, die für die Definition von Geschäftsprozessen verantwortlichen Personen zu identifizieren. Da die Automatisierung der Geschäftsprozesse bei der Digitalisierung eine wesentliche Rolle spielt, tragen diese Personen nun oft auch den Titel Chief Digitalisation Officer (CDO). Inzwischen haben wir bereits 2'540 dieser Entscheidungsträger identifiziert.



Ebenfalls seit vielen Jahren erfassen wir die Verantwortlichen für die IT-Sicherheit. Mit den steigenden Sicherheitsanforderungen rückt auch die physische Gebäudesicherheit immer stärker in den Fokus. Folglich haben wir damit begonnen, auch die Verantwortlichen für die Gebäudesicherheit zu eruieren.

Die mobile Kommunikation gewinnt einen immer höheren Stellenwert und wird mit der Einführung der 5G-Technologie noch wichtiger für die Unternehmenskommunikation. Aufgrund der Rückmeldungen unserer Kunden ermitteln wir neu auch die Verantwortlichen für die mobile Kommunikation. Zudem identifizieren wir Firmen, die bereits Lösungen für das Mobile-Device-Management (MDM) einsetzen.

