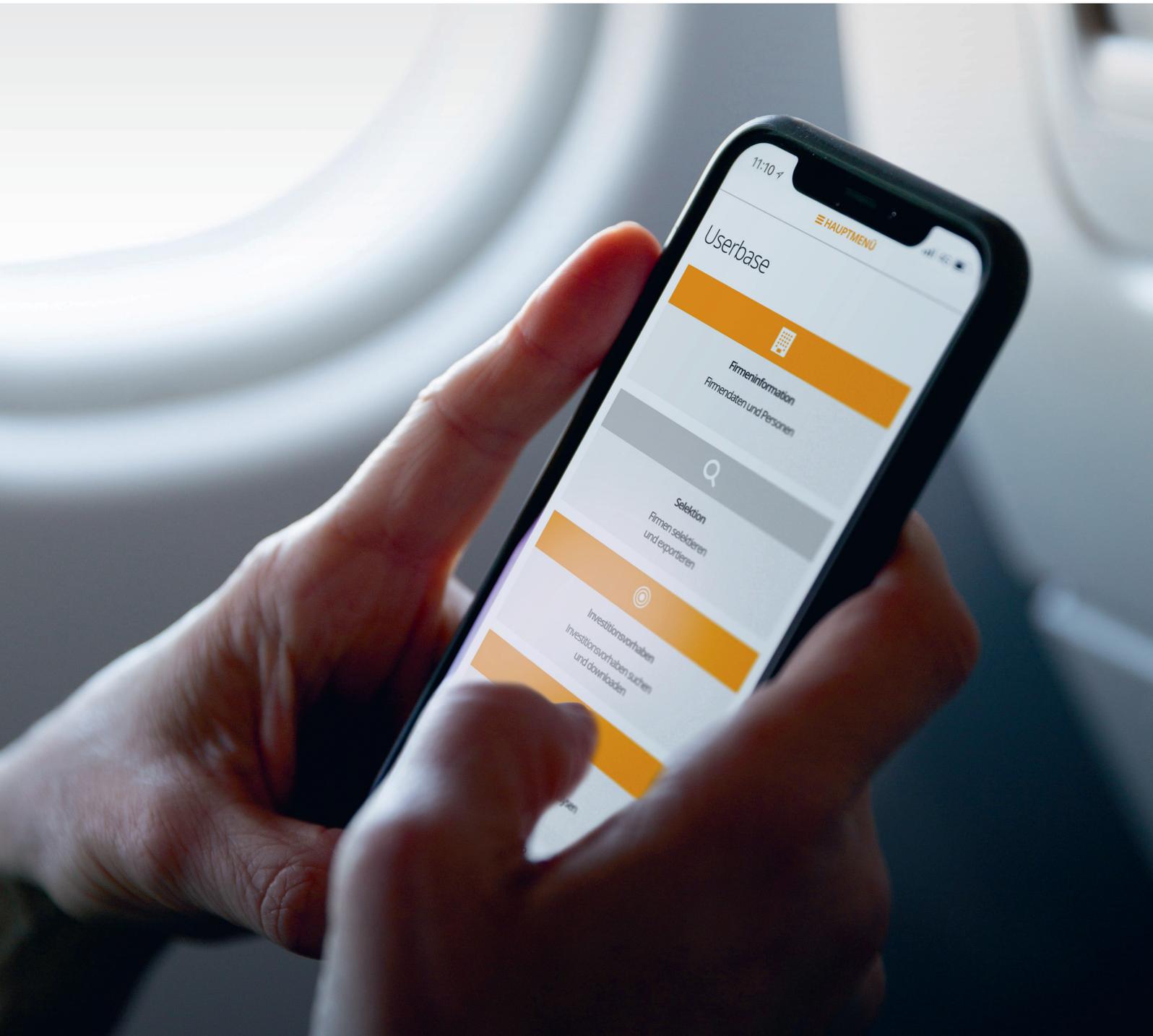


SCREEN N°3



Userbase goes
mobile

Mehrstufige
Lead-Generierung

Bewegung im
Datacenter

Success-Story:
Tinext SA



In Zeiten des Wandels zahlt sich Kontinuität aus

Experten streiten sich seit Jahrhunderten, ob sich die Geschichte einfach immer aufs Neue wiederholt oder ob die Zukunft schlicht und einfach von

zu vielen Faktoren bestimmt wird, sodass langfristige Zukunftsprognosen in den meisten Fällen ein Ding der Unmöglichkeit sind.

Auf diese Frage werden auch wir keine definitive Antwort geben können, aber wenn es um die Zentralisierung von Rechenpower in Unternehmen geht, ist zumindest das Muster eines ständig schwingenden Pendels erkennbar: Als wir vor 28 Jahren mit der Datenerhebung für Userbase starteten, war der Markt für Mainframes und Midrange-Systeme in voller Blüte. Es war wichtig, dass über alle erfassten Lösungen hinweg (HW, Betriebssystem, Applikationen, Datenbank usw.) ersichtlich war, auf welchem System diese betrieben wurden bzw. mit welchem System die Komponenten verbunden waren. Daher wurden die einzelnen Komponenten jeweils

mit einem sogenannten CPU-Code markiert, z. B. «M» für «Mainframe» oder «S» für «Midrange-System».

Im Laufe der Zeit ist diese Frage in den Hintergrund getreten, und wir haben ernsthaft in Erwägung gezogen, die CPU-Codes gänzlich zu eliminieren. Doch zum guten Glück hatten wir immer etwas Wichtigeres zu tun! Denn mit den konvergenten und hyperkonvergenten Lösungen wird es plötzlich wieder essenziell, dass einzelne Komponenten einem bestimmten System zugeordnet werden können. Die CPU-Codes feiern also ein Revival.

Martin Maurer

Userbase goes mobile

Userbase ist in der neuen Version im Responsive Design verfügbar und kann so auf Smartphones und Tablets noch komfortabler bedient werden.

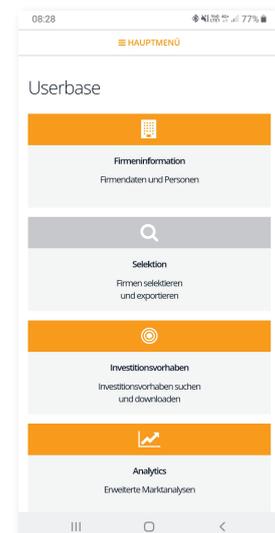
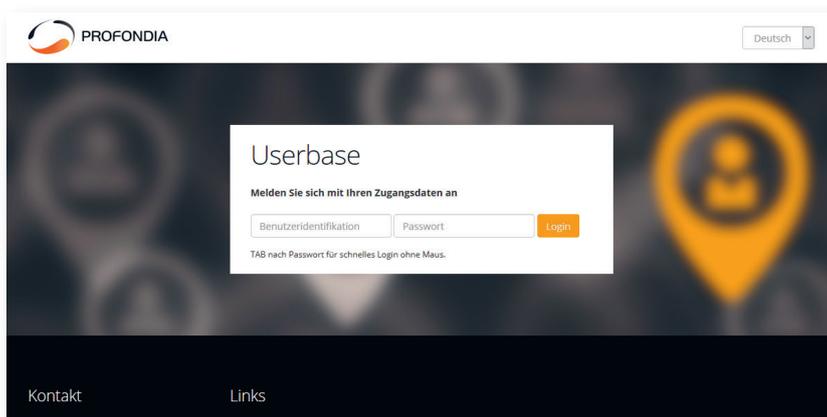
Das neue Design ist für den Einsatz auf mobilen Geräten optimiert, und sowohl die Darstellung wie auch der Funktionsumfang werden automatisch an die Bildschirmgröße angepasst. Auf Smartphones steht die rasche Informationsbeschaffung unterwegs im Vordergrund. Funktionen wie das Erstellen von Selektionen oder das Exportieren von

Daten, welche eine minimale Bildschirmgröße für ein angenehmes Arbeiten erfordern, werden automatisch aktiviert, sobald ein Bildschirm die notwendigen Dimensionen aufweist.

Dank des neuen Designs lassen sich auch die Unternehmensprofile mit neuen Elementen anreichern. So wird neu der Unternehmensstandort direkt auf einer skalierbaren Karte angezeigt. Um für die Userbase-Benutzer den Umstieg reibungslos zu gestalten, haben wir besonders darauf geachtet, dass die bewährte

intuitive Benutzung beibehalten wird und alle Funktionen und Informationselemente an ihrem bisherigen Platz zu finden sind.

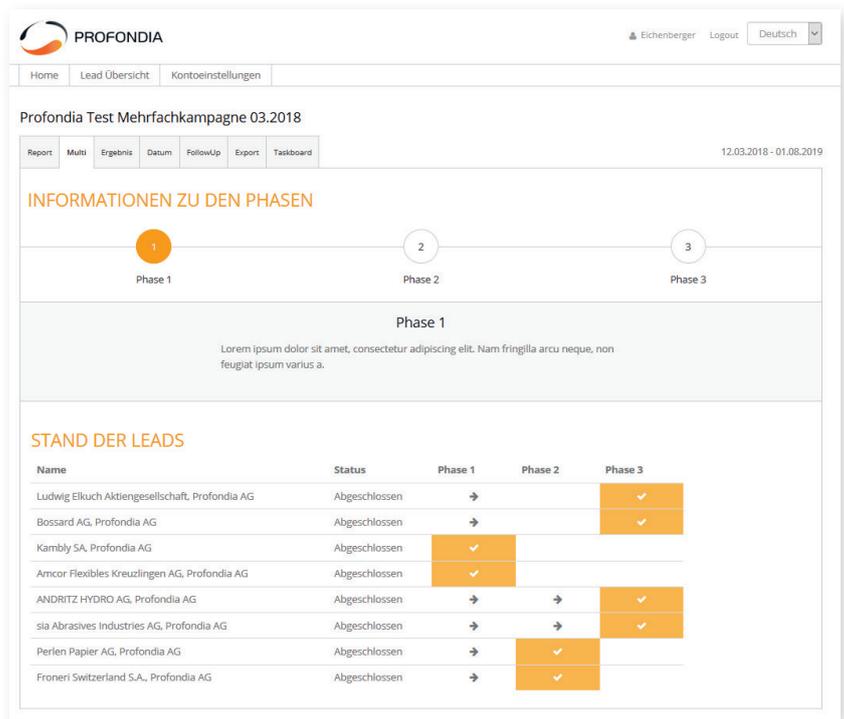
Damit Userbase auch im neuen Layout ihren vollen Nutzen bei der Marktbearbeitung entfalten kann, unterstützen wir unsere Kunden bei Bedarf gern mit kostenlosen Schulungen.



Mehrstufige Lead-Generierung

Neu lassen sich potenzielle Kunden im Rahmen einer Telemarketing-Kampagne in verschiedenen Phasen mehrfach kontaktieren. Gerade bei komplexen IT-Lösungen kann es sinnvoll sein, mögliche Kunden im Rahmen eines mehrstufigen Lead-Nurturing-Prozesses anzusprechen. Beispielsweise bei CRM-Lösungen, wo es möglicherweise eine erfolgversprechende Taktik ist, den Verkaufs-, den Marketing- und den Serviceleiter mit jeweils unterschiedlichen Argumenten anzusprechen.

Mit der neuen Lead-Factory-Version lassen sich solche mehrstufigen Kampagnen bequem durchführen. Unsere Kunden können dabei den Fortschritt über die einzelnen Phasen hinweg in Echtzeit mitverfolgen. Im Erfolgsfall wird der Lead mit allen notwendigen Informationen sofort an den zuständigen Account-Manager oder Businesspartner übermittelt, damit dieser die Folgeaktivitäten umgehend in die Wege leiten kann.



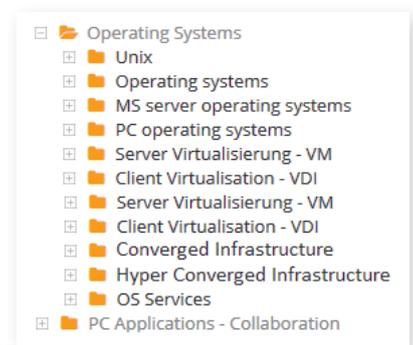
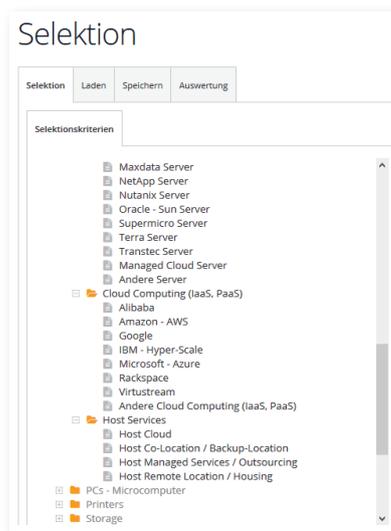
Bewegung im Data-Center transparent gemacht

Cloud-Computing, Managed Cloud, konvergente und hyperkonvergente Infrastrukturen sind eine Realität, und ihre zunehmende Bedeutung im Schweizer Markt lässt sich auch in Userbase verfolgen.

So wurden die Materialklasse Host-Systeme um die Materialfamilie Cloud-Computing (IaaS, PaaS) ergänzt. Unter den Anbietern sind die bekannten Hyperscaler-Clouds wie AWS, Google, Microsoft Azure usw. referenziert. Mit der Eröffnung von Data-Centern in der Schweiz wird sich deren Fussabdruck in Zukunft sicher noch ausweiten.

Für die lokalen Cloud-Anbieter wurde in der Materialfamilie Server die Referenz Managed Cloud-Server geschaffen, unter welcher jeweils direkt im Unternehmensprofil der entsprechende IT-Serviceprovider aufgeführt wird. Hier hat in den letzten Jahren ein bedeutendes Wachstum stattgefunden: Aktuell nutzen bereits mehr als 2'700 der in Userbase erfassten Standorte Serverleistungen aus einer öffentlichen oder privaten Cloud.

Da sich konvergente und hyperkonvergente Systeme bisher aus mehreren Komponenten wie Server und Storage zusammensetzten,



welche in Userbase jeweils in unterschiedlichen Materialklassen erfasst wurden, haben wir unter Operating Systems die Materialfamilien Converged Infrastructure und Hyper-converged Infrastructure geschaffen. Damit in gemischten Umgebungen unterschieden werden kann, welcher Systembestandteil jeweils zu einer konventionellen oder einer (hyper)konvergenten

Architektur gehört, werden die jeweiligen Komponenten unter dem CPU-Code mit einem «C» für «Converged Infrastructure» und einem «H» für «Hyper-converged Infrastructure» markiert.

Mit Userbase können auch Sie mitverfolgen, wie sich die Revolution in den Schweizer Data-Centern vollzieht.



Frau Lecrivain, Tinext SA



Eine neue Zusammenarbeit

Da Tinext im laufenden Jahr den Markt in der Romandie aktiv entwickeln will, wurde ein qualifizierter Partner für die Beschleunigung des Marktaufbaus gesucht. Frau Lecrivain, zuständig für die Marktbearbeitung in der Romandie, kannte die Dienstleistungen der Profondia AG bereits und wusste welche Bedeutung diese für eine fokussierte Herangehensweise haben können. Das Ergebnis dieser Zusammenarbeit: qualifizierte Leads und substantielle Fortschritte beim Ausbau der Marktpräsenz.

Frau Lecrivain, können Sie uns kurz Tinext vorstellen?

Tinext ist ein Dienstleistungsunternehmen im Bereich Business-Digital-Consulting und Transformation. Mit rund 70 Mitarbeitenden unterstützen wir Unternehmen dabei, mit Hilfe führender Technologien wie Salesforce oder Magnolia neue Erlebnisse zu schaffen. Damit kann die Kundenbindung über digitale Plattformen wie zum Beispiel Websites, Portale, CRM, Intranet, soziale Netzwerke, Marketingautomatisierung usw. verbessert werden. Mit 20 Jahren Erfahrung im Tessin, in Italien und im Nahen Osten bieten wir seit September 2018 unsere Dienste auch in der Romandie an. Rasch konnten wir erste Erfolge bei Firmen wie EFG, Groupe Mutuel und bei der Stadt Lausanne verbuchen.

In welchen Bereichen sieht Tinext derzeit Wachstumschancen?

Von Industrie über Handel bis hin zu Dienstleistungen sind Unternehmen aller Branchen von der digitalen Transformation betroffen. Um neue Märkte zu erschliessen, bestehende Prozesse zu beschleunigen oder wettbewerbsfähig zu werden, ist eine interne Transformation unabdingbar. Der Markt in der Westschweiz wird für diese Transformation immer reifer. Dies bietet Tinext die Möglichkeit, Unternehmen bei dieser Dynamik zu unterstützen. So, wie dies auch in den anderen Märkten bereits geschehen ist.

Was sind die USPs von Profondia?

Das wichtigste Instrument ist eine qualifizierte Datenbank über die Unternehmen im Markt, auf die wir uns bei einer gezielten und segmentierten Akquisition verlassen können. Wenn Sie über entscheidende Informationen zum potenziellen Kunden verfügen, bevor Sie ihn kontaktieren (Organisation, Projekte, die eingesetzten Systeme), können Sie eine persönlichere Ansprache wählen, um den Austausch zu erleichtern.

Warum haben Sie sich für Profondia entschieden?

Exakt aus diesen Gründen. Ich kannte Profondia aufgrund meiner vorherigen Tätigkeit bereits. Ich wusste um die Qualität der Datenbank und die Zuverlässigkeit der Informationen, die regelmässig aktualisiert werden. Zudem war mir klar, dass uns das Team von Profondia auch bei der Terminvereinbarung unterstützen kann.

Konnten Sie konkrete Ergebnisse durch die Zusammenarbeit mit Profondia erzielen?

Absolut, denn unsere erste Kampagne Anfang 2019 ermöglichte es uns, 400 Unternehmen im Markt zu kontaktieren. Das Ergebnis waren 55 effektiv stattfindende Meetings. Bei diesen Terminen wurden ungefähr zehn Opportunities generiert, die nun bei Tinext in Bearbeitung sind.

Userbase-Datenbank neu mit Suchabfrage für Social Media

Mit der neuen Social-Media-Suchabfrage in Userbase sind Sie nur einen Klick vom LinkedIn- oder Xing-Profil der über 75'000 erfassten Entscheidungsträger entfernt. Um Ihren Verkaufs- und Marketingprozess zu vereinfachen und zu optimieren, haben wir für LinkedIn und Xing-Profile eine Suchabfrage hinterlegt. So haben Sie die Möglichkeit, direkt aus der Datenbank über den LinkedIn- oder Xing-Button das Profil Ihres Entscheiders aufzurufen und sich mit ihm zu vernetzen.

Diese neue Funktion wird Ihnen dabei helfen, den Akquisitionsprozess so effizient wie nur möglich zu gestalten!



IT-Markt Report

In der Schweiz kämpfen eine Vielzahl von IT-Security-Anbieter um die Gunst der Kunden. Welche Anbieter die Nase vorne haben und welche an Marktanteil verloren haben, erfahren Sie im achten IT-Markt-Report der Fachzeitschrift IT-Markt in Zusammenarbeit mit Profondia:

www.profondia.com/de/newsletter/it-markt-report-2019



PROFONDIA
Information. Knowledge. Results.

Profondia AG | Information. Knowledge. Results.
Bernstrasse 55 | CH-8952 Schlieren | +41 (0)44 701 81 11 | marketing@profondia.com
www.profondia.com