

Der Newsletter von  
PROFONDIA

# SCREEN N°8



---

Success-Stories:  
dplan AG und SAP AG

---

Profondia  
stellt sich vor

---

Profondia feiert 30-jähriges  
Jubiläum im Europa-Park

# Success-Stories

## Kunden und ihre Erfolge

In den letzten Jahren durften wir bereits viele spannende und anspruchsvolle Projekte mit unseren Kunden umsetzen. Darauf sind wir sehr stolz. Die Success-Stories sind für uns ein wichtiges Feedbacktool und hilfreiche Referenzen für unsere bestehenden und neuen Kunden.

PS: Wussten Sie, dass Sie alle unsere bereits durchgeführten Interviews jederzeit auf unserer Website nachlesen können? — [profondia.com](https://www.profondia.com)

### dplan AG

#### IT Services und IT-Consulting



Markus Reif,  
Leitung Bereich Enterprise



Von vier Standorten aus erarbeitet und betreibt die Solothurner dplan AG flexible und kostenoptimierte Informatiklösungen mit dem Ziel, ihren Kunden schweizweit einen nachhaltigen Nutzen und Mehrwert zu schaffen. Bei der Herstellung des Erstkontakts zu potenziellen Kunden arbeiten dplan und Profondia kontinuierlich zusammen.

#### Herr Reif, können Sie unseren Lesern in ein paar wenigen Sätzen dplan vorstellen?

Das Unternehmen dplan AG Enterprise ist ein IT-Dienstleister, der im Bereich IT Arbeitsplatzinfrastruktur tätig ist. Von der Einlagerung, der Installation und der Auslieferung bis hin zur Rückholung, der Löschung und dem Wiederverkauf wird der Verarbeitungsprozess digital greifbar. Nicht nur die grosse Kompetenz und ein sehr attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis, sondern auch Themen wie klimaneutrale und digitale Produktion, soziales Engagement und die landesweite Abdeckung sorgen für einen Leistungsumfang, der in der Schweiz einzigartig ist. Die digitale Plattform Delphi sichert beispielsweise den Kunden in Realtime eine transparente Sicht auf den kompletten

Verarbeitungsprozess – ein Highlight für die Governance-Bereiche der Unternehmen.

#### In welchen Bereichen sehen Sie für dplan die grössten Wachstumschancen?

Die Wachstumsbereiche der dplan AG liegen klar im schweizweiten nachhaltigen Einsatz und Betrieb von IT-Komponenten. Heute betreuen wir branchenübergreifend bis zu 100'000 IT-Arbeitsplätze pro Jahr mit 80 bis 100 Mitarbeitenden. Dies wollen wir in den nächsten vier Jahren verdoppeln. Die Entwicklung im Bereich Homeoffice ist für uns ebenfalls ein wichtiger Treiber, da wir mit unserem Field-Service-Konzept die Mitarbeitenden auch zu Hause in hoher Qualität bedienen können. Für diese Anforderungen gibt es in der Schweiz heute ebenfalls kaum vergleichbare Lösungen.

#### Welche Bedeutung hat für Sie die Akquisition von Neukunden und wie gehen Sie dabei vor?

Die Akquisition von Neukunden ist bei unseren Wachstumszielen von zentraler Bedeutung. Wir agieren heute auf drei Ebenen. Die erste Ebene bezieht sich auf die grössten Unternehmen der Schweiz. Auf der Basis unserer Lösung, gepaart mit Mehrwert, sprechen wir diese Unternehmen direkt an und planen Geschäfte eher mittel- bis langfristig. Die zweite Ebene betrifft vor allem Unternehmen ab 400 Mitarbeitenden, also im mittleren Segment. Mit attraktiven Angeboten adressieren wir hier kurzfristige Einstiegsgeschäfte, um dann den neu gewonnenen Kunden zu entwickeln. Im dritten Segment befinden wir uns auf der Social-Media-Plattform und generieren dort über Marketing weitere Leads.

#### Bei der Marktbearbeitung kooperieren Sie mit Profondia. Was waren dabei Ihre Entscheidungskriterien?

Der Entscheid, in der zweiten Ebene mit Profondia zu arbeiten, basiert auf meinen Erfahrungen der letzten Jahre. Profondia ist hinsichtlich Datenbasis der Schweizer

Unternehmen in Verbindung mit der Dienstleistung des Erstkontakts unbestritten die beste Option. Hinzu kommt, dass wir mittlerweile jedes Jahr noch enger zusammenarbeiten, was bezüglich der Leistungen der dplan AG sowie ihrer Philosophie und Kultur absolut von Vorteil ist. «Unser Team» bei Profondia vertritt uns sehr gut am Schweizer Markt.

#### Welchen Beitrag konnte Profondia zur Erreichung Ihrer Ziele leisten?

Die Ergebnisse aus den diversen Kampagnen können sich absolut sehen lassen. Die zusammen vereinbarten Ziele für Kundentermine konnten erreicht und teilweise sogar übertroffen werden. Dies war in der Vergangenheit und wird in der Zukunft ein wichtiger Faktor des Wachstums und des Erfolgs der dplan AG sein.

dplan AG stellt nationalen und internationalen Unternehmen Informatikfachkräfte zur Verfügung.



### SAP AG

#### Die Cloud-Unternehmenssoftware



Rolf Schatzmann,  
Marketing, Head of Content Management



Europas grösster Softwarekonzern baut – insbesondere bei der Neukundenakquise – auf die gepflegten Firmen- und Kundendaten von Profondia.

#### Herr Schatzmann, SAP ist ein weltbekanntes Unternehmen. Was macht Ihr Unternehmen so erfolgreich?

Unternehmen wählen SAP als ihren Lösungsanbieter, weil wir ihre Geschäftsprozesse verstehen, ihre Ziele kennen und dafür die richtigen Lösungen liefern, egal, welche Branche und egal, wie gross das Unternehmen ist.

#### Digitalisierung und Cloud sind aktuell die grossen Themen in der IT. Welchen Einfluss hat dies auf das Geschäftsmodell von SAP?

Gerade die Pandemie hat gezeigt, dass neue Geschäftsprozesse notwendig sind, um sich adaptieren zu können und um neue Zielmärkte zu erreichen. Firmen, die in der Vergangenheit in ihre Digitalisierungsstrategie investiert haben, konnten in dieser schwierigen Zeit überproportional profitieren. SAP liefert unzählige Lösungen für digitalisierte Abläufe, und durch eine

offene Entwicklungsplattform ermöglicht SAP seinen Kunden ihre individuellen Anforderungen zu entwickeln und damit gleichzeitig ihren USP zu stärken. Bei privaten Anwendungen sind wir längst in der Cloud angekommen, egal, ob Office-, Chat- oder Social-Anwendungen. Nun folgen diesem Trend auch die Unternehmen mit ihren betriebswirtschaftlichen, geschäftskritischen Anwendungen. Sie erhöhen dadurch ihre Sicherheit, senken ihre Kostenstrukturen und können zudem schneller von Innovationen profitieren.

#### SAP ist bei vielen Unternehmen gut etabliert. Wo sehen Sie die grössten Chancen für zukünftiges Wachstum?

In der Schweiz sind wir bei grossen Unternehmen für betriebswirtschaftliche Lösungen der dominierende Anbieter. Für diese Unternehmen steht der Wechsel in die Cloud im Vordergrund. Im Neukundengeschäft sehen wir vorwiegend im KMU-Bereich hohe Wachstumschancen.

#### Sie nutzen die Daten von Profondia. Wie gestaltet sich Ihr Mix der Marketinginstrumente und welchen Nutzen ziehen Sie dabei aus den Informationen aus der Userbase?

Profondia mit ihrer gut gepflegten Datenbank mit Firmen und Kontakten bietet uns primär bei der Akquise von Neukunden grossartige Unterstützung. Damit gelingt es uns, Interessenten anzusprechen und eine überraschende, innovative SAP zu zeigen. Neben klassischem Direct Mailing und den Telefon-Kampagnen nutzen wir für die zielgerichtete Kundenansprache immer häufiger auch digitale Kanäle.

Besonders spannend ist, dass Sie teilweise auch auf konventionelle postale Mailings setzen. Welche Vorteile bieten klassische Mailings in der heutigen Zeit? Mit Direct Mailings erreichen wir Kunden auf eine persönlichere Art. So können wir



ihnen beispielsweise zusammen mit einem individuell formulierten Brief ein kleines Give-away zusenden. Wir erreichen auf diese Weise gegenüber einem E-Mail-Versand oder einem LinkedIn-Mail eine höhere Aufmerksamkeit.

## Profondia stellt sich vor



### Daniela Engeler-Meyer

Daniela Engeler-Meyer ist vor 26 Jahren als Sekretariats- und Verkaufsassistentin zu Profondia gestossen. Bereits ein paar Monate später wirbelte sie fachkundig in der Buchhaltung herum und leitet mittlerweile das gesamte Admin-Team. Trotz der vermeintlich trockenen Materie ist sie jung und knackig geblieben.

#### Dein erster Arbeitstag bei Profondia:

##### An was erinnerst du dich da?

Das war ziemlich turbulent. Als damals «Mädchen für fast alles» (ausser Agentinnen-Aufgaben) habe ich die von den Agentinnen eruierten Daten im System erfasst, Offerten erstellt und danach auch gleich die Lieferung ausgelöst und die Rechnung zugestellt.

##### Wie lange bist du schon Teil der Profondia-Familie?

Nächste Frage bitte!

Spass beiseite. Hier gehöre ich bereits zum Inventar und bin wahrscheinlich in der gesamten Firma das älteste «Teil».

##### Welches ist dein persönliches Highlight in deiner Tätigkeit bei Profondia?

Fast von Anfang an in dieser Firma dabei zu sein und zu sehen, wie wir stetig gewachsen sind.

##### Ohne was kannst du nicht arbeiten?

Ohne ein Umfeld, in welchem ich mich wohlfühle, weil es sehr familiär ist (und natürlich auch nicht ohne Strom! ☺).

##### Was ist deine Funktion bei Profondia und was wolltest du als Kind werden?

Mit meinem Team bin ich für die gesamten administrativen Abläufe und die Infrastruktur verantwortlich. Daneben liegt mein Hauptaufgabengebiet im Führen der Buchhaltung. Ich wollte ursprünglich einmal in der Säuglingsabteilung eines Krankenhauses arbeiten.

##### Welches ist dein schönster Ort auf Erden und wieso?

Die Schweiz, weil sie derart schön ist und so viel Sehenswertes bietet, das entdeckt werden will.

##### Ohne was gehst du nie aus dem Haus?

Ohne mich von meinem Mann richtig zu verabschieden.

##### Welches Talent hättest du gerne?

Alles etwas gelassener zu sehen.

##### Zu welcher Musik kannst du deine Beine nicht stillhalten?

Alles, was einen guten Rhythmus hat.

# Profondia feiert 30-jähriges Jubiläum im Europa-Park



Wie feiert man in Coronazeiten das 30-jährige Bestehen einer Firma? Die vielen pandemiebedingten Unsicherheiten liessen es nicht zu, eine grosse Jubiläumsparty vernünftig zu planen. Also nutzte das Management-Team Ende Oktober das zwischen zwei Coronawellen liegende Tal und lud das ganze Team für zwei Tage in den Europa-Park ein. So konnten wir allen Mitarbeitenden für ihren Einsatz und ihre Treue gebührend danken.

Carpe diem! Schon frühmorgens ging es also los in Richtung Rust. Passend zur Halloween-Zeit war der ganze Europa-Park mit Kürbissen und Spinnennetzen geschmückt. Kecke Zungen behaupteten, wir hätten die Hexlein und Teufelchen gleich selbst mitgebracht ... ☺. Die Shows und Achterbahnen boten allen etwas, egal, ob man lieber gemütlich oder als Adrenalin-Junkie unterwegs war.

So oder so ein toller Tag: Viele Mitarbeitende hatten sich aufgrund von Corona und Homeoffice seit Längerem nicht mehr persönlich gesehen und freuten sich daher ganz besonders über das willkommene Wiedersehen bei schönstem Herbstwetter.



**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