

SCREEN N°9



Beginnt unser Jahr
neu im Herbst?

IT-Sicherheitswork-
shop bei Axians

Success-Story:
Logitech

Beginnt unser Jahr neu im Herbst?

Die Mediterranisierung unseres Ferienverhaltens und deren Auswirkungen auf die Marktbearbeitung



Im südlichen Europa ist es üblich, dass die Firmenchefs nach den langen Sommerferien ihre Mitarbeitenden zur «Rentré» versammeln, um den Kompass wieder auf die Geschäftsprioritäten auszurichten. Durch die in der Schweiz kantonal gestaffelten Ferien waren bis anhin die Wochen rund um den 1. August ein kurzer Ferien-Kulminationspunkt. Die Geschäftstätigkeit ist aber auf etwas reduziertem Niveau einfach weitergelaufen.

Nachdem die Pandemie den letzten beiden Jahren den Stempel aufgedrückt hat, besteht vielerorts auch in Sachen Ferien Nachholbedarf. So werden bei uns ebenfalls tendenziell längere Sommerferien genossen, sei es aus Angst, dass uns Corona im Herbst wieder einen Streich spielt, oder weil die Überstunden und Ferien abgebaut werden müssen, die sich während den letzten beiden Jahren angesammelt haben.

Wie lässt sich verhindern, dass solche Ferienlöcher im Sommer und zum Jahresende keine negativen Überraschungen in den Zahlen hinterlassen? Gut ist, dass sich diese Zeiten planen lassen. Zwar ist der Puls der Geschäftstätigkeit etwas gedrosselt,

der Betrieb läuft aber trotzdem weiter. Und: Werden die entsprechenden Kontakte rechtzeitig geknüpft, findet in dieser ruhigeren Phase mancher Entscheidungsträger Zeit, um sich über die zukünftigen Prioritäten auszutauschen.

Es lohnt sich, Kampagnen und Events so zu planen, dass diese möglichst rasch nach einer Ferienphase stattfinden können. Damit sichern Sie sich eine höhere Aufmerksamkeit und einen zeitlichen Vorsprung. Anfangs Jahr ist beispielsweise eine ideale Zeit, welche oft ungenutzt verstreicht, denn die Entscheidungsträger sind erholt, haben noch keine überfüllte Agenda und eine klare Budgetsituation. Immer öfter wird die konkrete Planung erst nach der Ferienzeit in Angriff genommen, wodurch Mai/Juni und Oktober/November reich befrachtet sind und die Wahrnehmung der entsprechenden Massnahmen starker Konkurrenz ausgesetzt ist.

Hoffentlich erleben wir dieses Jahr einen Herbst ohne Verbannung ins Home-Office und abgesagte Events. Sehr gerne unterstützen wir Sie bei der Planung, damit Ihre Marktbearbeitungsaktivitäten maximale Wirkung erzielen.

INSIDER-TIPP:

Wussten Sie schon, dass wir auf unserer Website eine News-Rubrik haben? Dort finden Sie auch alle bisher erschienenen Beiträge und Success-Stories aus unseren Newslettern SCREEN.



Jetzt einscannen und informiert bleiben!

IT-Sicherheitsworkshop bei Axians IT Services AG

Mittlerweile sind immer mehr Geräte mit dem Internet verbunden und bieten Angriffsfläche für Hacker oder andere kriminelle Gruppierungen. Auch für uns von Profondia ist es sehr wichtig, dass unsere Mitarbeitenden regelmässig für das Thema IT-Sicherheit sensibilisiert werden. Unser langjähriger Kunde Axians hat aus diesem Grund die Türen seines neuen Security Operations Center (SOC) für uns geöffnet. Dort wurden wir sicherheitstechnisch auf den neusten Wissensstand gebracht und haben vieles über Verdachtsmomente und Verhaltensempfehlungen gelernt.

Im Anschluss an den Workshop liessen wir den Nachmittag auf der Burg Reichenstein gemütlich ausklingen und haben im Rittersaal wie zu alten Zeiten gespeist. Wer nach dem Essen noch fit genug war, die alten Burgtreppen zu erklimmen, wurde mit einer grossartigen Aussicht über die Region bis zur Stadt Basel belohnt.



Profondia stellt sich vor



Fatma Turan

Bereits vor 21 Jahren startete Fatma Turan als Sachbearbeiterin im Research-Center von Profondia. Schon nach vier Jahren übernahm sie die Verantwortung für die Qualitätssicherung und seit mittlerweile über 15 Jahren leitet sie unser Research-Team in Basel.

Verrätst du uns eine erste Erinnerung an deinen ersten Arbeitstag bei Profondia?

An diesem Tag war ich sehr gespannt, aber gar nicht nervös, denn damals bin ich nicht von einer langfristigen Arbeitsstelle ausgegangen. Ursprünglich wollte ich ein Jahr lang berufliche Erfahrungen sammeln, damit ich die Aufnahmebedingungen der Fachhochschule für Sozialarbeit erfüllen kann. Da mir die Arbeit und die Atmosphäre aber so sehr gefielen, beschloss ich, bei der Profondia AG zu bleiben. Ich war glücklich und sah keinen Grund mehr zum Wechseln. Inzwischen ist das bereits über 20 Jahre her!

Was war deine grösste Herausforderung, seit du bei Profondia arbeitest?

Meine zwei Kinder sind Profondia-Kinder. Die Verantwortung zu Hause und gleichzeitig im Geschäft war nicht immer einfach und selbstverständlich. Dank grosser Unterstützung seitens meines Vorgesetzten, meiner Stellvertretungen im Geschäft und meines Mannes zu Hause, funktioniert(e) das wunderbar. :)

Ohne was kannst du nicht arbeiten?

Ohne Respekt und gegenseitiges Verständnis, auch wenn man anderer Meinung ist.

Wie erreicht man dich bei der Arbeit am besten?

Am besten und schnellsten via Telefon. Da ich eine leitende Funktion habe und Teilzeit arbeite, bin ich im Notfall für das Unternehmen erreichbar, am besten via Smartphone.

Was fehlt in meiner Pultschublade nie?

Etwas Süsses zum Knabbern, damit die Laune immer gut bleibt. :)

Ohne was gehst du nie aus dem Haus?

Ohne mein Smartphone!

Deine Top 3 auf deiner persönlichen Bucket-List?

Zwei Wochen Malediven, Bungee-Jumping, Eine Traum-Sportart zu finden

Der international tätige Computerzubehör-Hersteller aus der Schweiz

Logitech ist weltweit bekannt für qualitativ hochwertiges Computerzubehör. Um ihre Security-Lösung im B2B-Umfeld weiter zu positionieren, setzt Logitech auf die Datenbankqualität und Leadgenerierung von Profondia, sodass nur relevante Zielaccounts für einen Lead kontaktiert werden



Michel Schauenberg, Key Account Manager B2B, Logitech Schweiz AG



Herr Schauenberg, können Sie Logitech Schweiz AG kurz vorstellen?

Logitech ist der Leader im Bereich Computerperipherie wie Mäuse, Keyboards und Webcams. Vor 40 Jahren in der Schweiz gegründet – unser weltweites Headoffice ist heute noch in Lausanne auf dem Campus der EPFL – hat Logitech immer wieder eine Pionierrolle bei den Themen Ergonomie, Sicherheit, Langlebigkeit und Umweltverträglichkeit übernommen. Seit etwas mehr als zwei Jahren sind wir mit unseren Produkten aus der Rally Bar-Serie auch Leader für Meeting Room-Solutions.

In welchen Bereichen sieht Logitech Schweiz AG im Moment die grössten Wachstumschancen?

Die grössten Wachstumschancen sehen wir beim Thema «Hybrides Arbeiten». Nach der Pandemie hat sich gezeigt, dass nicht das Home-Office,

sondern das hybride Arbeiten gekommen ist, um zu bleiben. Arbeitnehmer werden auch in Zukunft weiterhin mehrere Tage im Home-Office, in einem Shared Office Space oder von unterwegs aus arbeiten. Wir alle haben uns in den letzten Monaten an hybride Meetings gewöhnt. Diese werden auch bleiben. Es ist also wichtig, dass sich alle Meeting-Teilnehmenden von überall her in hervorragender Qualität zuschalten können. Hier bietet Logitech Lösungen für das Home-Office, für unterwegs, für den Office-Arbeitsplatz und natürlich auch für jede Grösse von Meetingräumen.

Bei den Tastaturen und Mäusen sehen wir Chancen beim Thema Sicherheit, wo wir mit der kabellosen Übertragungstechnologie BOLT einen neuen Standard setzen.

Auch bei der Individualisierung sehen wir grosses Potenzial. «One Size fits all» funktioniert nicht. Mitarbeitende sind Stunden an ihren Mäusen und Tastaturen, und hier ist es Aufgabe des Arbeitgebers den Mitarbeitenden das zur Verfügung zu stellen, was ihnen am besten passt.

Welches sind für Sie die wichtigsten Instrumente für eine effiziente Bearbeitung des Marktes?

Wir setzen auf verschiedene Instrumente. Logitech betreut in der Schweiz mit einem dedizierten B2B-Team die grössten Systemintegratoren und Reseller direkt. Kleinere Partner betreuen wir über unsere Distributoren. Mit unseren High Touch Sales gehen wir direkt auf mittlere und grössere Unternehmen zu, um die Logitech-Story zu erklären. Am Schluss ist aber immer einer unserer Partner mit an Bord.

Um neue Themen bei Kunden zu kommunizieren, haben wir spezielle B2B-Marketingleute. Hier

setzen wir auf Newsletter, Beiträge in Fachzeitschriften, inzwischen auch gerne wieder auf Messen und Veranstaltungen und eben auch auf Profondia.

Aus welchen Gründen haben Sie sich entschieden, auf die Dienstleistungen von Profondia zurückzugreifen?

Ich kannte Profondia bereits aus meiner Zeit bei Samsung Schweiz. In meiner Position als Head of Business Development haben wir die Dienstleistungen von Profondia in Anspruch genommen, um das Thema «Ablösen von Projektoren in Sitzungszimmern» direkt bei Endkunden zu pushen. Wir waren von der Erfolgsquote für persönliche und Online-Termine begeistert!

Liessen sich durch die Zusammenarbeit mit Profondia konkrete Resultate erzielen?

Wir sind extrem zufrieden mit den Resultaten, die erreicht wurden. Wir haben eine 20%-Quote bei Off-/Online-Terminen. Weiteren 20% der Kunden durften wir Unterlagen zusenden und überdies bekamen wir von 30 % der Kontakte zumindest ein konkretes Feedback, weshalb sie im Moment keinen Kontakt wünschen.



So macht Arbeiten noch mehr Spass. Das Profondia-Team in Basel mit den neuen Logitech-Tastaturen.

