

Mehr Sicherheit und Flexibilität dank hybrider IT-Infrastrukturen

Mit der Neupositionierung von Fsas Technologies als Spezialist für moderne Hybrid-IT-Infrastrukturen steht die gezielte Ansprache neuer Kunden im Mittelpunkt. Gemeinsam mit Profondia wurde eine datenbasierte Telemarketing-Kampagne umgesetzt, um passende Unternehmen zu identifizieren und direkt mit den richtigen Ansprechpartnern ins Gespräch zu kommen. Das Resultat: qualifizierte Kontakte und eine deutlich höhere Effizienz im Vertrieb.



« Die klare Fokussierung macht uns schneller, präziser und für Kunden deutlich greifbarer. »

Laurent Trchsel, Country Manager,
Fsas Technologies Schweiz



Fsas Technologies ist aus Fujitsu hervorgegangen. Wie hat sich Ihr Leistungsangebot dadurch verändert?

Laurent Trchsel: Mit der Ausgliederung aus Fujitsu und der Gründung als eigenständige Tochter hat sich Fsas Technologies strategisch neu ausgerichtet. Der Fokus liegt heute klar auf modernen IT-Infrastrukturen für Datacenter. Dadurch können wir schneller auf Marktbedürfnisse reagieren und unser Angebot gezielt weiterentwickeln. Gleichzeitig bleiben die bekannten Qualitätsstandards, die japanische Präzision sowie die vertrauten Ansprechpartner aus der Fujitsu-Zeit erhalten. Die neue Struktur gibt uns jedoch mehr Flexibilität und unternehmerischen Handlungsspielraum. Während sich Fujitsu in den letzten Jahren stärker auf Dienstleistungen konzentriert hat, fokussiert sich Fsas Technologies vollständig auf Infrastruktur. Für Kunden wird damit klarer, wer für welche Themen zuständig ist. Die enge Zusammenarbeit mit Fujitsu bleibt bestehen.



PROFONDIA AG

Bernstrasse 55
8952 Schlieren
+41 44 701 81 11
info@profondia.com
profondia.com



Die Success Story finden Sie auch online
it-markt.ch

Welche Anforderungen stellen Unternehmen heute an ihre IT-Infrastruktur?

Viele Unternehmen haben ihre IT früher konsequent in die Cloud verlagert. Heute zeigt sich jedoch, dass ein einseitiger Ansatz oft nicht optimal ist. Stattdessen wird genauer geprüft, welche Lösung

für welche Anwendung am besten geeignet ist. Entscheidend sind ein messbarer Nutzen für das Geschäft, hohe Leistung, Sicherheit, Einhaltung gesetzlicher Vorgaben sowie Nachhaltigkeit. Zunehmend gefragt ist die Fähigkeit, verschiedene IT-Umgebungen sinnvoll zu kombinieren. Je nach Bedarf laufen Anwendungen im eigenen Unternehmen oder in externen Cloud-Umgebungen. Wichtig ist, dass alles zuverlässig zusammenspielt.

Mit welchen Herausforderungen kommen Kunden auf Sie zu?

Viele Unternehmen stehen vor der Frage, welche Anwendungen wo am besten betrieben werden sollen – ob in der Public Cloud, Private Cloud oder On Premise. Die Entscheidung hat Auswirkungen auf die Kosten, Sicherheit und Flexibilität. Gleichzeitig steigen die Anforderungen in den Bereichen Datenschutz, Regulierung und Cyberrisiken. Eine Studie von IDC zeigt, dass 39 Prozent der europäischen Unternehmen Sicherheit und Compliance als grösste Herausforderung im Cloud-Betrieb sehen. Oft fehlt ein klares Gesamtkonzept, wie hybride Landschaften effizient gesteuert werden können. Genau hier unterstützen wir mit unserer Erfahrung, damit die IT sicher, stabil und langfristig tragfähig bleibt.

Warum haben Sie bei der Marktbearbeitung auf die datenbasierte Unterstützung von Profondia gesetzt?

Ausschlaggebend waren positive Erfahrungen aus früheren Projekten sowie das Ziel, neue Kundensegmente präzise zu erreichen und den Bekanntheitsgrad im Markt weiter zu erhöhen. Profondia kombiniert hochwertige Unternehmensdaten mit professionellem Telemarketing. So stellen wir sicher, dass unsere Botschaften bei den richtigen Entscheidern in den passenden Unternehmen ankommen.

Welchen konkreten Nutzen brachte die Zusammenarbeit mit Profondia im Verkaufsprozess?

Der grösste Mehrwert liegt in der Erweiterung unserer potenziellen Kundenbasis. Durch die strukturierte Ansprache konnten Kontakte zu Unternehmen aufgebaut werden, die wir bisher nicht erreicht hatten. Dadurch erschliessen wir zusätzliches Marktpotenzial und unterstützen unser Verkaufsteam dabei, aktiv auf neue Kunden zuzugehen, anstatt nur auf Anfragen zu reagieren. Die Kampagne hat somit sowohl den Vertrieb gestärkt als auch die Effizienz unserer Marktbearbeitung spürbar erhöht.