

## KUNDENFALLSTUDIE

# Wie Securiton 16 verschiedene Standorte in einem nahtlosen CRM- System vereinen konnte

Seit 1978 sorgt Securiton Deutschland für die Sicherheit von Unternehmen und Behörden. Als Deutschlands etabliertestes Sicherheitsunternehmen stützt das Unternehmen Organisationen und Einzelpersonen mit der Technologie aus, die sie benötigen, um Brände zu erkennen, Einbrüche zu verhindern, die Privatsphäre zu schützen und vieles mehr. Von Feueralarmen und Videoüberwachung bis hin zu mobilen Systemen und sogar zur Drohnenerkennung, ist Securiton bundesweit für sein umfassendes Angebot an Lösungen bekannt. Mit fast 400 Mitarbeitern, die sich auf 16 Standorte verteilen, verbindet das Unternehmen eine gemeinsame Mission: mit innovativen Lösungen Leben und Sachwerte schützen.

Trotz aller bahnbrechenden Fortschritte in der Sicherheitsbranche gab es jedoch noch einen Bereich innerhalb der Organisation, mit dem sich Securiton befassen musste: das Kundenbeziehungsmanagement.



**Branche** ///

Sicherheit

**Standort** ///

Achern, Germany

**Webseite** ///

[www.securiton.de](http://www.securiton.de)

## Herausforderungen In Der Kundenkommunikation

Jahrelang haben sich die Securiton-Mitarbeiter in der Kommunikation mit den Kunden auf ein internes System verlassen.

„Dabei handelte es sich um sehr rudimentäre CRM-Funktionen im ERP-System“, berichtet Vertriebsleiter Frank Betsch. „Alle 16 Niederlassungen und Geschäftsstellen unterhielten eigene Interessentendatenbanken innerhalb des ERP-Systems.“

Mit dem zunehmenden Wachstum des Unternehmens wurde klar, dass eine umfassendere Lösung insbesondere mit Blick auf Digitalisierung und Automatisierung erforderlich sein würde.

„Wir wollten den neuesten Technologietrends folgen und den traditionellen Vertrieb mit digitaler, zielgerichteter, inhaltsorientierter Kommunikation unterstützen“, so Betsch.

Also machte sich das Team auf die Suche nach einer CRM-Lösung, die sowohl einfach zu bedienen ist als auch von den Mitarbeitern nahtlos übernommen werden kann.

„Wir waren auf der Suche nach einem innovativen Tool, das zu uns passt“, so Betsch. „Dabei haben wir besonders auf die Erfahrung und Flexibilität des Softwareanbieters geachtet, damit wir allen Herausforderungen der Digitalisierung gewachsen sind.“

## Zusammenführung Der Daten In Ein System

Für den Wechsel zu einem neuen CRM, begann Securiton mit der Darstellung der erforderlichen Prozesse und Anforderungen.

„Das Unternehmen entwickelt sich und wächst ständig“, erklärte Betsch. Deshalb war es wichtig, von Anfang

an zielgerichtet vorzugehen. Securiton benötigte eine zuverlässige CRM-Lösung, die es den Mitarbeitern im gesamten Unternehmen ermöglichen sollten, proaktiv Aha-Effekte beim Kunden zu schaffen.

Securiton evaluierte mehrere Systeme, bevor die Auswahl auf drei Spitzenkandidaten eingegrenzt wurde. Aus dieser Liste entschied man sich für SugarCRM. Doch anstatt das System zur sofortigen Benutzung einzuführen, plante Securiton viel Zeit ein, um seine Mitarbeiter schon im Vorfeld auf das System vorzubereiten: Zusammen mit Elite-Integrationspartner Insignio konzentrierte sich Securiton darauf, die Mitarbeiter mit den richtigen Tools und vor allem Kenntnissen auszustatten.

Dieser Schritt hat sich gelohnt.

„Durch viele Schulungen und Plattformkonfigurationen kann mittlerweile gesagt werden, dass die Nutzer nun zunehmend den Mehrwert des CRM-Systems erkennen und auch spüren“, so Betsch. „Speziell in Bezug auf die Zusammenarbeit zwischen Marketing und Vertrieb und die dadurch entstehende Transparenz der Kontakte sowie die Verbesserung der Datenqualität im Allgemeinen.“

David Cavas, CRM-Berater und Projektmanager bei Insignio, stimmt zu: „Wir von Insignio betreuen Securiton seit über drei Jahren. In dieser Zeit gab es in dem CRM-Projekt selten einen Stillstand. Securiton entwickelt sich und ihre Produkte ständig weiter. Dies macht die Zusammenarbeit sehr spannend, da wir gemeinsam immer neue Lösungen entwickeln und bestehende Prozesse optimieren.“

## Vereinigung Eigenständiger Standorte In Einem Nahtlosen System

Seit der Einführung von Sugar ist die Qualität der Kundendaten von Securiton deutlich gestiegen.

„Die Datenqualität wurde bereits deutlich verbessert, was

“SugarCRM ist dafür die ideale Plattform, den klassischen Vertrieb mit digitaler Kommunikation zu verbinden.”

– FRANK B., Vertriebsleiter, Securiton

nicht zuletzt der Integration weiterer Datenbanken, beispielsweise der unseres E-Mail-Marketing-Tools, zu verdanken ist.“ berichtet Betsch. „Wir konnten so alle autonom vorhandenen Datensammlungen in einer Datenbank verheiraten.“

Mitarbeiter von Securiton Deutschland greifen standortunabhängig auf eine einzige Datenbank zu, in der praktisch alle relevanten Kundeninformationen leicht zugänglich sind.

„Durch die mittlerweile vorhandene Transparenz der Vertriebs- und Marketingaktivitäten konnten einige Details entdeckt werden, die vorher nicht die Beachtung fanden, die sie eventuell benötigt hätten“, so Betsch. „Die vom Marketing benötigten Daten können in einem System gepflegt und verarbeitet werden, ohne dass Excel-Listen per E-Mail verschickt werden müssen.“

Diese Verbesserungen erleichtern auch die Kommunikation mit potenziellen Kunden und die Übersicht für alle Beteiligten. Bei der Zusammenarbeit mit einem großen Krankenhaus war Securiton so beispielsweise in der Lage, nahtlos mit einer Vielzahl von Interessengruppen zusammenzuarbeiten – mit Finanz-, Controlling und Einkaufsabteilungen sowie mit Technikern, Planern und anderen wichtigen Akteuren – um einen wichtigen Auftrag an Land zu ziehen.

In Zukunft wird Securiton weiterhin neue Prozesse ausbauen und weitere Abteilungen für Sugar hinzufügen, um einen umfassenden Überblick über Marketing, Vertrieb und Kundenservice zu erhalten.

„Unser langfristiges Ziel ist es, einen umfassenden Überblick über alle Kunden und ihre Aktivitäten in einer einzigen, leicht zu bedienenden Übersicht zu bieten, damit alle Abteilungen auf die Informationen zugreifen können, die sie für ihre tägliche Arbeit benötigen,“ sagt Betsch. „SugarCRM ist dafür die ideale Plattform, den klassischen Vertrieb mit digitaler Kommunikation zu verbinden. Denn Sicherheit ist Vertrauenssache.“

The logo for Insignio, featuring the word "insignio" in a white, lowercase, sans-serif font on a blue rectangular background.

#### SUGAR PARTNER

Insignio kombiniert seit 15 Jahren umfangreiches Know-How in den Bereichen Service, Marketing und Vertrieb, um Unternehmen bei der Optimierung ihres Customer Relationship Managements mit Sugar zu unterstützen. Als einer der größten SugarCRM-Partner in Europa mit Expertenwissen in allen Anwendungsbereichen ist Insignio auf die Optimierung und Feinabstimmung von Kundensystemen in der DACH-Region spezialisiert.

[www.insignio-crm.de](http://www.insignio-crm.de) // [crm@insignio.de](mailto:crm@insignio.de)

## About SugarCRM

SugarCRM is how marketing, sales, and service teams finally get a clear picture of each customer to help businesses reach new levels of performance and predictability. Sugar is the CRM platform that makes the hard things easier.

Thousands of companies in over 120 countries rely on Sugar to achieve high-definition CX by letting the platform do the work. Headquartered in Silicon Valley, Sugar is backed by Accel-KKR.

To learn more visit [www.sugarcrm.com](http://www.sugarcrm.com) or follow [@SugarCRM](https://twitter.com/SugarCRM).