

Von Geben und Nehmen

Der EHC Biel und Elvadata verbindet eine jahrelange Partnerschaft. Seit neuestem greift der Schweizer Vize-Eishockeymeister 2023 auch auf das von Elvadata eingeführte CRM-System Salesforce zurück.

Marketing Direktor Thomas Burkhardt erklärt, was es alles damit auf sich hat.





"Salesforce ist eine pragmatische Lösung, die sowohl finanziell als auch ressourcentechnisch absolut tragbar ist. "

Thomas Burkhardt

Bis vor zwei Jahren wickelten wir unsere Kundendaten noch ausschliesslich per Microsoft Excel ab. Auf der Suche nach einem zukunftsweisenden CRM stiessen wir auf unseren langjährigen Sponsoring-Partner Elvadata. Unser Ansprechpartner Roland Burger stellte uns die Salesforce-Lösung detailliert vor. Wir waren vom ersten Moment an begeistert. Salesforce ist eine pragmatische Lösung und ist sowohl finanziell als auch ressourcentechnisch absolut tragbar. Ausserdem können wir im kleinen Rahmen damit beginnen und es danach Schritt für Schritt ausbauen.

"In Zukunft haben wir nur noch eine Datenquelle für unsere Kundendaten."

Thomas Burkhardt

Zurzeit nutzen wir Salesforce ausschliesslich im Business-to-Business-Bereich. In einem nächsten Schritt wollen wir Schnittstellen zu unserem gesamten Ticketing-Bereich bauen und alle Abonnenten und Einzelticketkäufer:innen einbinden. In Zukunft soll Salesforce auch

in der Gastronomie eingebunden, als Marketing Cloud eingeführt werden und vollumfänglich über mobile Applikationen verfügbar sein.

Das wichtigste Argument für uns ist, dass wir künftig alles zusammenbringen können und nur noch eine Datenquelle für unsere Kundendaten haben. Zum heutigen Zeitpunkt wären wir noch gar nicht bereit, alle unsere über 30000 Adressen zu bespielen. Aus diesem Grund ist es für uns wichtig, dass das System mit unserem sanften Wachstum kompatibel ist.

Das System ist das eine – die Beratung und die Betreuung das andere: Unser Elvadata-Ansprechpartner Roland Burger hat unsere Herausforderungen sofort erkannt und uns aufgezeigt, wie wir die Key Points etappiert angehen können.

Wir wissen, dass unsere Anforderungen ziemlich komplex sind, aber Elvadata hat uns mit Salesforce eine pragmatisch-bodenständige Lösung präsentiert.

Auch die Herangehensweise hat uns überzeugt. Nach zwei anfänglichen Workshops konnten wir unsere Partnerinstitutionen wie



zum Beispiel Ticketcorner beiziehen und ein Gesamtbild konstruieren. Danach lancierten wir Sprints, um die einzelnen Entwicklungsschritte genauer zu planen. Diese spiegelten wir gegenseitig in unseren Jours fixes. Schliesslich ging es darum, möglichst kurze Reaktions- und Respondzeiten zu erreichen, um so direkt, schnell und zielorientiert agieren zu können.

Für uns sind regionale Kooperationen von grosser Bedeutung. Geholfen hat bei der Evaluierung, dass Elvadata bereits seit Jahren als Sponsor für unsere Junioren im Einsatz ist. Wir handeln nach dem Geben-und-Nehmen-Prinzip – unsere langjährige Partnerschaft unterstreicht dies deutlich.

"Wir handeln nach dem Geben-und-Nehmen-Prinzip – unsere langjährige Partnerschaft unterstreicht dies deutlich."

Thomas Burkhardt

Mit der Implementierung von Salesforce wurden wir gezwungen, über unsere eigenen Strukturen nachzudenken. Ein Beispiel: Die Be-

Die Cloud-Lösung ist permanent höchstverfügbar.



Die Kooperation mit dem EHC Biel basiert...

... grösstenteils auf unserer effizienten Salesforce-Lösung – mit der wir die Verantwortlichen von Anfang an überzeugen konnten.

Die Abläufe und die Installationen...

... haben wir etappiert und strukturiert. Dabei wurden die Prozesse im Verkaufsbereich automatisiert, gesteuert und damit deutlich vereinfacht.

Die nächsten Potenziale...

... planen wir in weiteren verdaubaren Portionen für beide Seiten. Wichtig ist, dass unsere Cloud-Lösung permanent höchstverfügbar ist und bleibt.



reinigung der Mitglieder unserer Donatorenvereinigung. Hier haben wir jetzt eine komplette und einheitliche Übersicht über alle Tätigkeiten und Prozesse. Weiter können wir die Verantwortlichkeiten besser zuordnen. Dies ist eine Hilfe und zugleich Motivationspritze für unsere Verkaufsmitarbeitenden. Durch die gemeinsam definierten Monatsziele pro Mitarbeiter:in sind die Volumen, die Abschlüsse und die Leads jederzeit abruf- und sichtbar.

Die aktuelle Kooperation ist erst der Anfang. Wir haben die Absicht, auch verstärkt unsere Marketingmassnahmen und Kampagnen bei Salesforce einzubauen. Wir werden Schnittstellen anhängen und die Daten des Ticketsystems implementieren. Auf diese Schritte und die Weiterentwicklung freue ich mich; nicht zuletzt, weil auch ich selbst jeden Tag etwas Neues dazulernen kann.

Die Salesforce Leistungsübersicht

- Vereinfachte Administration: Ablösung Excel Listen
- Verbesserung Datenqualität: Kontaktdaten werden an einem Ort aktualisiert und stehen allen zur Verfügung
- Optimierung Sales Prozess: Leads und Verkaufsoportunitäten können jederzeit bearbeitet werden.
- Schaffung Transparenz: Die Sales Pipeline gibt Auskunft über den Erreichungsgrad der Verkaufsziele pro Spielsaison