

## SÆLGERNE HAR FÅET EN MERE ENKELT HVERDAG MED MICROSOFT DYNAMICS CRM

Efter halvanden fiasko med CRM har Brødrene Dahl succes med Microsoft CRM som platform for virksomhedens kundevendte viden. 420 sælgere hos markedslederen blandt VVS-grossister bruger systemet til at være skarpe og relevante over for den enkelte kunde. Partnerskabet med CRM-specialisten MicroPartner giver den ønskede trinvis udvikling og tilpasning af løsningen.

*"CRM er nu en guds gave til vores interne dialog og kundefokus. Det handler om at gøre det komplekse mere enkelt. Det er lykkedes for os her i tredje omgang at få et CRM-system, som sælgerne siger "wauw" til. De bidrager selv til med ønsker og ideer. Derfor udvikler CRM-systemet sig hele tiden. Det er navnlig sælgerens værktøj i hverdagen, men det er også fundamentet for samtalen mellem ledere og sælgere",* siger kommerciel direktør Morten Kilden Nikolajsen fra Brødrene Dahl.

CRM-løsningen rummer kundens historik, alle møder og kontakter, salgsudviklingen, kundetilfredsheden, kundens samlede forretningsmæssige potentiale og en kundesegmentering baseret på kundens størrelse, loyalitet og lønsomhed. CRM-systemet er også sælgerens gateway til Brødrene Dahls Business Intelligence med diverse forretningsmæssig beslutningsstøtte. Den sidste tilføjelse i CRM-systemet er fuld integration til tilbudsopfølgningen. Filosofien er at al relevant viden for sælgeren kun må være ét klik væk.

## OM BRØDRENE DAHL

Brødrene Dahl er Danmarks største VVS-grossist. Virksomheden er specialiseret i produkter og rådgivning inden for VVS, vand & afløb, værktøj, rør & ventiler samt klimaløsninger. Brødrene Dahl er kompetenceleverandør og har 52 butikker spredt over hele landet. Brødrene Dahl indgår sammen med byggemarkedskæden Optimera, rørvirksomheden Heradan og ventilationsproducenten Øland i Saint-Gobain koncernen, der er en af Europas største industrikoncerner inden for produktion og distribution af byggematerialer, glas og andre specialprodukter. Virksomheden råder over to klimacentre i Horsens og Næstved, centrallager i Randers og beskæftiger 1.100 medarbejdere.

*"Andre leverandører vil vise os alt muligt, men MicroPartner har forstået, at vi vil have en teknisk samarbejdspartner, fordi vi kender vore egen forretning bedst. De kan lytte og de kan udfordre, og derfor lytter vi også til dem."*

*"Kundetilfredshed er den afgørende nøgle til succes i vores marked. Derfor er det rimeligt at sætte CRM-løsningen i sammenhæng med vores pæne resultater i form af voksende markedsandel og høj Net Promoter Score. Men vi kan ikke isolere effekten af CRM og slynge et bestemt millionbeløb ud. Det hele hænger sammen."*

Morten Kilden Nikolajsen, Brødrene Dahl, kommerciel direktør

## CRM BIDRAGER TIL FLOTTE RESULTATER

Morten Kilden Nikolajsen sidder i koncernledelsen og har det overordnede kommercielle ansvar i Brødrene Dahl, der vurderes at være indirekte involveret i 20 pct. af distributionen af VVS-produkter til danskerne.

Samtlige sælgerne på landevejen og de 52 butikkerne refererer til ham.

14.800 kunder spænder lige fra den enkeltstående VVS-mand til større industrikunder, og varesortimentet er på over 100.000 varenumre med ca. knap halvdelen på lager i Randers.

Den kompleksitet formår markedslederen Brødrene Dahl at "pakke ind" i ét CRM-system, som bidrager til de gode resultater.

## TREDJE GANG VAR LYKKENS GANG

Morten Kilden Nikolajsen lægger ikke skjul på, at virksomheden har meget blandede erfaringer med CRM.

*"Vi har populært sagt halvanden fiasko med i bagagen på CRM-området. Vi lod os forblænde af tanken om også at bruge ERP-systemet til CRM og opnå en datamæssig integration på den måde. Men det blev for stift, for dyrt og for firkantet. Vi lærte det på den hårde måde. Først her i tredje omgang har vi forstået, at CRM-systemet ene og alene skal være skabt til sælgernes hverdag, og med valget af Microsoft og MicroPartner har vi fået fleksibilitet og udviklingsmuligheder på en åben platform",* siger den kommercielle direktør, der selv har investeret tid og tanker i at skabe den rette funktionalitet. Teknik interesserer ham nemlig ikke.

## DEN KOMMERCIELLE DIREKTØR BRUGER SELV CRM

*"Vores forretning er dynamisk. Det er umuligt at kende vores behov om seks eller tolv måneder. Derfor må vi ikke være systemmæssigt låst. Vi udvikler systemet løbende i små sprint, så vi hele tiden får den vigtigste nyhed introduceret i systemet.*

*Det er årsagen til, at CRM-systemet i dag er vores fælles sprog om kunderne. Det er her, man henter viden om kunden og selv afgiver information om kunden.*

*Jeg bruger det selv, når jeg besøger en kunde for at være godt orienteret, og jeg skriver selvfølgelig også en besøgsrapport ind bagefter, så mine kolleger ved, hvad jeg talte med kunden om",* siger han.

## FORRETNING OG IT PÅ FÆLLES KURS

Brødrene Dahl står for størstedelen af omsætningen i Saint-Gobain Distribution Danmark med en omsætning på fire milliarder. Koncernen omfatter byggekæden Optimera, ventilationsvirksomheden Øland og en Zupply-forretning. Derfor er Brødrene Dahls CRM-løsning i realiteten en leverance fra koncernens it-funktion til Brødrene Dahl. IT-manager Toke Godiksen og hans gruppe på fem it-folk står for udvikling, implementering og integration af alle systemer undtagen ERP-systemet.

*“Vi havde ikke haft den her succes uden Toke, men Brødrene Dahl havde heller ikke haft så stærk en CRM-løsning uden ledelsens aktive involvering. Forretning og it går rigtig fint i spænd her på CRM-området”,* siger Morten Kilden Nikolajsen.

## UDEN BØVL OG BULLSHIT

Det var også koncernens it-funktion, der valgte CRM-software og CRM samarbejdspartner ud fra forretningens opstillede ønsker.

*“Samarbejdet med MicroPartner er hamrende godt. Vi har nogle CRM konsulenter, hvor der ikke er noget bøvl og bullshit. De forstår vores forretning og kan i den grad “gå selv”. Det handler om gode relationer”,* siger Toke Godiksen.

*“Vi har ganske vist en lille nedskrevet aftale på fem sider. Plain and simple. Men i hverdagen så kører det hele på tillid og fælles forståelse. Vi giver en minimal briefing, og så kender folkene hos MicroPartner os så godt, at vi får noget tilbage, der som regel rammer plet. For mig er det centralt om god kemi, personlig stil og en forretningsmæssig forståelse. Derfor har MicroPartner været et godt match til os”,* siger han.

## LYTTE OG UDFORDRE

Den kommercielle direktør hos Brødrene Dahl hæfter sig ved, at MicroPartner ikke komplicerer sagerne og ikke hele tiden forsøger at sælge op.

*“Vi har det fint med, at MicroPartner er en lille aktør, for de er samlet om en klar specialisering på CRM-området. Reelt er der jo ikke mange af de store ERP-huse, som har flere CRM-folk end MicroPartner. Alt i alt handler det om, at de leverer varen!”* siger Toke Godiksen.