

# GSX Solutions

Marketing, Sales und Vertragswesen  
mit Salesforce verzahnt

---

Der Software-Händler GSX Solutions migrierte seine Prozesse und Daten von seinem bisherigen CRM-System in Salesforce, um den gesamten Verkaufsprozess von der Lead-Generierung bis zur Rechnungsstellung an einem zentralen Ort abzubilden. Salesforce wurde zur zentralen Plattform in die alle Informationen einfließen. Dies ermöglicht dem Management auf Knopfdruck Berichte über aktuelle und zukünftige Umsätze zu generieren.

GSX Solutions ist ein führender Anbieter von Fern-Monitoring und -Management Lösungen für Microsoft Exchange™, SharePoint™, Lync, BlackBerry und IBM Applikationen. Der Hauptsitz befindet sich in Genf (Schweiz), die Entwicklungsabteilung ist in Nizza (Südfrankreich) ansässig. Zudem verfügt GSX über Verkaufsstandorte in Boston (USA) und Shanghai (China). GSX hat Kunden jeder Grösse, vom kleinen lokalen Hersteller bis zum globalen Finanzdienstleister mit Mitarbeitern in aller Welt.

Antoine Leboyer, Präsident und CEO entschied das alte CRM auf Salesforce zu migrieren, da alle Abteilungen in Silos arbeiteten ohne grosse Sichtbarkeit und Interaktion. Berichte wurden manuell erstellt, was sehr viel Zeit in Anspruch nahm, um aussagekräftige Kennzahlen zu erhalten und daraus Entscheidungen über die Gruppe zu treffen. Kundendaten sollen an einem zentralen Ort gespeichert und für alle einsehbar sein, die Prozesse damit harmonisiert und effizienter gestaltet werden. Die neue Lösung sollte zudem das hohe Upselling-Potenzial besser sichtbar machen und die Verkaufsprozesse effizienter gestalten. «Unser Ziel war es, den Mitarbeitern innerhalb von nur sechs Monaten, ein System zur Verfügung zu stellen mit dem jeder arbeiten kann und in das alle Informationen aus sämtlichen Abteilungen einfließen. Alle Kundeninformationen sollen nur noch einmal vorhanden sein», so Meryll Moreau, Vice President of Marketing bei GSX.



«PARX hat uns sehr schnell verstanden und konnte all unsere Anforderungen korrekt erfassen. Die Migration der umfassenden Datenmenge von unserem alten CRM auf Salesforce stellte die bedeutendste Herausforderung dar. PARX überzeugte uns mit der grossen Erfahrung bei der Durchführung von Datenmigrationen.»

Meryll Moreau, Vice President of Marketing bei GSX Solutions

**PARX**

**Anwendungsgebiete**

- Lead und Kontakt Generierung
- Produkte
- Opportunities und Offerten
- Verträge
- Rechnungen
- Berichte und Dashboards

**PARX Dienstleistungen**

- Beratung / Business Analysation / Requirements engineering
- Technisches Design / Systemarchitektur
- Spezifikation
- Projektmanagement
- Konfiguration
- Entwicklung
- Implementierung
- Deployment
- Testing
- Superuser Training
- Enduser Training
- Support

**Eingesetzte Produkte**

- Sales Cloud
- Salesforce Chatter / Collaboration
- Conga Composer

**Applikationen im Einsatz mit Salesforce**

- HubSpot
- Zendesk
- Outlook

**Branche**

- Information- & Communication Technology

**Anzahl User**

- 21 Enterprise Edition Lizzenzen

**Links**

- [www.gsx.com](http://www.gsx.com)
- [www.parx.com](http://www.parx.com)
- [www.salesforce.com](http://www.salesforce.com)

### **Von der Excel Datenbank Liste zur integrierten segmentierten Information**

GSX setzte bisher Maximizer als CRM ein, organisierte aber alle Marketing Kampagnen in Excel und führte einige Schritte von Hand aus. «Vorher arbeitete jede Abteilung mit ihren Tools und Excel-Listen. Es gab keine zentrale Plattform in der alle Informationen ersichtlich waren. Zudem wurden sehr viele Schritte von Hand ausgeführt was zu einer hohen Fehleranfälligkeit führte», so Meryll Moreau.

Meryll Moreau kannte Salesforce von ihrer früheren Tätigkeit und wusste wie man mit der Cloud Lösung nachvollziehbare und effiziente Prozesse realisieren kann. Zudem bietet Salesforce auch die Möglichkeit Marketing-Aktionen zu integrieren und HubSpot ans CRM anzubinden. Trotzdem führte sie eine Evaluation verschiedener CRM-Lösungen durch, bei der Salesforce am Ende ausgewählt wurde. «Wir haben uns bewusst für eine Cloud-Lösung entschieden, damit alle Mitarbeiter an allen Standorten ohne Performance-Probleme auf das CRM zugreifen können. Zudem bietet Salesforce ein Lizenzmodell das für uns stimmt», begründet Meryll Moreau ihre Wahl. Da GSX selbst sehr innovationsgetrieben ist, überzeugte die hohe Innovationskraft von Salesforce und die laufenden kostenlosen Weiterentwicklungen der Plattform. Nicht zuletzt deckte aber Salesforce den Spielraum von der Lead-Generierung bis zu Management-Berichten am besten ab.

Salesforce empfahl GSX für die Implementierung und Migration PARX hinzuzuziehen. «PARX hat uns sehr schnell verstanden und konnte all unsere Anforderungen korrekt erfassen. Die Migration der umfassenden Datenmenge von unserem alten CRM auf Salesforce stellte die bedeutendste Herausforderung dar. PARX überzeugte uns mit der grossen Erfahrung bei der Durchführung von Datenmigrationen», so Meryll Moreau und führt fort: «Das Projekt verlief sehr gut, obwohl es aufgrund unseres engen Budgetrahmens nicht einfach war. Trotzdem wurden die gesetzten Ziele erreicht und der Termin eingehalten.»

### **Implementierung und Migration in wenigen Monaten**

PARX implementierte Salesforce, unterstützte bei der Prozessharmonisierung und migrierte die umfassenden Datenmengen von Maximizer auf die Cloud-Lösung innerhalb von nur sechs Monaten. Bei den Produkten handelt es sich sowohl um Software sowie um Dienstleistungen für die Rabatte kalkuliert und freigegeben werden müssen. Es wurden massgeschneiderte Funktionen für die Preiskalkulation, die Verträge und die Rechnungen entwickelt, die zuvor in Excel erstellt worden waren. Dies ermöglichte GSX mit Salesforce zu arbeiten ohne die Preisberechnung und die Vertrags- und Rechnungsprozesse ändern zu müssen. Für die Offerten und Rechnungen wurde Conga implementiert, um dem Corporate Design entsprechende Dokumente direkt aus Salesforce heraus anfertigen zu können. Diese Lösung ermöglichte es erstmals allen Mitarbeitern sämtlicher Abteilungen auf den gemeinsamen Datenpool innerhalb eines einzigen Systems zuzugreifen.

### Zweite Phase: stärkere Automatisierung und Dublettenvermeidung

Ein Jahr später, als die Prozesse von GSX bereits stark automatisiert waren, wurden in einer zweiten Phase geplante Verbesserungen durchgeführt. Die Vertragserstellung und die Rechnungsstellung wurden stärker automatisiert. Zudem wurde entschieden für die Prozesse von der Opportunity über den Vertrag bis hin zur Rechnungsstellung mehr auf Standardfunktionen von Salesforce zu setzen. Dies bedeutet einerseits eine stärkere Anpassung der Prozesse an Salesforce, andererseits gewinnt GSX dadurch bessere Weiterentwicklungsmöglichkeiten.

Ein weiteres Problemfeld stellten die Duplikate dar. Hier wurden in der zweiten Phase Workflow-Regeln eingeführt damit es nicht zu neuen Duplikaten kommt. Dies wurde nötig, da über HubSpot neue Leads automatisch angelegt werden, welche durchaus schon im System vorhanden sein können. Zudem fand eine umfassende Datenbereinigung statt.



«Die Vernetzung vom Verkauf mit der Rechnungsstellung und dem Vertragswesen hat die Produktivität erheblich gesteigert. Zudem sind die Prozesse nachvollziehbar und Fehler können vermieden werden.»

Meryll Moreau,  
Vice President of Marketing bei GSX Solutions

### Vom Sales Instrument zum Management Tool

Salesforce ist nun die zentrale Lösung in die alle Informationen einfließen und die GSX eine umfassende Sicht auf die Kundendaten ermöglicht. «Die Vernetzung vom Verkauf mit der Rechnungsstellung und dem Vertragswesen hat die Produktivität erheblich gesteigert. Zudem sind die Prozesse nachvollziehbar und Fehler können vermieden werden», schwärmt Meryll Moreau und führt fort: «Der gesamte Zyklus von der Lead-Generierung, zur Qualifizierung über die Opportunity, dem Vertrag und den Support-Erneuerungszyklen wird abgebildet und liefert sehr gute Resultate.»

Das Management erhält eine bessere Sicht auf offene Verkaufschancen in der Pipeline. Wiederkehrende Geschäfte und zukünftige Umsätze können einfach dargestellt werden, was die Planung enorm erleichtert. Auch die Berichterstattung von Umsätzen wurde verbessert. Neu können per Knopfdruck Berichte über die Umsätze, die Sales-Pipeline, noch offene Rechnungen, fällige Verträge und vieles mehr erstellt werden. «Es ist ersichtlich welches Produkt wie viel zum Umsatz beisteuert. Zudem kann geprüft werden, wie gut welcher Verkäufer seine Ziele erreicht und wie viel Marketing dazu beiträgt Leads zu generieren», so Meryll Moreau und führt fort: «Wir haben nun eine Lösung die zu 100% dem entspricht was wir brauchen.