

Medialösning hjälper små företag hitta nya kunder

Tack vare en lösning som bygger på Oracle E-Business Suite Special Edition kunde mediabyrån Media Operator förverkliga sin affärsidé, att hjälpa mindre och medelstora företag hitta nya kunder, genom att välja rätt sökmedier.



— Vi ger våra kunder en helhetslösning vars syfte är att optimera deras medverkan i sökmedier, minimera antalet säljkontakter och effektivera administrationen, säger Fredrik Berglund, VD för Ryce AB och Media Operator.



Media Operators säljare samlar in nödvändiga uppgifterna genom att intervjua företaget. Därefter tar en så kallad media-planerare över kunden. Denne värderar informationen om företaget mot det analysmaterial som Media Operator har tillgång till. Framför allt används en medialösning anpassad för Media Operators behov i CRM-modulen Oracle Sales.

Det finns en stor mängd tryckta och digitala sökmedier som används av konsumenter och företag som vill få information om produkter och tjänster. I dag är användningen av sökmedier stor jämfört med exempelvis för tio år sedan. Några exempel på etablerade sökmedier är Gula Sidorna, MSN, Google, Din Del, Hitta.se, Lokaldelen och nummerupplysningen.

Allt tyder på att användningen av sökmedier kommer fortsätta öka under kommande år i betydligt större utsträckning än tidigare. Under 2004 omsatte sökmedier i Sverige 3–3,5 miljarder kronor. Olika kataloger står i dag för cirka 2,5 miljarder kronor av sökmediainvesteringarna och kommer troligen minska över tiden. Totalt finns det cirka 1 500 tryckta kataloger i Sverige som utkommer en gång om året. Internetsidan är betydligt mindre, men den ökar snabbt. Marknaden för söktjänster för mobila enheter



Foto: Olof Holdar

är mycket liten i dag, men kommer också att expandera inom de närmaste åren.

Nätet och mobila enheter ökar

– Det är fortfarande främst på den pappersbaserade katalogdelen som mediainvesteringarna ligger. Men sökningar på nätet ökar kraftigt och tar andelar av katalogerna. Den riktigt stora sökmarknaden i framtiden kommer troligen att ligga på mobila enheter. När 3G-telefonin har etablerats ordentligt kommer det ske en explosionsartad utveckling där på detta område, säger Aage Reerslev, styrelseordförande i Ryce AB och Media Operator AB.

Utvecklingen gör att det krävs en allt större kompetens hos dem som är köpare av sökmedier. Till skillnad från traditionella medier som annonsering i tidningar, radio och TV används sökmedier när en kund aktivt och medvetet sö-

ker en viss produkt eller tjänst.

Dessa insikter låg bakom beslutet att grunda Ryce AB år 2002. Det fattades av företagets VD Fredrik Berglund. Affärsidén är att vara en mediabyrå inom sökmedier. Förebilden är bland annat ett antal aktörer på mediemarknaden i USA.

– Vi ger våra kunder en helhetslösning vars syfte är att optimera deras medverkan i sökmedier, minimera antalet säljkontakter och effektivisera administrationen, säger Fredrik Berglund.

Analyserar mediamedverkan

Detta sker genom att Ryce analyserar företagets befintliga medverkan inom sökmedier, definierar förbättringsmöjligheter och problem, och tar fram en optimal medialösning. Ryce genomför förhandling och köp och tar alla löpande säljkontakter. I dess uppgifter ingår också att hantera

all administration, som bekräftelser, korrektur, fakturor och reklamationer. Ryce bevakar också marknaden löpande.

Basen i Ryce tjänst är en kontinuerlig kartläggning av det svenska sökmediet. Det innebär att företaget känner till vilka medier och produkter som används, hur ofta de används, geografiska skillnader och liknande. Dess kunder är främst rikstäckande organisationer som stora företag, banker och myndigheter.

Onlinebaserad hantering av mediainvesteringar

Företagets systerbolag Media Operator Sweden AB, vars verksamhet startade i oktober 2005, arbetar med samma sak, men konceptet är förpackat för att passa små och medelstora företag som inte är rikstäckande. Media Operator erbjuder en online-baserad hantering av an-

nonsörernas investeringar i sökmedier. Antalet anställda på Ryce och Media Operator är 24, av vilka tio arbetar på det senare företaget.

– En förutsättning för att lyckas med den nya verksamheten i Media Operator var att vi måste kunna utföra arbetet mycket effektivt, säger Aage Reerslev. Vi behövde ett bra IT-stöd, dels för att kunna sälja tjänsten, dels för att kunna producera en mediaplan till kunden.

Variant av Oracle Sales

Lösningen bygger på Oracle E-Business Suite Special Edition som är riktad mot små och medelstora företag. Framför allt används CRM-modulen Oracle Sales. I denna har konsultföretaget Alterview Solutions AB utvecklat en medialösning som passar för Media Operators behov. Alterview fick uppdraget att anpassa lösningen och genomförde det på endast åtta veckor. Konsultbolaget sköter också all drift, backup och allt underhåll åt Media Operator.

– Vi använder Sales för att sköta försäljning, prospekthantering och kundvård, fortsätter Aage Reerslev. Det är mycket positivt att Oracle har skalat ned sitt affärssystem E-Business Suite, så att det kan användas av mindre företag.

I dag söker Media Operator upp sina kunder främst genom att ringa upp företag inom alla branscher.

– Ett problem för småföretag är att de är ganska nedringda av just den typen av medier som vi arbetar med. De är trötta på dem och blir störda. Denna barriär måste vi ta oss igenom. Sedan kan vi bland annat hjälpa dem att bli av med detta problem.

Systemet det administrativa

När Media Operator fått uppdraget skapar systemet en fullmakt, en orderbekräftelse och uppgifter om avtalsvillkoren som skickas till kunden med e-post eller, när så krävs, med vanlig post. Media Operators säljare samlar in de nödvändiga uppgifterna genom att intervjua företaget om dess verksamhet, var dess kunder finns, huruvida företaget expanderar och i sådana fall hur snabbt, om kunderna är Internetmogna, hur mycket pengar de lägger ned på den här typen av medier och i vilka kataloger företaget har varit med i dittills. Insamlingspasset brukar ta mellan 20 minuter och en timme. Informationen skrivs sedan in i Oracle-programmet.

Därefter tar en så kallad mediaplanerare över kunden. Denne värderar informationen om företaget mot det analysmaterial som Media Operator har tillgång till.

– Om företaget till exempel är en bilverkstad i Sollefteå finns det gott om analysmaterial för att ta fram en specialanpassad mediaplan. Det viktiga är att planeraren kreerar en bra mediastrategi som har lite spets.

Planen kan baseras på allt från 20 till 80 artiklar. En artikel är ett köp av ett införande i en katalog eller på en Internetlänk. Planeraren använ-



Foto: Olof Haldar

— En förutsättning för att lyckas med den nya verksamheten i Media Operator var att vi måste kunna utföra arbetet mycket effektivt. Vi behövde ett bra IT-stöd, dels för att kunna sälja tjänsten, dels för att kunna producera en mediaplan till kunden, säger Aage Reerslev, styrelseordförande i Ryce AB och Media Operator AB.

der den webbaserade mediafunktionen i Sales för att göra avtal och lägga upp bokningar.

Kunden kan godkänna och ändra via nätet

När mediabokningen är klar och har uppnått en viss status går det automatiskt i väg ett e-postmeddelande till kunden. Genom att använda de bifogade inloggningsuppgifterna kan kunden gå in på en särskild webbplats och se sina kunduppgifter och sin mediabokning. Kunden har möjlighet att redigera i dem före sitt godkännande.

– Vid behov kan vi skriva ut mediaplanen i PDF-format och skicka till kunden med vanlig post.

När kunden har godkänt gör Media Operators mediaplanerare en kontroll av bokningen. Därefter går beställningarna ut till leverantörerna. Det är ett helt automatiserat flöde, vilket Media Operator spar mycket tid på.

– Det går även i väg en kopia på vår fullmakt till dem. En sådan skickar vi också till alla leverantörer som tidigare varit i kontakt med kunden, men som nu inte fått någon beställning. Det innebär att de kan ringa till oss i stället för att störa kunden om de har några frågor.

Ska "skjuta in" beställningarna i leverantörernas system

– Att vi kan skjuta in färdiga beställningar i leverantörernas system i framtiden och därmed kapa kostnader innebär att de slipper säljandet, felhanteringar och den tunga grunddatahanteringen, fortsätter Aage Reerslev.

Hela processen med att hantera en kund, samla in informationen och göra mediaplanen, tar några timmar. Kunden får betala en fast årsavgift på 7 100 kronor för tjänsten. Efter ett år måste planen ändras. För varje gång tenderar planen att bli bättre på grund av de uppkomna erfarenheterna under det senaste årets försäljning. I dag har Media Operator cirka 150 kunder, men det strömmar in nya hela tiden.

– Systemet är nyckeln till att vi har kunnat slimma vårt affärskoncept och använda det mot mindre och medelstora företag. Vi har stora planer på att växa vidare med Media Operator. Det innebär att vi blir effektivare gentemot kunderna och att vi i framtiden kan göra ett ännu bättre jobb åt dem för ett lägre pris, säger Aage Reerslev.

Måns Widman

PROJECT

MEGA GRID

MegaGrid

Ny standard för Gridteknik?

MegaGrid är inte en "megalösning" i meningen "stor hårdvara". Tvärtom handlar det om hur man bygger sin Oracle infrastruktur med billig hårdvara baserat på industristandard.

Dell, Oracle, EMC och Intel startade projektet MegaGrid för att utveckla ett standardbaserat sätt att bygga Gridinfrastruktur som överträffar de traditionella, stora, feltoleranta hårdvarulösningarna till en bråkdel av kostnaden. Resultatet av projektet visades för första gången i form av konkreta produkter på Oracle Open World, i San Francisco i december 2004.

Nu kan din organisation få kontroll över tillgänglighet och säkerhet, utan att drabbas av höga kostnader för systemen eller underutnyttjad hårdvara. Du kan hantera IT-utnyttjande, säkerhet samt effektivare utnyttja dina resurser, utan att dra på dig höga administrationskostnader. Istället kan du lösgöra tid från företagets förmodligen hårt belastade personal.

Genom billig teknik, baserad på industristandard, får du de stora systemens fördelar, utan att behöva ta risken att köpa en lösning som inte är beprövad, kvalitetssäkrad eller leverantörssäker.

För mer information kontakta Arne Olsson på Dell, 08-590 055 92.

Du kan snabbt dra nytta av Grid-teknologin genom följande tre steg:

- standardisera på kostnadseffektiva servrar, lagringsnätverk och Intelprocessorer.
- konsolidera databaser, applikationer, servrar och lagringsutrymme.
- automatisera administration av databaser, servrar och lagringssystem.

Inom ramen för MegaGrid-projektet finns metoder och best practices för:

- design och implementering
- övervakning, analys och optimering av prestanda
- hur man skalar upp systemen vid behov
- hur man administrerar systemen på bästa sätt

Ta reda på mer om MegaGrid på någon av följande webbplatser:

www.oracle.com/megagrid
www.dell.com/megagrid
www.emc.com/megagrid
www.intel.com/megagrid

SPONSORED BY:

ORACLE

DELL™

EMC²
where information lives

intel®

Easy to deploy. Easy to manage. Easy as

DELL

Dell AB, Box 709, 194 27 Upplands Väsby. Ring 08-590 051 00 | www.dell.se

Dell är ett registrerat varumärke som innehas av Dell Inc. Övriga varumärken och varunamn tillhör respektive rättighets-havare och Dell fransäger sig alla anspråk på ägarskap till dessa varumärken eller varunamn.