

Groupe Baumüller : Les sociétés modernes ont besoin d'outils modernes et numériques

02 août 2021

Le groupe Baumüller, situé à Nuremberg, en Allemagne, est l'un des principaux fabricants de systèmes d'entraînement électrique et d'automatisation. L'entreprise familiale, fondée en 1930, compte actuellement environ 2 000 employés répartis sur plus de 40 sites dans le monde, qui se consacrent au développement de solutions de systèmes intelligents pour l'ingénierie mécanique et la mobilité électrique. L'entreprise dispose de sites de production en Allemagne, en Slovénie, en République tchèque et en Chine.

Dans cette interview, nous avons parlé avec Leonhard Kemnitzer, responsable du marketing chez Baumüller, de la numérisation, de l'importance des salons professionnels et de la mise en œuvre réussie de snapADDY dans l'entreprise. Kemnitzer a une longue expérience du marché B2B et CRM et a travaillé auparavant pour le groupe Berner et Xeomed GmbH, entre autres.



Stand de la société Baumüller

Le traitement de leads chez Baumüller

Au cours des dernières années, Baumüller a travaillé intensivement à la numérisation de ses processus commerciaux et de marketing, ce qui lui a permis de se positionner de manière optimale pour l'avenir. Les pierres angulaires de la génération de leads de l'entreprise sont le centre de contenu Baumüller Insights, le stand virtuel du salon Baumüller Motion Arena, les stratégies de médias sociaux et la participation aux salons et événements, qu'ils soient numériques, hybrides ou en personne. Tous les canaux sont entièrement connectés au logiciel d'automatisation du marketing Pardot.

« L'un des premiers problèmes de traitement dans mon service a été l'optimisation de la capture des leads lors des salons professionnels. Le fait de devoir continuer à traiter les feuilles de papier classiques prenait trop de temps et demandait trop d'efforts à l'entreprise », explique Leonhard Kemnitzer avant de mettre en œuvre snapADDY.

Au cours du processus de sélection, snapADDY a été considéré comme l'un des fournisseurs possibles.

« Nous avons pu tester le logiciel de manière indépendante et avons bénéficié du soutien amical de l'équipe d'assistance, ce qui a été très utile pour le processus de sélection et de mise en œuvre. L'excellente reconnaissance des données de contact nationales et internationales (numérisation des cartes de visite) et la possibilité de travailler hors ligne nous ont définitivement convaincus. »



Leonhard Kemnitzer, Responsable du marketing chez Baumüller

Capture numérique de prospects au SPS 2018

Le nouvel outil a été utilisé pour la première fois lors du salon SPS 2018 (Smart Production Solutions) à Nuremberg. Les employés de l'entreprise ont utilisé l'application sur leurs smartphones avec d'autres dispositifs terminaux, tels que des tablettes et des claviers, pour faciliter la saisie des rapports. Avant le salon, certains des employés avaient encore des doutes sur le fonctionnement du logiciel, mais après le premier jour du salon, leurs doutes ont disparu. La facilité d'utilisation et la convivialité ont été les clés pour les convaincre. Il n'était plus nécessaire de taper des croquis ou des calculs manuscrits supplémentaires, mais simplement de les prendre en photo. Comme les notes sont directement transférées dans le rapport PDF, elles sont immédiatement disponibles pour un traitement ultérieur.

L'investissement dans les produits snapADDY en vaut-il la peine ?

La réponse est clairement "oui", pour les raisons suivantes :

- Rapidité : en étant capable de suivre plus rapidement les demandes et les rendez-vous, il a été possible d'améliorer le service.
- L'élimination du travail manuel : avant la mise en œuvre de [snapADDY VisitReport](#), il était nécessaire de retraiter et de numériser manuellement des centaines de fiches de leads après chaque salon professionnel. Le nouveau processus est beaucoup plus facile et plus efficace.
- Un service de point de vente moderne et numérique : Les employés ont eu l'occasion d'utiliser l'application et de mettre en œuvre la meilleure façon de capturer des leads sur le stand. De nombreux visiteurs du salon ont réagi positivement au fait que l'entreprise travaillait avec des outils numériques modernes.

Comment les salons professionnels en personne vont-ils évoluer après le Covid-19 ?

Comme d'autres entreprises, le groupe Baumüller a fait ses premières expériences avec les salons numériques, les webinaires et les stands virtuels en 2020. Malgré leur bon développement, les salons entièrement virtuels ne peuvent pas remplacer complètement les événements en personne, car le contact personnel avec les clients est un élément clé, en particulier dans le domaine de la construction mécanique et, dans ce cas, pour Baumüller.

Nombreux sont ceux qui, au sein de l'entreprise, se réjouissent donc de la reprise des activités sur les salons à l'automne et de la possibilité de participer aux principaux salons de l'année à venir. Quoi qu'il en soit, les webinaires, les événements numériques, le stand d'exposition virtuel et la Baumüller Motion Arena continueront à apporter un soutien permanent aux salons sur place.

Nouvelle stratégie de coopération entre Baumüller et snapADDY

Depuis un certain temps, Baumüller s'appuie sur le CRM Salesforce basé sur le cloud et sur l'intégration complète du logiciel d'automatisation du marketing Pardot. Compte tenu des changements introduits, les interfaces utilisateur de Salesforce sont d'une grande importance pour soutenir la collaboration entre les équipes.

« Tout ce qui a été fait avec snapADDY s'est très bien passé jusqu'à présent. De la transformation numérique des feuilles de papier analogiques à la connexion au CRM », déclare Leonhard Kemnitzer.

Grâce à un contact efficace avec les clients, ces projets et ceux à venir continueront à être mis en œuvre rapidement et avec succès. snapADDY se réjouit de pouvoir compter sur de nombreuses années supplémentaires de coopération fructueuse avec l'entreprise.