Vier gewinnen: cobra CRM Award 2013

Die Gewinnerprojekte Gold für All inclusive-Lösung

(ddp direct) Konstanz, 26. September 2013. Gold, Silber und zweimal Bronze ? das ist das Ergebnis des diesjährigen cobra CRM Awards. Unter zahlreichen Bewerbungen entschied sich die Jury für vier Projekte, die durch cleveres Prozessmanagement und hohen Kundennutzen auffielen. Sieger ist die medialine enterprise IT solutions GmbH mit Sitz in Wiesbaden, die bei einem auf Businesskunden spezialisierten Reisebüro mehrere Systeme zu einem homogenen Ganzen zusammenführte und durch findige Zusatzprogrammierungen den Workflow deutlich verbesserte.

Am vergangenen Freitag wurden die Gewinner beim cobra Partnertag im Konstanzer Inselhotel gekürt. Die Jury unter Vorsitz des Effizienz-Experten Walter Zimmermann lobte die Projekte, die vielfältig, breit aufgestellt und ideenreich seien. ?Dieses Jahr ist die Leistungsdichte außerordentlich beeindruckend. Die cobra-Partner überzeugen durch ihre starken Leistungen im Hinblick auf die Komplexität der Aufgabenstellung und deren kreative Bewältigung mit den Mitteln der cobra Software?, resümiert Zimmermann.

Ein wichtiges Bewertungsmerkmal ist der Nutzen für den Kunden. Das Gewinnerprojekt stattete das Siegburger Reisebüro Papendick mit einem CRM-System aus, welches das komplette Beschwerde- und Vertragsmanagement neben Umsatzlisten und Provisionssystem abbildet. Controlling- und Statistikfunktionen sowie die Anbindungen an ein DMS-System und SAP sorgten außerdem dafür, dass am Schluss alle Mitarbeiter mit cobra als Front-End-Lösung deutlich effizienter arbeiteten, da alle Funktionen und Systeme in einer Software integriert werden konnten.

Der zweite Preis ging an Uwe Brettner von der IT² Consulting Solution Services GmbH für ein Projekt bei einem Hersteller von Lasertonerkartuschen. Mithilfe exklusiver Funktionen der cobra CRM PRO Software konnte das Unternehmen mit einem einzigen System für die Bereiche Vertrieb, Einkauf, Produktion und Preiskalkulation ausgestattet und die gesamte Kommunikation deutlich verbessert werden.

Bronze erhielten zwei spannende Projekte, eines aus dem Immobilien- und eines aus dem Franchisebereich. cobra-Partner Fluctus IT konnte in der Immobilienwirtschaft mit dem Einsatz von cobra CRM PRO eine Branchensoftware ablösen und das in Staufen angesiedelte Unternehmen ISHA beeindruckte die Jury mit einem Projekt, das die Umstrukturierung der Software für PLANA Küchenland-Partner entscheidend geprägt hat.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
http://shortpr.com/asbvz5

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
http://www.themenportal.de/it-hightech/vier-gewinnen-cobra-crm-award-2013-38808

=== Die Gewinner des cobra CRM Awards 2013 (Bild) ===

vlnr: Andreas Peters, Geschäftsführer Fluctus IT GmbH, Platz 3; Tobias Hoffmann, Director Business Unit ECM/CRM medialine enterprise IT solutions GmbH, Platz 1; Uwe Brettner, Geschäftsführer IT² Consulting Solutions Services GmbH, Platz 2; Bernd Wiese, Inhaber ISHA Daten mit Struktur, Platz 3.

Shortlink:
http://shortpr.com/n1hitd

Permanentlink:
http://www.themenportal.de/bilder/die-gewinner-des-cobra-crm-awards-2013

Pressekontakt

cobra GmbH

Frau Katrin Gutberlet
Weberinnenstraße 7
78467 Konstanz

Katrin.Gutberlet@cobra.de

Firmenkontakt

cobra GmbH

Frau Katrin Gutberlet
Weberinnenstraße 7
78467 Konstanz

cobra.de
Katrin.Gutberlet@cobra.de

Das Konstanzer Softwarehaus cobra ist einer der führenden Anbieter von Lösungen für das Kunden- und Kontaktmanagement und ausschließlich in diesem Segment tätig. Als Pionier in diesem Bereich entwickelt und vertreibt cobra seit 25 Jahren erfolgreich innovative CRM-Lösungen für kleine, mittelständische und große Unternehmen. Das cobra-Team berücksichtigt dabei alle Aspekte für eine umfassende, übersichtliche und flexible Kundenbetreuung. Intuitive Bedienung und schnelle Effizienzsteigerung sorgen für eine hohe Akzeptanz bei den Anwendern.
Mit 150 Vertriebspartnern in Deutschland, Österreich und der Schweiz berät cobra Firmen in allen Belangen rund um das Thema CRM. Die Software-Lösungen unterstützen bei der Optimierung der Kernprozesse in Vertrieb, Marketing und Service durch die transparente Abbildung von Vertriebschancen oder die Analyse aktueller Kundendaten für Management-Entscheidungen.

Anlage: Bild