



## B2B: Solgte IT-løsninger på P4

**SAP, et av verdens største programvarehus, viste gjennom sin kampanje på P4 at radioreklame egner seg godt også til business to business-markedsføring.**

**Små og mellomstore bedrifter:**  
Høsten 2003 gjennomførte det tyske programvareselskapet SAP en testkampanje i Norge, Sverige, Danmark og Finland. Disse landene ble brukt som et testmarked for radio som reklamemedium. Kampanjen var for produktet **SAP® Business One** og hadde *ledere i små og mellomstore bedrifter* som målgruppe.

Kampanjens intensjon var å bygge økt kunnskap om produktets fordeler, samt å få målgruppen til å ta kontakt med SAP for å få produktet demonstrert. Dette viste seg meget vellykket og SAP mottok ca. 500 henvendelser fra interesserte kunder.

- Målsettingen vår ble mer enn innfridd: 14 dager med reklame på P4 ga enorm respons, sier salgssjef Jan-Petter Ødegaard i SAP. Vi hadde ikke forventet at kampanjen skulle være så effektiv, sier Ødegaard.

- Nå ønsker vi å bruke radio for å forsterke imaget til produktet ytterligere. Etter at radio beviselig egner seg meget godt også for business to business-markedsføring, er det naturlig å bygge videre på denne suksessen, sier Ødegaard.

TNS Gallup gjennomførte i tillegg en måling av SAPs kampanje på P4. Målingen bekreftet at SAP traff målgruppen godt: Kampanjen hadde høy oppmerksomhet og budskapsforståelse.

I tillegg viste undersøkelsen at kjennskapen til merkenavnet SAP var over dobbelt så høy blant de som hadde hørt kampanjen på P4 ift. de som ikke hadde hørt den.



### **:kommentar**

- 173.000 bedriftsledere (topp- og mellomledere) hører på P4 *hver dag*
- Dagens Næringsliv og Finansavisen har til sammenligning hhv. 110.000 og 43.000 daglige lesere i denne gruppen blant ledere

### Visste du at:

... 59 % (628.000) av alle som jobber med innkjøp lytter ukentlig til P4

... 66 % (61.000) av alle som jobber med telekommunikasjon/IT lytter ukentlig til P4

SAP frelser småfolket

## Suksess på P4

IT-avisen Business nr. 2 2004

**SAP-navnet oser tysk grundighet og store systemer. Det er tungt, når SAP nå skal frelse småbedriftene. Lykken er derfor stor over at radioreklame på P4 har gått rett hjem hos nye kunder.**

SAP har en stor imageutfordring ved sitt nye produkt SAP Business One. Det tyske selskapet utfordrer aktører som Navision og Visma med et SAP-tilbud til under 10.000 kroner. Målgruppen er bedrifter med 5-150 ansatte. Løsningen gir klassisk økonomi/regnskaps-funksjonalitet, men også crm-muligheter mindre konkurrenter ikke kan tilby.

SAP forbindes med dyre gigantsystemer for storbedriftene. Nå må imaget endres totalt mot småbedriftene. SAP Business One skal selges inn som et omfangsrikt, men enkelt og billig system. Lykken er derfor stor over at radioreklame hos P4 har klart å nå fram til folk. 14 dager på lufta ga enorm respons.

### Suksess på radio

Fra radioreklamen i november og frem til nyttår har SAP fått omlag 500 henvendelser om demo-cd på sitt nettsted. Det har resultert i over ti salg. Totalt er omlag 20 SAP Business One-løsninger satt i drift i Norge. Selskapet har fått 25 kunder.

- Bjørn Fosli har spist en del hatter siden dengang. Ingen hadde slik tro på det, inklusive meg selv, sier Jan-Petter Ødegaard, salgssjef SAP Business One.

Våren skal brukes til nye reklame-fremstøt, og image-utfordringen er et sentralt tema. Selskapet ønsker å verve småbedriftene for både å øke omsetningen i et nytt marked og sikre seg kunder som kan få oppskaleringsbehov.

- Vi ønsker å avlive en del myter om SAP.

### Ikke direkte skalerbart

SAP Business One er basert på israelsk programvare det tyske selskapet kjøpte for noen år siden. SAP har gått gjennom hele løsningen og »SAP-ifisert» alle grensesnitt. SAP Business One er nå en begynnerversjon til de store systemene, med full interaktivitet og konverterings-tilpasning.

- Systemet er ikke direkte skalerbart opp til »voksne» SAP-versjoner, noe for eksempel Oracle lover ut med sitt nye SMB-produkt, men konverteringen skal være enkel, sier Ødegaard.

Ett av håpene er at SAP Business One vil bli et foretrukket valg for datterselskaper og underleverandører som handler med klassiske SAP-kunder.

- Det er del av konseptet å få inn datterselskaper og underskogen av leverandører, og det er full integrasjon mellom små og større SAP-systemer, sier Ødegaard.

SAP jobber nå med oppbyggingen av et landsdekkende partnernet.

### SAP Business One

Løsning tiltenkt bedrifter med mellom 10 og et par hundre ansatte. Løsningen skal dekke all kjernevirksomhet for en liten bedrift, med blant annet regnskapsføring og banktransaksjoner, håndtering av kunderelasjoner og leverandører, innkjøp og salg, rapportering og analyse. SAP Business One kan ikke skales til mySAP All-in-One-løsninger, men står en såkalt åpen migreringsvei.

**Artikkelen kommer fra ITavisen Business nr 2 2004**