

## BASF synchronisiert 1000 iPads mit nur einem Klick

### Über BASF

BASF ist der größte Chemieproduzent der Welt. Das Unternehmen hat Kunden in mehr als 200 Ländern und beschäftigt 113.000 Mitarbeiter weltweit. Seine landwirtschaftlichen Lösungen sind dabei marktführend im Bereich Pflanzenschutz zur Eindämmung von Unkraut-, Pilz- und Insektenbefall.

### Herausforderungen

Vor der Einführung von Showpad nutzte das BASF Vertriebsteam unterschiedliche Printmedien bei seinen Kundenbesuchen. Diese Broschüren, Datenblätter usw. wurden zwar jährlich aktualisiert, waren aber schon oft veraltet, bevor sie wieder neu aufgelegt wurden. Außerdem war die Erstellung solcher Printmedien sehr zeitintensiv und kostspielig.

BASF suchte daher nach einem besseren Verfahren, um Produktinformationen effizient nach außen zu kommunizieren. Die folgenden Bereiche sollten dabei adressiert werden:

#### #1 ZENTRALE VERWALTUNG UND VERTEILUNG VON INHALTEN

Das BASF-Vertriebsteam verwendete viele unterschiedliche Marketinginhalte und auch kundenspezifische Web-Anwendungen. Nun aber sollte der Vertrieb überall auf die Inhalte zugreifen können, bei zentraler Verwaltung und Verteilung.

#### #2 EINHALTUNG BEHÖRDLICHER AUFLAGEN

Der Verkauf von Chemikalien in der Landwirtschaft ist stark reguliert. BASF musste sicherstellen, dass alle Informationen stets korrekt und aktuell sind. Updates mußten daher schnellstmöglich verteilt werden, damit Vertriebsmitarbeiter die Compliance-Richtlinien einhalten können.



#### Über BASF

- **HQ** Ludwigshafen, DE
- **Gegründet** 1865
- **Industrie** Chemie
- **Mitarbeiter** 113.000 +



### #3 NACHVERFOLGEN, WELCHE INHALTE GENUTZT WERDEN

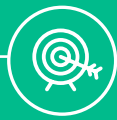
Um die Marketingarbeit zu optimieren, wollte das BASF-Team wissen, welcher Content tatsächlich erfolgreich im Kundengespräch eingesetzt wird. Dazu wurde eine Lösung benötigt, die Content-Aufrufe durch Vertrieb und Kunden messbar macht.

### #4 EINE LEICHT ANWENDBARE IPAD APP

Viele Vertriebsmitarbeiter hatten nie zuvor ein iPad benutzt. Um sicherzustellen, dass sie dieses neue Tool schnell annehmen, musste die Bedienung daher einfach und intuitiv sein.

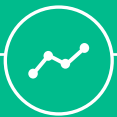


## ZIELE



- Einfache Möglichkeit für das Marketing die neuesten Inhalte zu kommunizieren
- Einführung einer einfachen Lösung für Vertriebsmitarbeiter zum schnelleren Zugriff auf Inhalte
- Fokussiertere Verkaufspräsentationen

## RESULTATE



- Eine Lösung mit allem, was Vertriebsmitarbeiter brauchen, um bessere Resultate zu erzielen
- Eine Lösung zum Hochladen und Organisieren von Content
- Ein dynamischer Ansatz zur Präsentation umfassender Inhalte unter Einbeziehung der Kunden
- Ermöglicht Vertrieblern die richtige Lösung innerhalb von Sekunden zu finden

## Ergebnisse

Nach einem erfolgreichen Pilot Programm mit dem Crop Protection Team, wurde Showpad für das gesamte kanadische Marketing, die technische Entwicklung und den Vertrieb eingeführt.

Alle relevanten Verkaufs- und Produktinhalte wurden auf der Showpad Plattform konsolidiert und organisiert.

- Für die Vertriebsteams Kanada West und Ost wurden separate Showpad Bereiche erstellt. Hierbei wurde nicht nur die lokalen Sprachunterschiede (englisch, französisch) berücksichtigt, sondern auch verschiedene Designs und Inhalte verwendet.
- Anwender bekamen Zugriff auf für sie zugeschnittene Inhalte für ihre Verkaufspräsentationen.
- Die Digitalagentur von BASF erstellte mehrere Web-Anwendungen, die nun über Showpad abgerufen werden können.
- BASF stellt über Showpad sicher, dass keine proprietären oder vertraulichen Dokumente verteilt oder editiert werden können.

