

DocuBizz:

En lige linje fra lead til faktura med Zoho One





Om DocuBizz

Med en historie, der går helt tilbage til 1968, er DocuBizz en erfaren spiller i softwarebranchen. I dag er virksomheden ejet af Vitec-gruppen og specialiseret i automatisk fakturabehandling og ERP-integrationer til autobranschen — både i og uden for Europa. Ifølge COO, Claus Carstensen, er DocuBizz's vision lige så enkel, som den er unik: at levere intelligent dokumenthåndtering, så kunderne kan fokusere på deres kerneopgaver.

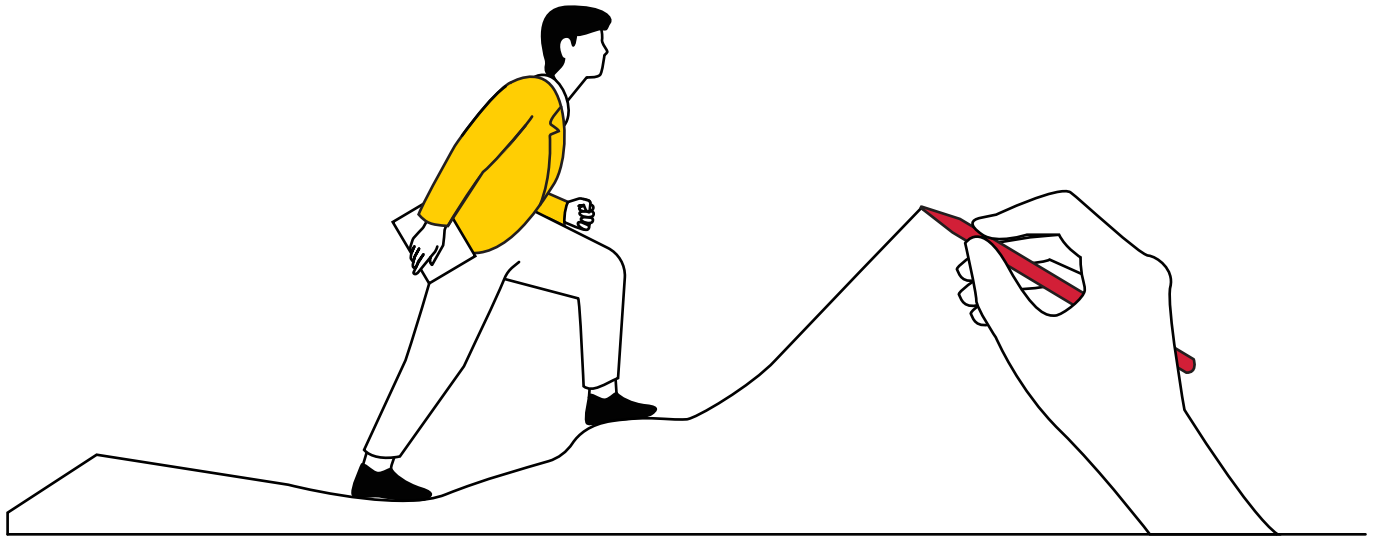
“

Vi ser ofte, at andre leverandører har en anden tilgang. De sætter det basale op, men hvis kundens krav afviger fra standardløsningen, må kunden selv finde en måde at matche felter og værdier på. Der har vi sagt: 'Det skal I ikke rode med, det roder vi med for jer. I kan bare skrive til vores support, så skal vi nok tage os af det.'

Denne tilgang til effektivisering og proaktivitet for kunderne er også et centralt fokus internt i virksomheden. Under Claus' ledelse er DocuBizz gået fra en fragmenteret, manuel administration til en strømlinet, automatiseret drift ved hjælp af Zoho.

Udfordringer

Vækst vs. manuelle processer



Da Claus tiltrådte som COO, var det med et ønske om, at virksomheden skulle indføre et CRM-system. Baggrunden var en række udfordringer i især salgsprocessen og håndteringen af virksomhedens ca. 800 kunder.

Kundedata og aftaler blev håndteret manuelt på tværs af e-mailindbakker, Excel-ark og Word-dokumenter. Det skabte et fragmenteret setup uden overblik og uden en fælles sandhed om kunder og aftaler.

- Manglende overblik over aftaler og fakturering
- Risiko for fejl og manglende opfølgning
- Intern usikkerhed om ansvar og proces

"Tidligere kunne en aftale risikere at cykle rundt i alle afdelinger, hvor man ikke vidste hvem der gjorde hvad — eller om der overhovedet skulle gøres noget," fortæller Claus. "Af og til havde kunden fået adgang til en programmør eller en support-medarbejder uden at have rundet salgsafdelingen. Det gav meget støj." Samtidig gav en grundig gennemgang af eksisterende kunder og projekter anledning til bekymring: "Da jeg gik det hele igennem, opdagede jeg, at der var mange kunder, som ikke var blevet faktureret overhovedet i flere år."

Det blev tydeligt, at den vækstende virksomhed havde meget at vinde ved at omlægge og understøtte de interne kundehåndteringsprocesser med teknologi.

Valget af Zoho

Konkurrencedygtig pris og hurtig implementering

Claus har mere end 10 års erfaring med Zoho og varetager som COO i en kompakt virksomhed en bred rolle på tværs af salg, marketing, business development, administration og GDPR. Derfor var valget af CRM-system relativt enkelt:

“

"Fordi jeg har arbejdet med Zoho så mange gange før, vidste jeg, at når først man får Zoho CRM, så vil man typisk også tilføje nogle andre ting ret hurtigt. Så er man derhenne, hvor det prismæssigt kan svare sig at vælge Zoho One-pakken. Så det gjorde jeg fra starten."

Udover en konkurrencedygtig pris fremhæver Claus muligheden for hurtig implementering. "Folk forventer, at det kan tage flere måneder. Jeg siger typisk, at jeg skal bruge to uger," fortæller han. For DocuBizz begyndte arbejdet med at sætte Accounts og Contacts op i Zoho CRM. "Det gik ret nemt — jeg tror faktisk, at jeg var færdig på en uge. Og så startede vi fra scratch."

Da ERP-systemet håndteres af Vitec-gruppen, kunne DocuBizz undgå at migrere gamle aftaler og i stedet linke til dem fra CRM. Det bidrog til en hurtig og enkel implementering.

Opsætning

En lige linje fra lead til faktura

DocuBizz's brug af Zoho One tager udgangspunkt i CRM-systemet og salgsprocessen, som understøttes og effektiviseres med integrationer til Zoho Sign og Zoho Campaigns.



CRM

DocuBizz bruger primært Zoho CRMs standardopsætning, hvilket var en strategisk beslutning for en virksomhed uden fastlagte processer: "Jeg synes faktisk, at det er nemmere at indrette os som virksomhed og gøre tingene på den måde, som Zoho CRM lægger op til."

Der er dog foretaget enkelte justeringer for at tilpasse systemet til en kompakt organisation med fokus på hastighed og effektivitet:



Leads

Leads håndteres uden brug af Zoho CRM's Leads-modul. I stedet sendes de direkte fra hjemmesiden til Claus' e-mail, hvor de typisk kontaktes inden for 30 sekunder. Først når et lead vurderes relevant, oprettes det i CRM. Det fjerner unødvendige trin og understøtter en hurtig salgsproces.



Tilbudsmodul

DocuBizz opererer med både løbende abonnementsbetaling og engangsbetaling for installation og træning, hvilket har krævet en skræddersyet version af tilbudsmodulet. Herfra genereres tilbud automatisk via mail-merge, hvor kundedata og priser udfyldes uden manuelt arbejde.



Workflow-notifikationer:

Når et tilbud bliver underskrevet, ændres status i CRM, hvilket automatisk aktiverer et workflow. Dette informerer de relevante supportmedarbejdere om aftalen og produktet og sikrer, at implementeringen først igangsættes på det rette grundlag.



Sign

En sømløs integration mellem Zoho CRM og Zoho Sign sørger for, at DocuBizz kan sende tilbud hurtigt og effektivt, og samtidig ved, hvad de har udestående.

Den tidligere nævnte mail-merge-skabelon i Zoho CRM er koblet sammen med Zoho Sign. Når et tilbud er genereret, bliver det sendt til kunden med et tryk på en knap i CRM-systemet. Kunden modtager derved et speciallavet tilbud med alle detaljer på rekordtid, som kan underskrives digitalt, således at underskriften opbevares digitalt og DocuBizz ved hvilke dokumenter er underskrevet. Når en kunde har skrevet under, modtager Claus en notifikation fra Zoho Sign, og han kan dermed ændre status i CRM for at sætte projektet i gang.

Siden DocuBizz har alle kundedata og aftaler noteret i CRM-systemet, har virksomheden fået overblik over kundeprocessen. Dette hjælper også med den daglige arbejdsfordeling og prioritering. "Jeg kan altid danne lister, hvis man glemmer, hvad man skal lave. Det er bare at trække en rapport — bum, disse kunder står i kø og skal sættes op," fortæller Claus, som fortsætter: "Og det samme med økonomien. Der kan jeg lave et forecast på, hvad vi har ude af tilbud, hvad vi har fået underskrifter på og hvad vi har lukket, så vores økonomiafdeling kan stemme af og tjekke, om de har lagt det rigtige ind i vores ERP-system og vi får faktureret det, vi skal."



Processen er bare snorlige nu. Vi sætter ikke noget i gang før en aftale er underskrevet. Der er heller ikke nogen, der behøver forholde sig til en kunde før vedkommende har skrevet under. Så får kunden sit tilbud, og så ved vi også, hvad det er der skal ske, når det er underskrevet. Så det er egentlig bare en lige linje fra lead til faktura.



Campaigns

Til markedsføringsmails og anden relevant kundeinformation bruger DocuBizz Zoho Campaigns. Zoho Campaigns tillader DocuBizz at segmentere kundekontakter fra CRM-systemet og sende relevant e-mail kommunikation ud til kunderne.

Fra 1. januar 2025 indførte både Danmark og Tyskland nye krav til digitalisering af bogføring og fakturering. Da DocuBizz i høj grad er involveret i digitalisering af disse processer, var det på det tidspunkt nødvendigt at kontakte henholdsvis danske og tyske kunder med information om loven. Claus fortæller: "Fordi vi havde så godt styr på vores CRM-data, som vi havde forbedret og arbejdet på i et års tid på det tidspunkt, var det ikke noget problem. Jeg havde styr på mine segmenter, så det kørte fra Campaigns, og det fungerede bare."

Som GDPR-ansvarlig gør Claus også brug af Zoho Campaigns' rapporteringslag for at sikre sig, at den rette information er modtaget. "Vi havde nogle kunder, som påstod, at de ikke havde modtaget noget kommunikation. Der kunne jeg dykke ned og finde deres e-mail og enten sige: 'Nej, det er rigtigt, for vi har slet ikke din e-mailadresse,' eller 'Jo, den modtog du f.eks. mandag kl. 10, og jeg kan også se, at du ikke har åbnet den. Tjek din spam-indbakke eller lignende.' Og så fandt de sjovt nok mailen."

DocuBizz har med Zoho One skabt én samlet og automatiseret proces fra lead til faktura, som giver fuldt overblik over kunder og pipeline. Automatiserede workflows og klare procestrin har fjernet intern forvirring, mens integrationer og automatisering har reduceret manuelt arbejde og gjort salgsprocessen enkel og effektiv.

Partner - CRMzone

Sparring og resourcefordeling

Selv om Claus har mange års erfaring med Zoho og selv kan sætte mange ting op, gør DocuBizz også brug af Zoho partner, CRMzone. CRMzone har siden 2011 hjulpet både danske og udenlandske virksomheder med smart, brugertilpasset opsætning og implementering af Zoho-apps. De agerer både som udviklere og sparringspartnere, således at deres kunder får det bedst mulige ud af Zoho-økosystemet.

The CRMzone logo is displayed in a red, sans-serif font within a light gray rounded rectangular border.

For Claus og DocuBizz betyder samarbejdet med CRMzone hurtigt svar på tekniske spørgsmål, hjælp til udvikling og effektiv fordeling af ressourcer. Typisk begynder nye, omfattende projekter med en telefonsamtale:

“

Jeg ringer typisk til Karsten, hvis jeg står med en udfordring og siger: 'Karsten, jeg skal til at sende de her databehandleraftaler ud, hvad vil du anbefale, hvordan og hvorledes?' Svaret er: 'Ja, der er mange veje til målet.' Og det er der også, hvilket er godt, fordi vi så kan snakke ind i, hvad jeg gerne vil opnå.

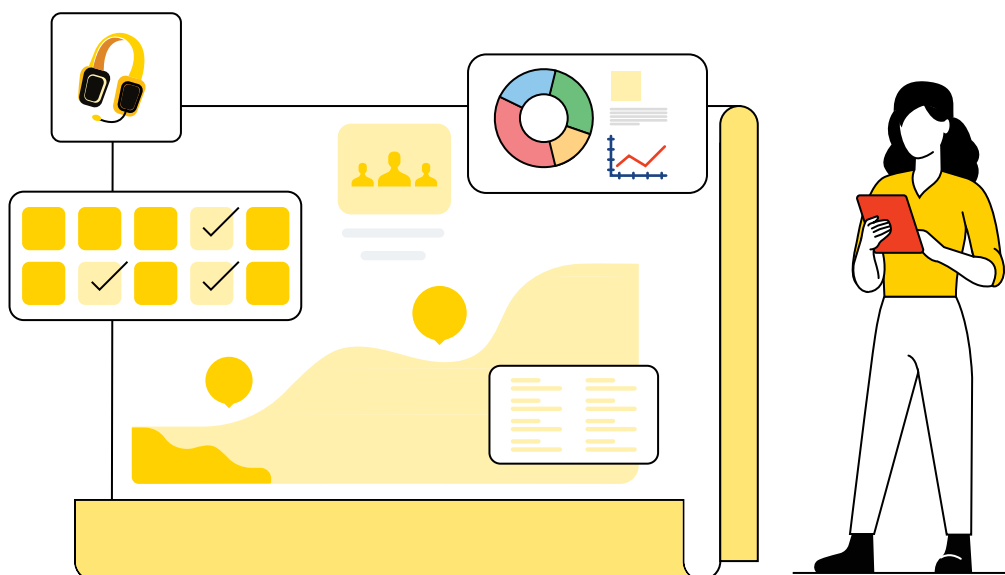
Afhængigt af hvordan den mest ideelle løsning ser ud, finder Claus efterfølgende ud af, om han selv skal sætte løsningen op, eller om CRMzone gør det. "De har måske prøvet det før og har set forskellige løsninger på et lignende problem, og så er det bedre at de hurtigt klarer det på et par timer, frem for at det tager mig tre dage."

Zoho Desk

Komplet kundeoverblik ved support-henvendelser

Et igangværende projekt, hvor CRMzone assisterer DocuBizz med implementering og løsninger, er aktiveringen af et nyt ticketsystem. I dag har DocuBizz et norsk ticketsystem til indsamling og håndtering af support-henvendelser. Claus fortæller, "Det er fint nok, men det kan ikke, hvad vi gerne vil have, at det skal kunne, så nu er jeg gået i gang med at sætte Zoho Desk op."

Ønsket til Zoho Desk er, at DocuBizz' medarbejdere med det samme kan se alle relevante informationer om kunden, når de åbner en henvendelse. Disse informationer skal trækkes fra Zoho CRM ind i Zoho Desk. Standardintegrationen mellem Zoho Desk og Zoho CRM har Claus selv sat op, og den tillader meget, men omfatter ikke alle datapunkter, som Claus' team har brug for. Disse skal konfigureres i den underliggende kode. "Det kommer til at udfordre mig, for det har jeg ikke prøvet før," indrømmer Claus, som fortsætter, "Men det har CRMzone gjort masser af gange, så det kan de sagtens ordne."



Zoho Mail

E-mailfailover som sikkerhedsnet

En løsning, som Claus selv har sat op er en failover e-mailindbakke. Vitec-gruppen, som DocuBizz er ejet af, bruger Microsoft Outlook til håndtering af e-mails. I DocuBizz er Outlook integreret med Zoho CRM, således at e-maildetaljer også finder vej ind i CRM-systemet og skaber overblik. Dog er Claus bevidst om, at Outlook eksisterer uden for Zoho-økosystemet.

"Hvis der en dag bliver slukket for Microsoft, eller at koncernens hovedkontor bliver ramt af et cyberangreb, så har vi ikke længere adgang til vores e-mails," påpeger Claus. For at minimere risikoen for et eventuelt nedbrud af forretningen, har Claus oprettet en failover-løsning i Zoho Mail. Således vil DocuBizz stadig have adgang til kommunikation med kunderne, hvis der mod forventning skulle gå noget galt.

“

Sådan kan vi faktisk køre 100% i Zoho, hvis vi har behov for det. Det er et sikkerhedsnet i vores virksomhed, for jeg ser både på Zoho som effektivisering og som et sikkerhedsnet i forhold til at kunne flytte alt derover uden at skulle stoppe vores drift.

Konklusion

DocuBizz er et stærkt eksempel på, hvordan en vækstende virksomhed med et kompakt team kan transformere manuelle og fragmenterede arbejdsgange til en sammenhængende, automatiseret drift med Zoho. Ved at samle kundedata, standardisere processer og integrere centrale værktøjer har virksomheden skabt et solidt operationelt fundament, der både reducerer fejl og frigør tid i hverdagen.

Automatisering af nøgleprocesser — fra leadhåndtering til tilbud, signering og fakturering — har ikke blot skabt overblik, men også gjort det muligt at arbejde mere proaktivt og effektivt med både kunder og pipeline. Samtidig sikrer den enkle opsætning, at systemet understøtter forretningen uden at skabe unødigt kompleksitet.

Resultatet er en skalerbar forretning, hvor teknologi aktivt understøtter vækst, og hvor DocuBizz kan levere en stærkere kundeoplevelse — uden at øge belastningen på organisationen.





DocuBizz website:

www.docubizz.com

Email us:

Sales@eu.zohocorp.com

Contact us:

+31 707007083