

Roel Assies

Introductie

030 – 6866920 / 06-23361457

Ton van der Zandt

CRM in dealer- en franchise  
organisaties

## ilionX Group

- Nederlands bedrijf
- ilionX is onafhankelijk en autonoom
- sterke autonome groei
- 230+ medewerkers
- omzet € 28M 2007
- hoofdkantoor in Utrecht
- vestigingen in Arnhem, Groningen en in Vianen
- > 120 grote en middelgrote bedrijven als klant

**“Organisaties succesvoller  
maken  
met behulp van ICT”**



## Business Services

verbetering en  
ondersteuning  
**bedrijfsprocessen**  
door gerichte inzet  
van ICT oplossingen en diensten

**Bedrijfsproces**

## Managed Services

verbetering en ondersteuning  
**IT-processen**  
door inzet van ICT oplossingen en  
diensten

**IT-proces**

## Waarom is er gekozen voor dit thema?

- **Veel organisaties met deze specifieke structuur**
- **Meer aandacht voor:**
  - Één filosofie overbrengen naar de consument -
  - Veel aandacht, lees meer grip krijgen op, voor de klant vanuit het hoofdkantoor

- **Voorbeelden:**
  - Electronica ketens – Expert
  - Tuinartikelen – Intratuin
  - Automotive – Scania, DAF

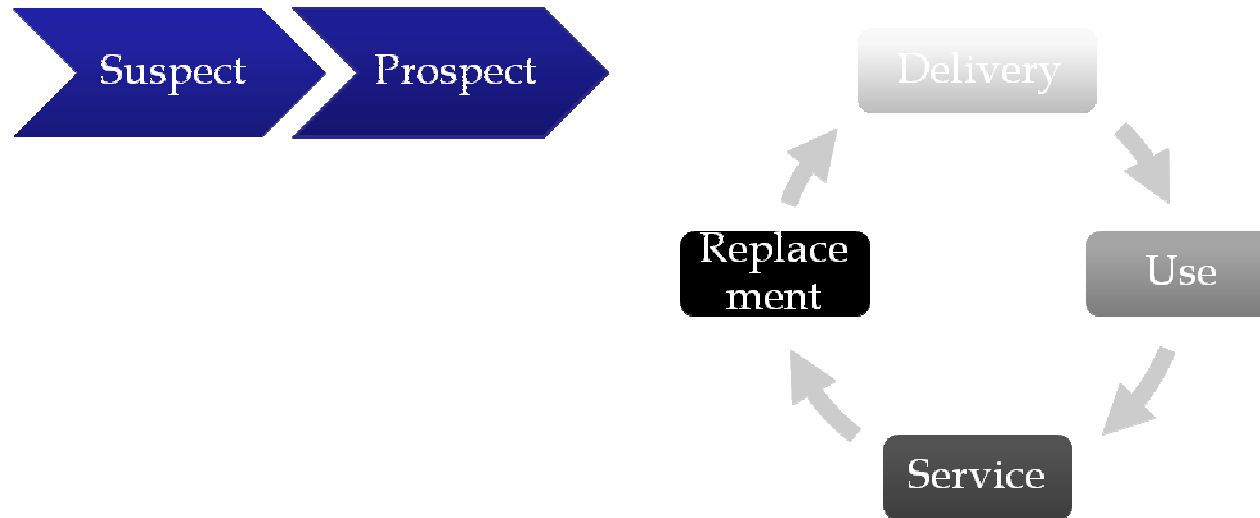
**Ton van der Zandt**  
Eigenaar Magnificent7 BV

**CRM specialist – Klantgericht (leren) denken  
én  
Interim management – Klantgericht (leren) werken**

**MAGNIFICENT**

**7**

Mutual opportunities - Mutual growth



## Sales Support Services



# De vraagstelling



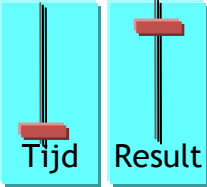
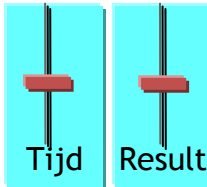
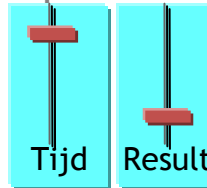
Wat wil de klant?  
Wat willen wij van de klant?

Wie is de klant?  
Waar is de klant?

- **Producent**
  - Marktaandeel
  - Inzicht in de markt
  - Profit
  - Binding van ketenpartijen
- **Dealer/retailer**
  - Onafhankelijkheid
  - Profit
  - Betrouwbaarheid van leverancier
  - Ownership van de klant
- **Verkoper**
  - Waarde van het klantnetwerk
  - Profit (salaris, bonus)
  - Maximaal resultaat met minimale inspanning

- **Ownership van de klant**
- **Controle**
- **Te behalen resultaten en doelstellingen**
- **Inzet producten en diensten**
- **De keten kent ca. 80% van de (potentiële) klanten maar deelt deze informatie niet met elkaar!**

## Voorkeur van de verkoper

	Toegankelijkheid van de klant	Klant bekend met producten en diensten	Bekend met klantgedrag en behoeften
<p>Prio 1: Bestaande klanten</p> 	<p>Gemakkelijk, vertrouwde bestaande relatie</p>	<p>Bekend met tevredenheid. Snel begrip en besluit door bekendheid met producten en diensten leverancier.</p>	<p>Klantprofiel, gebruiksinformatie en vervangingsinformatie zijn bekend.</p>
<p>Prio 2: Bekende potentiële klanten</p> 	<p>Minder gemakkelijk, meer overtuigingskracht</p>	<p>Identificeren behoefte en overtuigen van de klant van superioriteit t.o.v. concurrent</p>	<p>Verzamelen klantprofiel en gebruiksinformatie kost veel tijd</p>
<p>Prio 3: Onbekende potentiële klanten</p> 	<p>Lastig, tijdsintensief met lage succeskans</p>	<p>Tijdsintensieve uitleg van producten, diensten. Overtuigen van onderscheidende toegevoegde waarde</p>	<p>Identificeren van klantnaam, adres, etc. Verzamelen van basis klantinformatie</p>

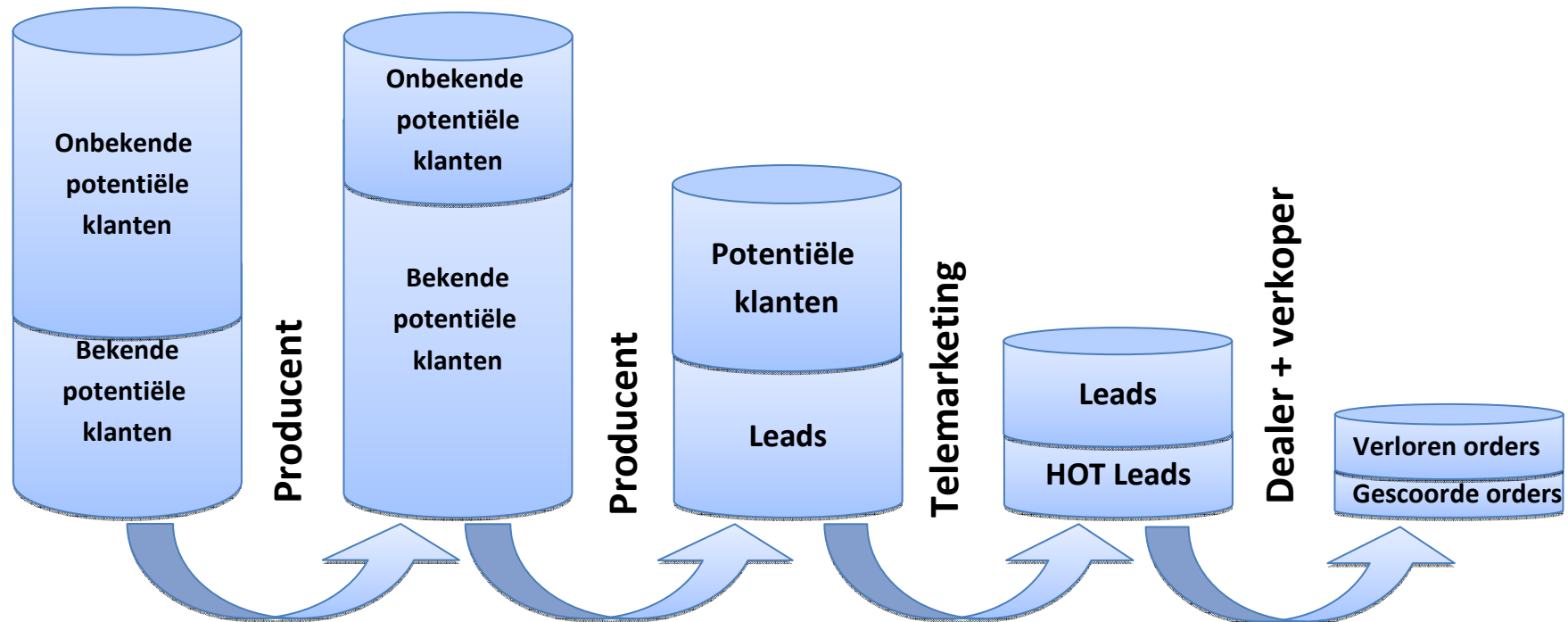
- **Verspreide kennis van de markt en de klant**
- **Product- en dienstenaanbod niet optimaal**
- **Productiecapaciteit niet optimaal**
- **(Te) grote afhankelijkheid van ketenpartijen**
- **Beperkingen in sales opportuniteiten**
- **Beperkte aandacht voor nieuwe klanten**

# Aanpak

**Concept voor ondersteuning sales  
proces over de keten**

- **“De Wortel”**
  - De producent levert leads aan de dealer/verkoper
    - Middels data mining en/of telemarketing
  - Waarmee deze gestimuleerd wordt extra verkopen te realiseren.
  - De leads worden aangeleverd vanuit een centrale database, geïntegreerd met het dealersysteem
  - Gescoorde orders vanuit deze leads worden met een speciale incentive beloond
  - De dealer/verkoper legt klant- en leadinformatie vast, welke worden opgenomen in de centrale CRM-database
  - En daarmee alle ketenpartijen eenzelfde inzicht hebben in de markt en de opportuniteiten daarin

# Ondersteuning van het sales proces



### ***Toevoegen externe data***

- 3<sup>e</sup> partijen
- Andere verkoopkanalen
- Parts
- Etc.

### ***Data mining***

- Doelgroepen
- Demografie
- Klassificering

### ***Kwalificeer data***

- Check/toevoegen klant data

### ***Lead generation***

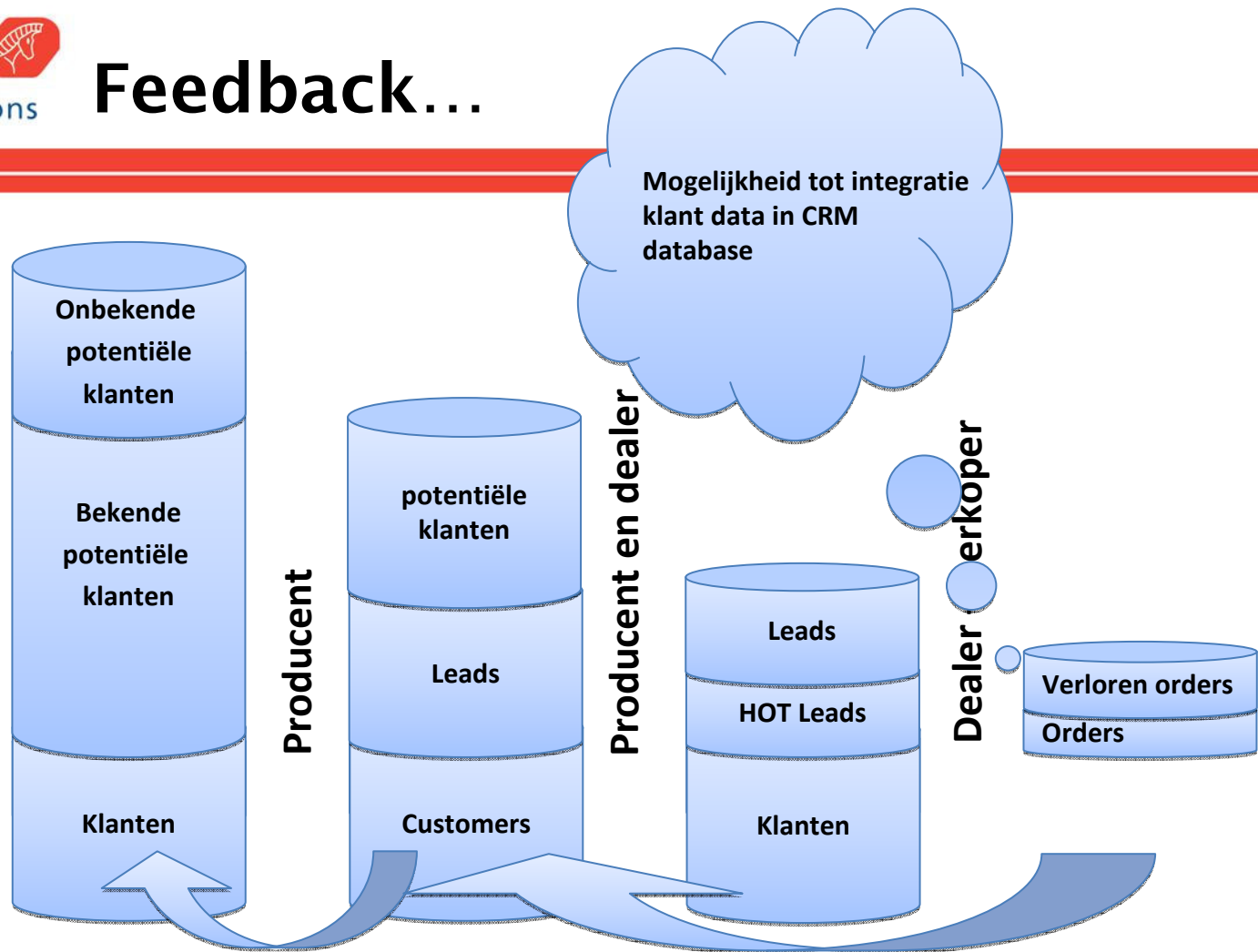
- Herkennen koopsignalen
- Creer Merkbekendheid

### ***Verkoop***

- Follow-up
- Relatie bouwen
- Oplossingen
- Pricing
- Aanbieding



# Feedback...



## Follow-up

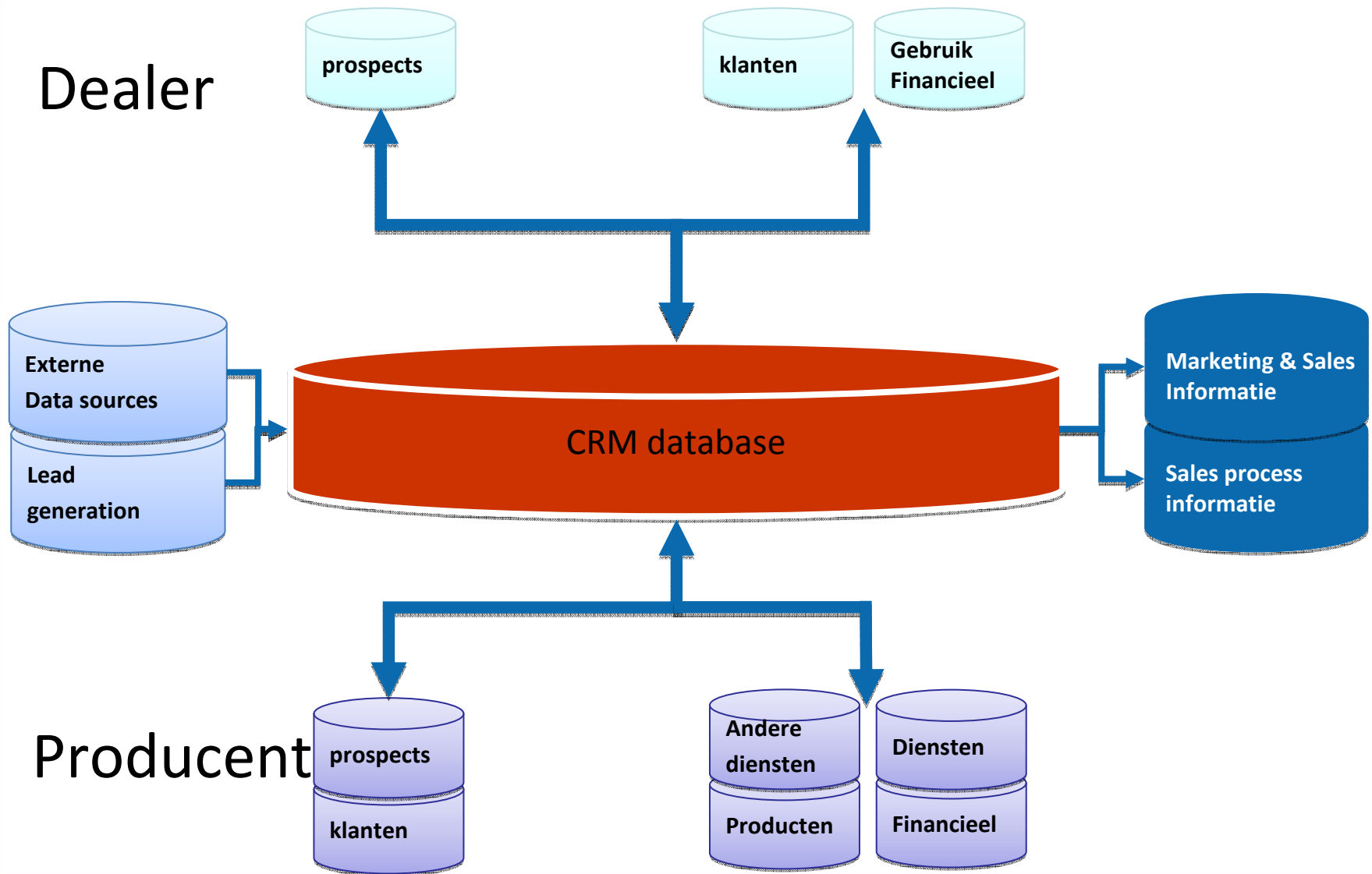
- Bestaande klant is een lead in de toekomst
- Definieer identificatie criteria voor verloren order als input voor een nieuw leadprogramma

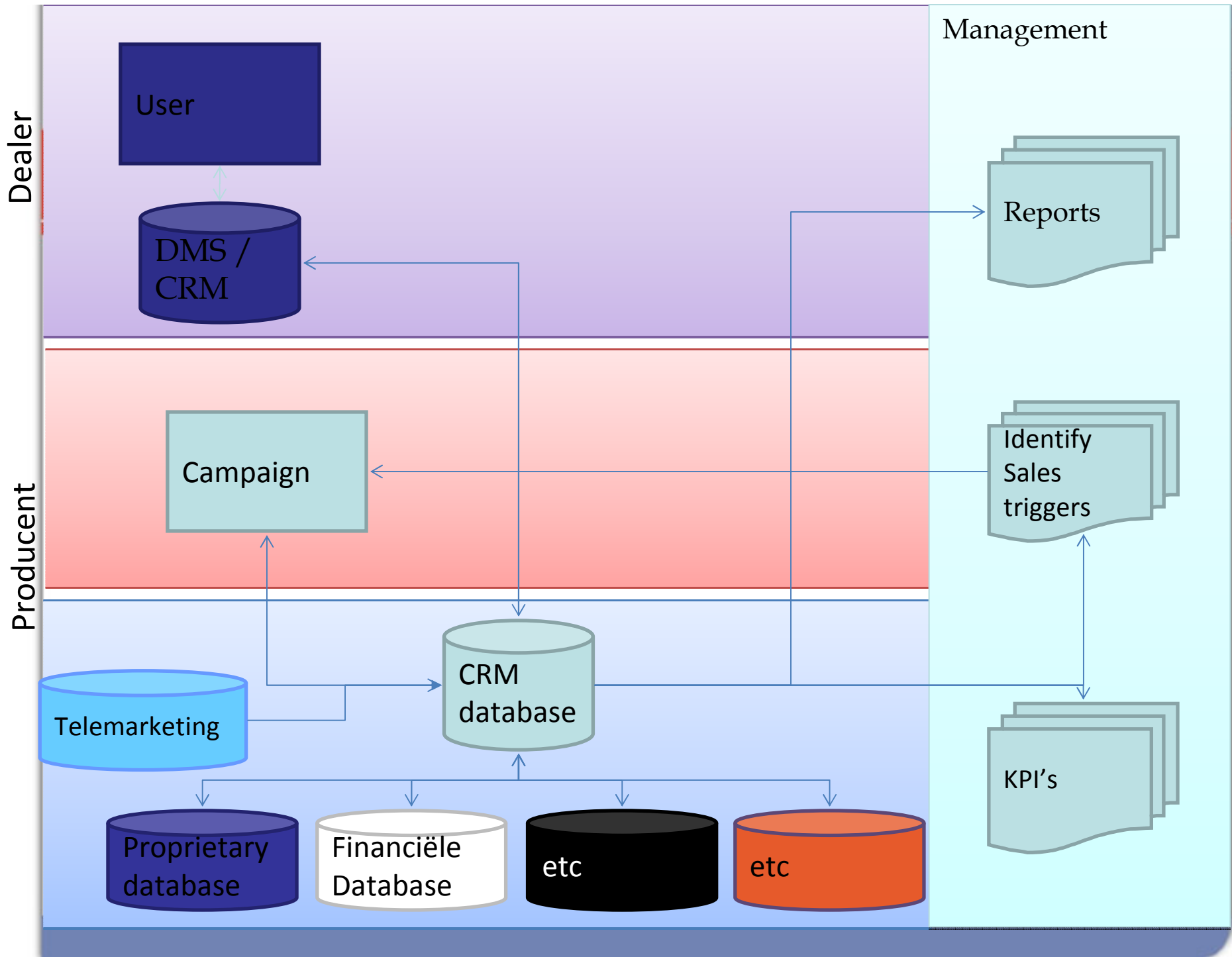
## Feedback

- Score
- Creer klant
- Verloren orders
- Gemaakte afspraken

- **Dealer/verkoper**
  - Krijgt sales opportuniteiten aangereikt
  - Meer verkoop met minder sales effort
  - Meer sturing op sales proces
  - Kan delen in geaggregeerde kennis over gehele markt
    - Benchmark
- **Producent**
  - Inzicht in de markt
  - Voorspelbaarheid van sales funnel
  - Daarmee beter inspelen op behoefte in de markt
    - In product- en dienstaanbod
    - Productiecapaciteit
    - Cross- en upsell mogelijkheden
  - Afhankelijkheid van de dealernetwerk wordt beperkt

# Verzamelen klant- en procesdata





**Zijn er nog vragen?**

**Bedankt voor de aandacht !**