



Microsoft Dynamics CRM

Mobile business wordt realiteit bij AA Drink na invoering van Microsoft Dynamics CRM

“De verkoper die de sportclub bezoekt, ziet de aanwezige voorraad in de frigo’s en kan meteen een bestelling plaatsen via zijn tablet. Meteen registreert hij ook het aandeel van de concurrentie in het assortiment!”

*Elisabeth Holtrust, zaakvoerder,
United Soft Drinks België*

United Soft Drinks is als invoerder van onder andere AA Drink vastbesloten om het marktaandeel in Nederland en België te verhogen. In België bestaat de buitendienst van het bedrijf uit vijf externe commerciële medewerkers, die gemiddeld 12 bezoeken per dag afleggen. De uitdaging voor het management was, om de effectiviteit van de bezoeken aan sportverenigingen te verhogen door het gemakkelijker te maken om bestellingen ter plaatse bij de klant op een minitablenet te registreren. Avento begeleidde de implementatie van Microsoft Dynamics CRM bij United Soft Drinks. Vandaag, na amper één kwartaal, spreken de resultaten boekdelen: het gemiddelde aandeel van AA Drinks in het assortiment van sportverenigingen steeg van 42% naar 62%.

Breed assortiment en scherpe prijzen

Als invoerder voor Nederland en België van de sportdrank AA Drink heeft United Soft Drinks een bijzondere aandacht voor sportverenigingen. In dat marktsegment concurreert het merk namelijk met de andere grote naam in sportdranken: Aquarius.

Elisabeth Holtrust, zaakvoerder bij United Soft Drinks België: “De troef van AA Drink is ons brede assortiment: wij hebben als het ware een drank voor ieder moment van de sportdag. Daarnaast profiteren wij van lagere overheadkosten dan onze concurrent, waardoor wij scherpe prijzen kunnen garanderen.”

Overzicht

land: België, Nederland
sector: Food & Beverage

Profiel

United Soft Drinks is invoerder voor België en Nederland van onder andere AA Drink. Het Belgische filiaal in Turnhout fungeert als buitendienst met een extern verkoopteam van 5 medewerkers.

Uitdaging

United Soft Drinks wilde de effectiviteit van de commerciële bezoeken aan sportverenigingen verhogen. De bestaande CRM-toepassing werd door de leverancier niet meer voldoende ondersteund.

Avento Microsoft Dynamics CRM Drinks

Met de hulp van Avento implementeerde United Soft Drinks Microsoft Dynamics CRM, dat vandaag fungeert als een waardevolle tool voor business intelligence.

Voordelen

- Mobile business wordt realiteit
- Van 42% naar 62% aandeel in assortiment van sportverenigingen
- Waardevolle tool voor business intelligence biedt kans om effectiviteit verkoopbezoeken te meten
- Meer comfort en minder thuiswerk voor verkoopmedewerkers
- Uitstekende samenwerking met Avento

De verdeling van de producten zelf gebeurt via honderden groothandels, doch de sportverenigingen worden door United Soft Drinks zelf bezocht. "Het Belgische filiaal van United Soft Drinks, gevestigd in Turnhout, fungeert voornamelijk als buitendienst. Het marktpotentieel voor AA Drink is dan ook zeer groot: als je alleen maar kijkt naar de voetbalverenigingen, zijn er meer dan 1000!"

Een verkoopmedewerker legt gemiddeld 12 bezoeken per dag af. Het objectief is om iedere klant gemiddeld tweemaal per jaar te bezoeken. Op vrijdagmiddag worden de bezoeken voor de komende week ingepland tijdens een salesmeeting.

Aantal nuttige bezoeken verhogen

United Soft Drinks België heeft voor AA Drink in België ambitieuze groei-doelstellingen voor ogen. Om deze waar te maken, moest volgens Elisabeth Holtrust echter één groot struikelblok uit de weg geruimd worden: "Je kan dan wel 12 bezoeken per dag afleggen, maar zijn deze wel nuttig? In welke sportverenigingen is AA Drink reeds goed vertegenwoordigd en in welke niet? Wij wilden niet alleen het aantal bezoeken, maar vooral het aandeel van de nuttige bezoeken naar omhoog krijgen. Welke bezoeken kunnen ons met andere woorden de meeste extra bestellingen opleveren?"

Meer dan generieke CRM met specifieke module van Avento

Voor United Soft Drinks kent CRM geen geheimen meer: het bedrijf investeerde al meer dan 12 jaar geleden in een CRM-toepassing om de verkoopmedewerkers op te volgen. Het toenmalige softwarepakket werd echter, na de overname door een groot telecombedrijf, niet meer voldoende ondersteund.

Het management besliste in 2013 om op zoek te gaan naar een nieuwe CRM-oplossing. Die zou niet alleen dienen voor de opvolging van de commerciële medewerkers, maar ook fungeren als een echt management-informatiesysteem. Het bedrijf kreeg het advies om in zee te gaan met Avento voor de implementatie van Microsoft Dynamics CRM.

Meteen werden de ambitieuze businessobjectieven van United Soft Drinks meegenomen in het eisenpakket. Elisabeth Holtrust: "Om je marktaandeel in de sportverenigingen te verhogen, moet je over exacte informatie beschikken over het aandeel in het assortiment. Het nieuwe CRM-systeem moest ons toelaten om die informatie ter plaatse te registreren en een bron worden van business intelligence."

Bovenop de standaardtoepassing Microsoft Dynamics CRM, implementeerde Avento de verticale module Avento Microsoft Dynamics CRM Drinks. Vanuit een specifieke focus op de markt voor consumer goods, kon Avento zich met deze module duidelijk differentiëren ten opzichte van meer generieke CRM-oplossingen.



Mobile business basis voor succes

De verkopers van United Soft Drinks zijn voortaan uitgerust met een tablet. Bij ieder commercieel bezoek aan een sportvereniging kunnen zij meteen de

bestellingen noteren: dat varieert van 6 tot 40 dozen per keer (iedere doos bevat 24 flesjes). Om de klant extra te motiveren pakt United Soft Drinks regelmatig uit met promoties in de stijl van '6 bestellen, 1 gratis'.

"Mobile business vormt de basis voor het succes van onze CRM-implementatie: de verkoper die de sportclub bezoekt, ziet de aanwezige voorraad in de frigo's en kan meteen een bestelling plaatsen via zijn tablet! Zo kan bij 80% van de bezoeken een bestelling worden geplaatst.", voegt Elisabeth Holtrust eraan toe.



Meer weten over AA Drink?
www.AA-Drink.com



Wenst u meer informatie over
de producten en diensten van
Avento?

www.avento.be
infoweb@avento.be



De klant ondertekent digitaal op de tablet, en de bestelling wordt automatisch doorgestuurd naar de interne verkoopafdeling van United Soft Drinks. Daar wordt de bestelling gecontroleerd en doorgestuurd naar de vaste groothandelaar van de sportvereniging. Een koppeling tussen Microsoft Dynamics CRM en Exact Online zorgt bovendien voor een naadloze administratieve verwerking.

Metten is weten: van 42 naar 62% aanwezigheid

De verkoopmedewerker noteert bij ieder bezoek aan een sportvereniging niet alleen de bestellingen, maar maakt van de gelegenheid gebruik om ook andere waardevolle informatie te registreren. Microsoft Dynamics CRM bevat zo een schat aan data over iedere (potentiële) klant: het aantal leden, het assortiment aan sportdranken, de huidige groothandelaar, de contracten met betrekking tot koelkasten en reclameborden...

Vooraf het registreren van het assortiment van de concurrentie is van onschatbare waarde gebleken. "Alleen al tijdens het eerste kwartaal van 2014 hebben wij ons gemiddeld aandeel in het assortiment kunnen verhogen van 42% naar 62%", vertelt Elisabeth Holtrust enthousiast.

Daarnaast kunnen mensen van de binnendienst op basis van accurate gegevens waardevolle business intelligence-rapporten opstellen. Hoe vaak worden gemiddeld bezocht? Hoeveel tijd spendeert de verkoper gemiddeld bij de klant?... enz.

Meerwaarde voor verkoopmedewerkers

Terwijl CRM in het verleden voornamelijk werd ingezet als controlemiddel voor het management, is er nu ook een meerwaarde voor de verkoopmedewerkers zelf. De data op de tablet van de verkoper zijn dankzij synchronisatie permanent up-to-date. Wanneer een verkoper bijvoorbeeld voorbij een sportvereniging rijdt die hij nog niet kende, kan hij meteen alle gegevens opzoeken op zijn tablet en eventueel een extra bezoek afleggen zonder dat hij daarvoor moet bellen naar kantoor.

Elisabeth Holtrust: "We stellen vast dat het comfort van de verkoopmedewerkers erop vooruit is gegaan. Ze kunnen meer taken onderweg uitvoeren en moeten minder administratief werk thuis verrichten."

Een geslaagd project met toekomst

Elisabeth Holtrust omschrijft de invoering van Microsoft Dynamics CRM zonder enige aarzeling als een succes. Ze wijst daarbij op de uitstekende samenwerking met Avento: "Avento heeft geen makkelijk dossier overgeërfd. Er bestond heel wat ongenoegen over het vorige CRM-systeem. Ze hebben zich echter prima uit de slag getrokken. Wat wij vooral op prijs stellen, is dat de medewerkers van Avento bij ieder probleem actief oplossingsgericht denken."

Ook bij United Soft Drinks in Nederland wordt samen met Avento gewerkt aan de invoering van Microsoft Dynamics CRM; daar gaat het om 12 gebruikers.

Elisabeth Holtrust wil de mogelijkheden van het nieuwe CRM-systeem echter nog verder uitbuiten: "Door voortdurend te werken aan de kwaliteit van de informatie in Microsoft Dynamics CRM, zullen wij in de toekomst steeds nauwkeuriger kunnen meten hoe effectief een verkoopbezoek echt is geweest."

