

CRM Casestories Friesland Foods Kiviet

“Het is bijzonder prettig geweest met een partij samen te werken die de Noordelijke mentaliteit begrijpt en daar ook naar handelt. We hebben het gevoel dat CRM excellence altijd op de gewenste momenten voor ons klaar staat”.

Tom van Zeeburg

Implementatie CRM, Begeleiding en trainen gebruikersorganisatie, trainen en coachen projectleider, opzetten beheerorganisatie.

Kiviet is onderdeel van Friesland Foods en ontwikkelt, produceert en vermarkt ingrediënten in poedervorm, gericht op de voedingsmiddelenindustrie. De producten worden toegepast in marktsegmenten: Bakkerij, Soepen en Sauzen, Instant Beverages, Infant Nutrition en Enhanced Nutrition

Reden voor Kiviet om het CRM project te starten:

Kiviet is onderdeel geworden van Friesland Foods, wat een groeiscenario met zich meebracht. Door de groei van het salesteam was het nodig om een verdere professionaliseringslag te maken.

Er was behoefte aan een gemeenschappelijke klantendatabase en een functiegebonden klantdashboard, zodat het praten over de geschiedenis van de klant kon worden omgeturnd naar het inzicht in en beïnvloeden van de toekomst met de klant.



Werkwijze

Op basis van een afdelingsoverschrijdende inventarisatie door een externe consultant is de conclusie getrokken dat het noodzakelijk was om CRM software in te zetten om de gestelde doelen te bereiken. Ondanks dat de voordelen op dat moment nog niet gekwantificeerd konden worden, was het geloof bij zowel de directie als de organisatie groot, dat een CRM project veel voordelen ging opleveren. Het projectvoorstel dat hieruit is gekomen, was herkenbaar voor de betrokkenen. Na een zwaar selectietraject is uiteindelijk gekozen voor Sage CRM MME. De wens was om tot een pakket te komen waarbij de CRM software niet alleen de organisatie ondersteunt in de dagelijkse klantcontacten, maar ook inzicht biedt in integrale klantinformatie door de koppeling met SAP.



Zowel de proceseigenaar van de implementatie over de afdelingen heen als de voorzitter van het beheerteam namen deel aan de projectgroep.

Opdracht aan CRM excellence®

Kiviet heeft CRM excellence® gevraagd om de CRM software te implementeren.

De vraag behelsde de combinatie van techniek, inrichting van de software en organisatorische vraagstukken.

De eisen die bij de keuze voor CRM excellence® meespeelden, waren:

- In staat zijn om het gekozen pakket in te richten op de behoeften
- Toegankelijk in de persoonlijke sfeer
- Kritische organisatie
- Noordelijke mentaliteit begrijpen en hebben
- Op afroep beschikbaar
- Toegespitste trainingen kunnen geven

Aandachtsgebieden die tijdens de implementatie speelden, waren:

- Het succesvol implementeren binnen de scope en het budget, met een verkooporganisatie die weinig tot geen ervaring had met CRM toepassingen en een geheel eigen werkwijze had waarin het digitaal delen van informatie relatief nieuw was;
- De nieuwe eisen die vanuit Friesland Foods aan de verkooporganisatie werden gesteld;
- Het opbouwen van het integrale klantbeeld vanuit de verschillende gegevensbronnen.

De eerder gehouden afdelingsoverschrijdende interviews zijn vertaald naar een CRM blauwdruk. Deze blauwdruk vormde de basis voor de inrichting van de CRM software. Vlak voor de live gang zijn zogenaamde Pizzasessies gehouden, waarin de toekomstige gebruikers hun eigen informatie over de klanten aan de database hebben toegevoegd. Tom van Zeeburg, proceseigenaar van het project: “De aanloop in augustus en september naar de live gang was een hoogtepunt van het project, waar de leden van de projectgroep veel energie en voldoening uit hebben gekregen”.

Een belangrijk leermoment van dit traject was het belang van de interne communicatie en het scheppen van de verwachtingen heeft op het succes van het project. Dat hebben we in eerste instantie onderschat en gaan we in de volgende fase zeker anders doen.

Resultaat

Fase 1 van de implementatie van het nieuwe CRM systeem is nu voor de verkooporganisatie succesvol afgerond. Er is een gestructureerde werkwijze en het commerciële klantbeeld is gerealiseerd. Klanten merken op dit moment al een wezenlijke verandering:

- Professionele klachtenafhandeling;
- Door de keuze voor segmenten op basis van een Customer Ranking is duidelijkheid ontstaan waar de focus van de organisatie zou moeten liggen. De klanten die binnen de focus vallen merken nu meer aandacht, zorg en productiviteit
- Door het werken met deze Customer Ranking zijn de medewerkers nog meer op de relaties gericht, zodat ze de noodzakelijke informatie die nodig is om een goede Ranking te kunnen maken, ook daadwerkelijk boven tafel krijgen. Tom van Zeeburg: “ Hier zijn onze klanten ook bij gebaat, omdat we hen dan op de juiste wijze kunnen ondersteunen.”

Linda Langhout, voorzitter van het beheerteam: “Nu kunnen we beginnen met de volgende fase.

We hebben geleerd hoe belangrijk het is om de diverse groeperingen uit de organisatie echt mee te krijgen, daar zullen we ook in de volgende fase de nodige aandacht aan blijven besteden.

In de volgende fase zal door de koppeling met de backoffice het echte integrale klantbeeld ontstaan.”

Voor informatie over Kievit: www.kievit.com