

Agrifirm WINT CRM Award: Customer RELATION Management DOOR online INFORMATIE uitwisselen

Arjan Klein

Agroportal, arjan.klein@agroportal.nl

Utrecht, 11 november 2005, in hotel restaurant Karel V neemt Jan Doeksen namens Agrifirm de prestigieuze CRM Award uit handen van prof. Dr. Ed Peelen van de Nyenrode Business Universiteit in ontvangst. Hoe heeft Agrifirm zich kunnen meten met partijen als KPN en Centraal Beheer Achmea? Een gesprek met Doeksen over het 'maken van informatie', het succes van Agrifirm om de klant centraal te stellen en het return on investment van zijn CRM (Customer Relation Management) toepassing. Doeksen is binnen Agrifirm verantwoordelijk voor alle interne en externe commerciële communicatie en de daarvoor vereiste systemen.

Winnen

Hoe is Agrifirm toch verzeild geraakt in de competitie om de CRM Award van het CRM Genootschap? Te midden van partijen zoals KLM, KPN en Telety is een boerencoöperatie toch een vreemde eend in de bijt.

Ongeveer anderhalf jaar geleden is Agrifirm gestart met de implementatie van haar nieuwe CRM systeem, Prospekt NT[®] van PinkRoccade Food (voorheen LAVECOM Automation). Aanvankelijk werkte Agrifirm met eigen ontwikkelde software; gemixt met moeizaam vergaarde klantinformatie uit het productiebesturingssysteem AS400 moest dit de marketing en verkoop ondersteunen. Na een grondig voorbereidingstraject, gestart in 2002, is de implementatie van start gegaan.

"Tsjja, tijdens zo'n langdurig en intensief traject waarin het om enorm belangrijke zaken gaat – klantzaken! – heb je wel eens behoefte aan wat klankbord", zo verklaart Doeksen met een bijna verontschuldigende glimlach zijn deelname aan de CRM Award. "Ik was vanuit Agrifirm de eindverantwoordelijke voor een succesvolle implementatie en ik wilde niet het gevaar lopen om bepaalde zaken niet meer te onderscheiden door bedrijfsblindheid. Bovendien wil ik graag leren van ervaringen van anderen die vergelijkbare projecten in huis hebben uitgevoerd". Het CRM Genootschap geeft namelijk niet alleen de jaarlijkse CRM Award uit, maar biedt deelnemers de kans om met elkaar in gesprek te gaan en van elkaars projecten te leren. "Maar", zo geeft Doeksen toe, "er was ook gewoon sprake van competitie, we wilden simpelweg winnen!"

Klantsucces

Agrifirm heeft voor haar geïmplementeerde CRM systeem gekozen voor een systeem waarin de klant centraal staat, letterlijk in de dagelijkse contacten, maar ook figuurlijk in het vastleggen en managen van informatie. Dit komt ook tot uiting door het groeiend aantal online applicaties dat Agrifirm onder de noemer 'Agrifirm online' presenteert aan haar klanten. Deze online applicaties geven de klant direct en altijd inzage in de gegevens met betrekking tot bestelde goederen, het voeren van (gewas)registraties en overzichten van bijvoorbeeld geleverde gewasbeschermingsmiddelen. De autorisatie van klanten tot deze applicaties wordt eveneens in Prospekt NT[®] vastgelegd. Doeksen laat met een paar klikken op zijn scherm de verschillende klantgroepen met de bijbehorende online applicaties zien: "We willen een moeilijk misbare partner van de klant zijn. We maken deze ambitie heel concreet door middel van directe, snelle en eenvoudige informatieuitwisseling. Maar daarvoor heb je altijd de juiste klantinformatie nodig. Ons CRM systeem wordt met omzet en afzetcijfers 'gevoed' door het productiebesturingssysteem en wordt verrijkt met informatie over de klantsituatie vanuit de buitendienst. Maar de klant zorgt zelf ook voor voortdurend onderhoud van zijn gegevens. Onze klantspecifieke advisering en productleveranties kunnen we daardoor borgen." De tijd waarin de slappe wintermaanden werden gebruikt om achterstand in klanteninformatie weg te werken is bij Agrifirm definitief voorbij. Klanteninformatie beheer is een full continue proces geworden. De binnen- en buitendienst zijn verantwoordelijk voor het up-to-date houden van de klantinformatie en spinnen daar garen bij. Geen verouderde informatie, geen zwarte gaten in de contacthistorie, altijd het laatste contact en bestelling bij de hand.

"Wij als Agrifirm zijn gebaat bij het succes van de klant!", zo benadrukt Doeksen. "En", zo laat hij er direct op volgen, "dat moet in het gehele klantbedienings- en klantenrelatiebeheerproces voortdurend de rode draad zijn. Dus vandaar de grote nadruk die Agrifirm legt op een juist CRM-beleid dat ondersteund wordt met de juiste tools. Bestellingen, bezoeken, klachten en klantvragen worden direct vastgelegd in Prospekt. We kunnen hier nieuwe marktbedieningsconcepten uit destilleren. Nieuwe of veranderende groepen klanten benaderen we met een passend producten- en adviespakket. Kortom, Agrifirm wil voortdurend de klant naar grotere successen leiden."

Architectuur

Prospekt NT[®] is in de markt leidend, maar in de architectuur van de informatiesystemen bij Agrifirm is het ERP systeem AS400 het centrale en leidende systeem. Voor deze inrichting is bewust gekozen. Iedere klant vertegenwoordigt omzet en iedere klant leidt tot het plaatsen van orders. Deze omzet en orders worden in het leidende AS400 systeem verwerkt en sturen zowel het productie en logistieke proces als mede het financiële en CRM proces aan. CRM is bij Agrifirm heel klinisch opgepakt. “We gebruiken Prospekt NT[®] waar het voor gemaakt is”, aldus Doeksen. “Het beheren en managen van onze klant en markt wordt ondersteund met deze toolkit, zelfs het uitdraaien van een simpel lijstje of overzichtje geschiedt via onze business intelligence en rapportagetools. Uiteraard zijn deze [Cognos, AK] tools direct gekoppeld aan de data uit de Prospekt NT[®] database.” De gekozen architectuur in de samenwerkende systemen van Agrifirm is dan ook niet verschrikkelijk innovatief, zo geeft Doeksen toe. De CRM Award is dan ook gewonnen vanwege het concept dat aan de inzet van Prospekt NT[®] binnen Agrifirm ten grondslag ligt; niet vanwege de gekozen technieken. De online webapplicaties worden rechtstreeks gevoed vanuit de AS400 database. Afgeleverde hoeveelheden meststoffen, voeders, gewasbeschermingsmiddelen en geleverde granen worden via deze online tools gerapporteerd. De tools zijn bereikbaar via het single sign on systeem van Agroportal en worden zowel op de Agrifirm website als op het internetportaal ZIEZO.biz aangeboden.

De eerder genoemde buitendienstmedewerker heeft via een webschil altijd en direct via een internetverbinding toegang tot Prospekt NT[®]. Vanaf elke willekeurige locatie met internetverbinding kan ingelogd worden op de zogenaamde webschil van onder andere Prospekt NT[®].

Resultaten

Zo'n CRM Award is prachtig, maar wat heeft de implementatie van Prospekt NT[®] nu businesswise opgeleverd?

Vanaf het eerste moment dat het nieuwe CRM systeem in productie was en de verkoop- en marketingorganisatie van Agrifirm hiermee aan het werk ging, waren de voordelen direct zichtbaar, zo geeft Doeksen aan: “Je kunt je voorstellen dat Prospekt NT[®] ons in korte tijd veel informatie heeft opgeleverd over ons omgaan met klanten. We herkennen nu specifieke klantgroepen. En we hebben de verdeling van klanten over de verschillende klantgroepen zover doorgevoerd dat ook productielocaties met hun logistieke diensten alleen maar voor ‘hun’ groep werken. Aan de hand van bestelhistorie, die we voor de komst van Prospekt NT[®] met geen mogelijkheid fatsoenlijk uit het AS400 systeem konden krijgen, worden klanten actief gevolgd. Als op basis van de bestelhistorie er al een bestelling had geplaatst kunnen worden, wordt er proactief door Agrifirm gehandeld; er wordt niet meer afgewacht of de boer gaat bellen, nee, wij bellen

Coöperatie Agrifirm u.a. kent een lange en rijke coöperatiegeschiedenis. Zo'n 125 jaar geleden als eerste Aan- en Verkoopcoöperatie “Welbegrepen eigenbelang” ontstaan. Via diversie fusies en overnames is het huidige Agrifirm na de laatste fusie tussen ACM en Cavo Latuco gevormd. De coöperatie heeft zo'n 15.000 leden en telt zo'n 1.300 medewerkers. Agrifirm wil voortdurend op innovatieve wijze de afzetmarkt bewerken en daarmee voor haar leden rendement creëren. Een voorbeeld hiervan is de mouterij Holland Malt b.v. in Eemshaven welke door Agrifirm in samenwerking met Bavaria is opgericht.

de boer. We wéten nu dat zijn silo leeg is en dat hij eigenlijk moet gaan bestellen. Dreigende niet-bestellers worden benaderd. We trekken dit ook door naar de planners van de logistieke afdeling. We hebben dus door de invoer van ons nieuwe CRM systeem zelfs een transportoptimalisatie doorgevoerd. De planners kunnen namelijk ook aan de hand van de bestelhistorie al inschatten of de desbetreffende klant wellicht een vrachtje voer kan hebben. En stel nou dat er net een bulkwagen daar in de buurt is? Dan blazen we ook graag direct met diezelfde bulkwagen de silo van die boer vol!”

Uiteindelijk heeft de invoer van Prospekt NT[®] met name voor de verkoopafdeling de grootste gevolgen gehad. Gericht acquireren is nu mogelijk. Daar waar vroeger het pionieren op nieuwe afspraken veelal individuele acties van de desbetreffende vertegenwoordiger/buitendienstman waren, worden nu pioniersklanten nauwlettend gevolgd. Het ontwikkelen van pionierswerk naar het afsluiten van nieuwe orders bij deze nieuwe klanten wordt volledig vastgelegd in Prospekt NT[®]. De desbetreffende buitendienstman kan direct zien of zijn pionierswerk al vruchten begint af te werpen. En bovendien zijn het gecoördineerde acties geworden die ondersteund worden door binnendienst, marketing en PR.

“Zoals gezegd, weten we nu precies hoe onze markt en klantengroep er uit zien. We kunnen gericht communiceren en actie voeren richting de verschillende groepen klanten. Dat bespaart ons veel geld en tijd! Bovendien is de aansturing van de verkoop verstevigd en efficiënter georganiseerd. Het heeft ons al één arbeidsplaats in het verkoopmanagement opgeleverd en één arbeidsplaats binnen de buitendienst op de akkerbouwers. En,” zo vervolgt Doeksen, “om nog maar niet te spreken over een veel efficiëntere bezoekplanning van de vertegenwoordigers aan hun klanten. Kleine klanten krijgen nu minder aandacht dan grote klanten; ook al is het nog zo gezellig aan de keukentafel bij die kleine boer. Het is echter niet meer verdedigbaar. Want we wéten nu wie die grote en wie die kleine boer is.”

Kijk voor meer informatie over Agrifirm en de CRM Award op www.agrifirm.com en www.crmaward.nl