

= exact

Brandsma Koffie en Exact

//

Door CRM is het allemaal veel efficiënter geworden. Echt een wereld van verschil."

www.exact.nl

WE WILLEN STEEDS MEER WETEN OVER ONZE KLANTEN OM ZE ZO GOED MOGELIJK TE BEDIENEN



Het familiebedrijf Brandsma begon in 1893 in Bolsward als leverancier van specerijen, koffie, thee en kruidenierswaren. In de loop der jaren is het bedrijf zich specifiek gaan richten op koffie en thee, met allerhande bijproducten en professionele koffieautomaten. Daarmee is Brandsma echt een totaalleverancier op het gebied van koffie en thee geworden voor horeca, bedrijven en particulieren. Het bedrijf heeft sinds de jaren 80 een partnerschap met Pelican Rouge en levert de premium koffie van dit merk in de noordelijke helft van Nederland. Daarnaast is Brandsma de exclusieve leverancier van de TopBrewer in Nederland, een innovatief apparaat voor een perfect kopje koffie van versgemalen bonen. De koffiemarkt is een dynamische markt met veel concurrentie. Voor Brandsma is het essentieel om in deze markt onderscheidend te zijn. Het bedrijf heeft daarom behoefte aan een oplossing om meer inzicht te krijgen in klantbehoeftes om sneller te kunnen reageren op de klantvraag.

Beweging in de koffiemarkt

Menno Brandsma, Directeur van Brandsma Koffie, is de vierde generatie Brandsma die aan het roer staat van het familiebedrijf. Brandsma vertelt over de beweging in de koffiemarkt: "De onderkant van de koffiemarkt bestaat overwegend uit partijen die zo goedkoop mogelijk koffie leveren om op die manier zo snel mogelijk een zo groot mogelijk marktaandeel te krijgen, hier is bijna geen koffiekennis voor nodig. Het middensegment bestaat uit de traditionele partijen, vaak met een lange geschiedenis. Hier is het ook belangrijk om

te concurreren op een scherpe prijs, maar daarnaast moet koffie ook een beleving zijn. Dus daar is marketing belangrijk. En dan heb je nog het topsegment, de mannen met baarden en tatoeages. Voor hen is koffie een way of life, waarbij de passie voor goede koffie ervoor zorgt dat het ook goed komt met het verdienmodel. We zien de markt steeds meer naar het midden- en dat topsegment verschuiven, mensen willen steeds meer echt goede koffie. Thuis, op het werk én in de horeca. Voor ons is het daarom goed om die klantbehoefte goed te volgen. Wat wil die klant? Hoe kan ik mijn klant beter



bedienen? Maar ook: Hoe kan ik mijzelf beter bedienen? Hoe kan ik er meer bovenop zitten? Waardoor ik uiteindelijk ook tijd overhoudt voor andere zaken, die meer waarde toevoegen?"

Steeds meer weten over je klant

Om dit soort zaken in kaart te krijgen, heeft Brandsma in de loop der jaren steeds meer geautomatiseerd. Brandsma: "Je wilt informatie steeds beter vastleggen, niet meer alles op papier hebben, maar digitaliseren. En dat is een continu proces. Je wilt daarbij steeds meer weten over je klant en daar controle op hebben om die klant zo goed mogelijk te kunnen bedienen. In de loop der jaren maak je daar steeds stapjes in. Wij werken bij Brandsma al heel lang met Exact. We zijn ooit begonnen met Grote Beer voor DOS en daar zat ook nog een soort CRM-pakket bij, en later werd dat Synergy. In de loop der jaren zijn daar ontzettend

veel updates in geweest. Als je die situatie van rond 2000 vergelijkt met wat we nu hebben, dan is dat natuurlijk een wereld van verschil!"

Alles digitaal bij de hand met de CRM App

Brandsma vervolgt: "Nu hebben we alle documenten digitaal op de mobiel, iPad of computer. Onze accountmanagers werken allemaal met een iPad met de CRM App. Voordeel hiervan is dat de zij altijd alle informatie bij de hand hebben. Ze kunnen bij alle werkstromen, kennen de status van het onderhoud, zien de openstaande vragen bij de klant en weten wat de geschiedenis is. Vroeger sleepte je altijd allerlei papieren documenten mee, maar dan had je weer net niet dat juiste document mee. Het is nu allemaal gewoon veel efficiënter geworden nadat we een jaar of 4 geleden CRM gingen gebruiken. Hierdoor besparen we denk ik wel een paar uur per week."

DE VERBETERING DOOR CRM

- Centraal opslaan van alle klantinformatie
- Altijd en overal inzicht in klantinformatie met de CRM App
- Efficiëntere klantbenadering, sneller reageren op de klantbehoefte
- Minder papierstromen
- Tijdsbesparing: 2 uur per week

DE BEHOEFTE

Voor Brandsma is het essentieel om onderscheidend te zijn in de dynamische koffiemarkt. Het bedrijf heeft daarom behoefte aan een oplossing om meer inzicht te krijgen in klantbehoeftes. Hiermee kunnen ze sneller reageren op klantvraag.

DE OPLOSSING

Brandsma besloot CRM binnen Synergy toe te passen, waarbij de accountmanagers allemaal gebruikmaken van de CRM App. De volgende stap voor Brandsma is de implementatie van Service Management voor optimaal onderhoudsproces.



De volgende stap: Service Management

De volgende stap voor Brandsma is de uitrol van een nieuw systeem voor Service Management. Brandsma: "De apparatuur die bij de mensen staat, moet natuurlijk regelmatig onderhoud hebben. In dit nieuwe systeem gaan we de onderhoudscontracten beheren. De voordelen die we daarvan verwachten zijn: een betere planning, het beter bijhouden van contracten voor onderhoud, nog beter inzicht voor de monteurs, en het makkelijker verwerken van werkbonnen. Dat betere inzicht leidt tot betere informatie, en dus betere communicatie naar de klant toe over het onderhoud en over de status van het apparaat. Dus alles draagt uiteindelijk weer bij aan het gebruiksgemak voor onze klanten."

Arrix: expertise en goede service

Brandsma werkt sinds 2005 met implementatiepartner Arrix, zij implementeerden het CRM-systeem en helpen Brandsma met het nieuwe systeem voor Service Management. "Het is een partij die altijd voor je klaar staat. Ze hebben veel expertise,

zowel de netwerkspecialisten als de consultants die ons verder helpen met de ontwikkeling van nieuwe pakketten. Ook bieden ze goede service. Als ik bel omdat ik iets even niet weet of als iets misgaat, dan word ik altijd snel teruggebeld en geholpen."

Steeds meer 'de waarheid' benaderen met Exact

Brandsma wordt al vanaf de introductie van de automatisering ondersteund door de oplossingen van Exact. "De toegevoegde waarde van Exact is dat het een grote partij is die continu in ontwikkeling is. De oplossingen worden elke keer weer beter. En uiteindelijk komt het pakket steeds dicht bij 'de waarheid', mede door de input van de gebruikers - waaronder mijzelf. Dit proces is oneindig, want je komt nooit bij de 'absolute waarheid', maar je benadert het wel steeds meer. Totdat je bij de werkwijze uitkomt die het beste aansluit bij jouw bedrijf en die voor jou noodzakelijk is om je klanten zo goed mogelijk te bedienen. Zoals ik eerder al zei, het is een proces waar we continu aan blijven werken, ondersteund door Exact en Arrix", besluit Brandsma.

Feiten

Naam organisatie	: Brandsma Koffie
Branche Organisatie	: Groothandel koffie
Vestigingen	: 2
Aantal medewerkers	: 20
Aantal Exact-gebruikers	: 10
Actieve Exact productlijnen	: Exact Globe, Exact Synergy, Event Manager
Focusgebieden	: CRM, Service Management
Implementatiepartner	: Arrix Automatisering
Website	: http://www.brandsmakoffie.nl/