



SALES IN DE MAAKINDUSTRIE

MODERNE SALES TEAMS

salesforce

sales cloud

Inleiding

De maakindustrie is bezig met een revolutie in klantgerichtheid. Op wereldwijd niveau houdt dit in dat producenten inzetten op innovatie in een poging om een geavanceerder aanbod te ontwikkelen en te produceren dan hun kleinere concurrenten. Het uiteindelijke doel is groei met hoge marges.

Bovendien verrichten fabrikanten inspanningen om een nauwere en op samenwerking gebaseerde relatie met klanten op te bouwen. De vraag naar realtime sales-informatie is groter dan ooit tevoren, net als de behoefte aan een supply chain die supersnel op elke situatie kan inspelen. Om deze transformatie te laten slagen, zijn informatie en inzichten waarop actie ondernomen kan worden van cruciaal belang om succesvol beslissingen te kunnen nemen.

Toch zijn de meeste maakbedrijven op dit gebied nog steeds niet in staat klanten te bieden wat ze willen en verwachten. Dit e-book gaat in op de vraag waarom dit zo is en wat de uitdagingen zijn. Bovendien draagt het solide oplossingen aan voor technologie die maakbedrijven zouden moeten toepassen om zich te onderscheiden en hun salesteams te laten concurreren in deze nieuwe wereld.

“De maakindustrie neemt 60 procent van alle export van de VS voor zijn rekening.”

Beleidsprogramma Brookings Metropolitan

Inhoudsopgave

- 03 Algemene uitdagingen
- 06 Het sales-landschap
- 09 Innovatieve oplossingen
- 12 De voordelen voor sales
- 15 Conclusie

Hoofdstuk 1

Algemene uitdagingen

In traditionele zin is de maakindustrie de bedrijfstak die met arbeidskrachten, machines, gereedschappen, chemische en biologische processen goederen produceert om te gebruiken of te verkopen. De term slaat gewoonlijk op de industriële productie waar op grote schaal producten en goederen worden gemaakt van grondstoffen.

Over het algemeen wordt vrijwel de hele maakindustrie geconfronteerd met enkele cruciale uitdagingen.

Druk op marges

Door de felle wereldwijde concurrentiestrijd die in de loop van de tijd alleen maar toeneemt, worden de marges van kleine en grote fabrikanten steeds verder uitgeknepen. Daarom zijn nu meer dan ooit technologische oplossingen nodig om het tij te keren.

Gebrek aan talent met de juiste vaardigheden

Terwijl de gemiddelde leeftijd van personeel in de maakindustrie stijgt, slaagt de branche er niet in om voldoende nieuwe mensen aan te trekken uit de nieuwe generatie aanstormend talent. De maakindustrie is over het algemeen niet de bedrijfstak waar ambitieuze millennials aan denken voor een opbouwen van een carrière. Naar schatting zijn er alleen al in de VS 600.000 vacatures in de maakindustrie.

Over het algemeen wordt vrijwel de hele maakindustrie geconfronteerd met enkele cruciale uitdagingen.

Voor zover het om specifiekere pijnpunten gaat, geven fabrikanten het volgende aan:

Geen 360-graden beeld

Hoewel snelheid binnen de maakindustrie het nieuwe credo is, zijn de processen in veel bedrijven niet 'connected'. Klant informatie zit vaak opgesloten in spreadsheets, verouderde technologie en een bonte mix van losse tools. Een ander veel voorkomend probleem zijn de gebrekkige interactiemogelijkheden tussen front- en back-office ERP-systemen. Terwijl her en der systemen ingevoerd worden, worden de verkoopmedewerkers in het veld - die toch de sleutel tot de groei van het bedrijf zijn - onvoldoende toegerust om te kunnen concurreren in de nieuwe, snelle wereld waarin zij werken.

Inaccurate prognoses van vraag en aanbod (sales)

Een ander veel voorkomend probleem in de hedendaagse maakindustrie is het onvermogen om tot een efficiënte prognose van de vraag en de daaruit resulterende orders te komen. Dit betekent dat men er problemen mee heeft om datgene wat de markt dicteert, af te stemmen op datgene wat de klanten hebben en nodig hebben. Daarom is het voor fabrikanten ook niet gemakkelijk om oplossingen te vinden om hun bedrijf en processen op de relevante schaalgrootte met succes te laten groeien.

Beperkt zicht op beschikbare kanalen

Een grote markt en een kans voor fabrikanten ligt besloten in het segment van de wederverkopers. Maar wanneer zij geen zicht hebben op de manier waarop zij binnen hun netwerken specifieke distributeurs kunnen benaderen, verzenden dergelijk kansen meestal. Fabrikanten vinden het moeilijk om samen te werken met distributeurs en dat maakt het weer moeilijk om een prognose te maken van de vraag naar producten. Pogingen om contacten aan te knopen via e-mail en offline gesprekken leveren vaak weinig op, omdat zij moeilijk te volgen zijn voor sales-mensen in het veld, vooral wanneer iemand pas later in het proces in de communicatieketen wordt opgenomen.

Bekijk nog meer bronnen over het verbeteren van je sales: [Bezoek het Salesforce Resource Center.](#)

NU BEZOEKEN

“ Bijna de helft van de Generatie Y consumenten is bereid om te betalen voor diensten die hun leven gemakkelijker maken. ”

Deloitte 2014 Gen Y Automotive Consumer Study

Klant in de spotlight:

Wärtsilä

Wärtsilä levert oplossingen die de prestaties van schepen en energiecentrales maximaliseren. Heeft meer dan 12.000 klanten en 17.700 werknemers in meer dan 160 locaties over de hele wereld. Hun uitdaging is om concurrerend te blijven door middel van een digitale transformatie van het bedrijf, nieuwe manieren om te communiceren met klanten, het verbeteren van customer intelligence en informatie beter toegankelijk en zichtbaar over meerdere functies en regio's te maken.

Zij maken gebruik van Sales Cloud (gebruikt door meer dan 2.000 mensen) om nieuwe kansen en bestaande klant accounts te beheren, Service Cloud voor alle vragen van klanten en een online kennisbasis voor technische ondersteuning, Community Cloud om online diensten te ondersteunen en hun mobiele app gebouwd op App Cloud biedt toegang tot honderden product handleidingen en installatie bulletins.

Dit heeft geleid tot een beter begrip van klanten en het bedrijf, een intelligence-driven benadering van onderhoudsdiensten, betere toegang tot informatie voor zowel de field service medewerkers en klanten, een grotere operationele efficiëntie en een sterkere groei.

[Bekijk de video >](#)



“Met Salesforce hebben we meer transparantie. Dit helpt ons onze klanten en het bedrijf beter te begrijpen, zodat we kunnen groeien, en nog betere partners kunnen zijn voor onze klanten.”

— Sini Spets, Vice President Business Development, Wärtsilä

Hoofdstuk 2

Het sales-landschap

De maakindustrie kan worden onderverdeeld in vijf hoofdcategorieën:

- Industriële producten
- Machines en apparatuur
- Elektrische componenten
- Bouwproducten
- Duurzame consumentenproducten

Bovendien kunnen fabrikanten worden onderverdeeld in “op voorraad gemaakt” - waar grondstoffen op voorraad worden gehouden en waar de productie afgestemd wordt op prognoses van de vraag - en “op bestelling gemaakt” - zoals bij een vliegtuigbouwer die een vliegtuig bouwt nadat de bestelling geplaatst is.

Ongeacht de vraag in welke categorie een fabrikant valt, ze zullen allemaal één van de volgende go-to-market verkoopprocessen gebruiken:

Direct Sales

Hierbij verkoopt een ‘direct sales’ team rechtstreeks aan een beperkt aantal klanten. Voor het succes van het team is het van kritisch belang dat zij altijd en overal toegang hebben tot back-office- en productinformatie om orders accuraat te kunnen afhandelen.



Vijftig procent van de klanten van de auto-industrie is genegen om verkoopbeslissingen te laten afhangen van positieve commentaren op sociale media.

- Capgemini,
Cars Online 2013

Agenturen

De fabrikant huurt niet zelf fulltime verkopers in, maar besteedt de verkoop uit aan een extern sales team om kosten te besparen. Dit team kan één enkele fabrikant vertegenwoordigen of een scala van verschillende bedrijven.

Distributeurs

Een distributeur verleent eerstelijns ondersteuning aan klanten. Zij fungeren als koper en wederverkoper van de producten en moeten samenwerken met de fabrikant op logistiek en prijstechnisch gebied.

Dealer of retailer

In veel gevallen is een dealer of retailer het primaire kanaal voor de interactie tussen de fabrikant en de eindklant. Een fabrikant moet met dit kanaal samenwerken om ervoor te zorgen dat hij over de volledige informatie van klanten, producten en diensten beschikt om de verkoop te kunnen optimaliseren en de klanten beter te kunnen bedienen.

Vanwege de toegenomen internationale concurrentie en de druk op de marges - zoals besproken in hoofdstuk 1 - is elk verkoopproces in hoge mate gebaat bij de volgende verbeteringen:

Extra omzet

Verkopers moeten niet alleen op zoek zijn naar nieuwe klanten. Zij moeten ook in staat zijn om bij bestaande klanten met succes upsell en cross-sell te realiseren en

producten uit hogere segmenten aan de man te brengen om de druk op de marges te verlagen. Een volledig, centraal overzicht van de historische klanttransacties en vroegere account- en orderinformatie is daarbij van vitaal belang.

Schone data

Zonder toegang tot de meest accurate data is het voor verkopers lastig om het gesprek aan te gaan met bestaande klanten over nieuwe kansen en mogelijkheden, omdat hun meest actuele behoeften niet bekend zijn. Een diepgaand inzicht in elke klant zal in sterke mate bijdragen aan betere relaties.

Vraag voorspellen

Upsell en cross-sell van producten uit hogere segmenten heeft weinig nut wanneer het product er niet is en er geen nieuwe bestelling geplaatst kan worden. Een accurate prognose van de vraag is nodig om ervoor te zorgen dat er voldoende voorraad of aanvoer is om aan extra vraag van bestaande en nieuwe klanten te voldoen.

Samenwerkingstools

Vooraf in situaties waar verkopers als team acteren zijn samenwerkingstools van het grootste belang, omdat elk teamlid daarmee toegang heeft tot dezelfde informatie. Een beter zicht op de kanalen en 'connected' systemen kunnen een grote bijdrage leveren aan de maximalisatie van de omzet van wederverkopers.

“ De maakindustrie kan worden onderverdeeld in vijf hoofdcategorieën:

- Industriële producten
- Machines en apparatuur
- Elektrische componenten
- Bouwproducten
- Duurzame consumentenproducten

”

Klant in de spotlight:

Cenveo

Het is de missie van Cenveo om bedrijven te helpen beter te communiceren met klanten, aandeelhouders en medewerkers. Waar het deze internationale producent en distributeur van printoplossingen aan ontbrak, was een effectieve manier om realtime informatie te delen met en binnen zijn sales teams en het bedrijf als geheel.

Cenveo stond onder andere voor de uitdaging dat de beschikbare informatie onsamenhangend en verspreid was, dat er geen gecentraliseerd verkoopproces bestond en er geen maatstaven waren om prestaties te meten. Het bedrijf zocht naar een manier om positieve concurrentie en samenwerking te stimuleren. Na de evaluatie van vier CRM-systemen koos Cenveo voor Salesforce op basis van de snelheid van installatie, de schaalbaarheid en de mogelijkheid om het gemakkelijk op concrete behoeften af te stemmen zonder IT te moeten inschakelen.

De CRM-oplossing wordt primair gebruikt door het sales team van Cenveo, maar is ook uitgerold bij andere afdelingen, waaronder marketing, productie en customer service. Aan de sales-kant heeft dit grote voordelen opgeleverd bij de on-demand rapportage, de toegankelijkheid van accountinformatie en de activiteiten en resources binnen het bedrijf voor teamverkoop. Het gebruik van 'eilandjes' in de vorm van spreadsheeten en andere decentrale processen is geëlimineerd.

Het gebruik van Salesforce CRM heeft ook enorme voordelen opgeleverd voor wat betreft het op één lijn krijgen van het bedrijf. Het is nu één bedrijf met één proces. De beoordeling van de prestaties van de sales-medewerkers is geen giswerk meer. De teams zijn hechter geworden door de sfeer van samenwerking en zijn nu in staat om over divisiegrenzen heen cross-sell te realiseren bij hun accounts.

“Het gebruik van Salesforce CRM heeft enorme voordelen opgeleverd voor wat betreft het op één lijn krijgen van het bedrijf. Het is nu één bedrijf met één proces.”

Hoofdstuk 3

Innovatieve oplossingen

Wij hebben vastgesteld dat veel fabrikanten moeite hebben om de concurrentie aan te gaan, omdat hun systemen niet of niet voldoende op elkaar en de buitenwereld aansluiten. Alles - van bestaande tools en applicaties binnen het eigen bedrijf tot losse spreadsheets bij individuele medewerkers - kan bedrijven belemmeren bij het stimuleren van de productiviteit van de medewerkers die direct contact hebben met klanten.

Het goede nieuws is dat er nu technologie bestaat die ervoor zorgt dat bedrijven niet langer worden belemmerd door hun verouderde processen. Fabrikanten kunnen nu innovatieve oplossingen adopteren om verouderde systemen te vervangen. Zo kunnen sales teams beter inspelen op behoeften van de klant en succesvol concurreren in het huidige ondernemingsklimaat.

Cloud CRM

Een cloud Customer Relationship Management-oplossing (CRM) stelt verkoopmedewerkers in staat om diepere, zinnvollere relaties aan te gaan met alle mogelijke klanten. Informatie en interacties kunnen exact en in realtime worden opgevolgd, zodat er snel beslissingen kunnen worden genomen. Verkopers zijn beter in staat nieuwe klanten en omzet binnen te halen en om bij bestaande klanten kansen voor upsell en cross-sell van producten uit hogere segmenten aan te grijpen.



Integratie


Enterprise Resource Planning (ERP) is een manier voor fabrikanten om data op te slaan, te beheren en te interpreteren. Maar wanneer die opgeslagen zijn in een ouder back-office-systeem, dragen ze niet bij aan het verhogen van de efficiëntie in de rest van de organisatie. De juiste integratietool kan ERP-potentieel uit het back-office ontsluiten en toegankelijk maken voor front-office-systemen zodat fabrikanten complexe distributie- en leveringsketens beter kunnen aansturen om aan de vraag naar hun producten te voldoen. Deze toegankelijkheid is ook van cruciaal belang bij het samenstellen van een rijk klantprofiel.

Analytics

Zo'n 90 procent van de wereldwijde data werd in slechts twee jaar gegenereerd en de hoeveelheid data zal tegen 2020 10x groter zijn geworden. De klantgegevens waarover sales teams in de maakindustrie beschikken, moeten niet alleen accuraat zijn, maar moeten ook met succes geïnterpreteerd kunnen worden om tot betere beslissingen te komen. Het gebruik van een analysetool kan verkopers helpen om nieuwe kansen te ontdekken en klanten gericht te benaderen.

Mobiel

Meer dan ooit tevoren moeten verkopers van fabrikanten altijd en overal over realtime informatie kunnen beschikken. De dagen dat zij aan hun bureau gebonden waren of onderweg een laptop moesten opstarten zijn voorbij. Om echt te kunnen concurreren, moeten sales-mensen de meest actuele data direct binnen handbereik hebben via een mobiel apparaat. Via een smartphone of tablet hebben verkopers direct toegang tot de nieuwste klantaccounts, ordergeschiedenis, productcatalogi, voorraadgegevens, levertijden en nog veel meer.



Fabrikanten kunnen nu innovatieve oplossingen adopteren om verouderde systemen te vervangen. Zo kunnen sales teams beter inspelen op behoeften van de klant en succesvol concurreren in het huidige ondernemingsklimaat.

Klant in de spotlight:

GE Aviation

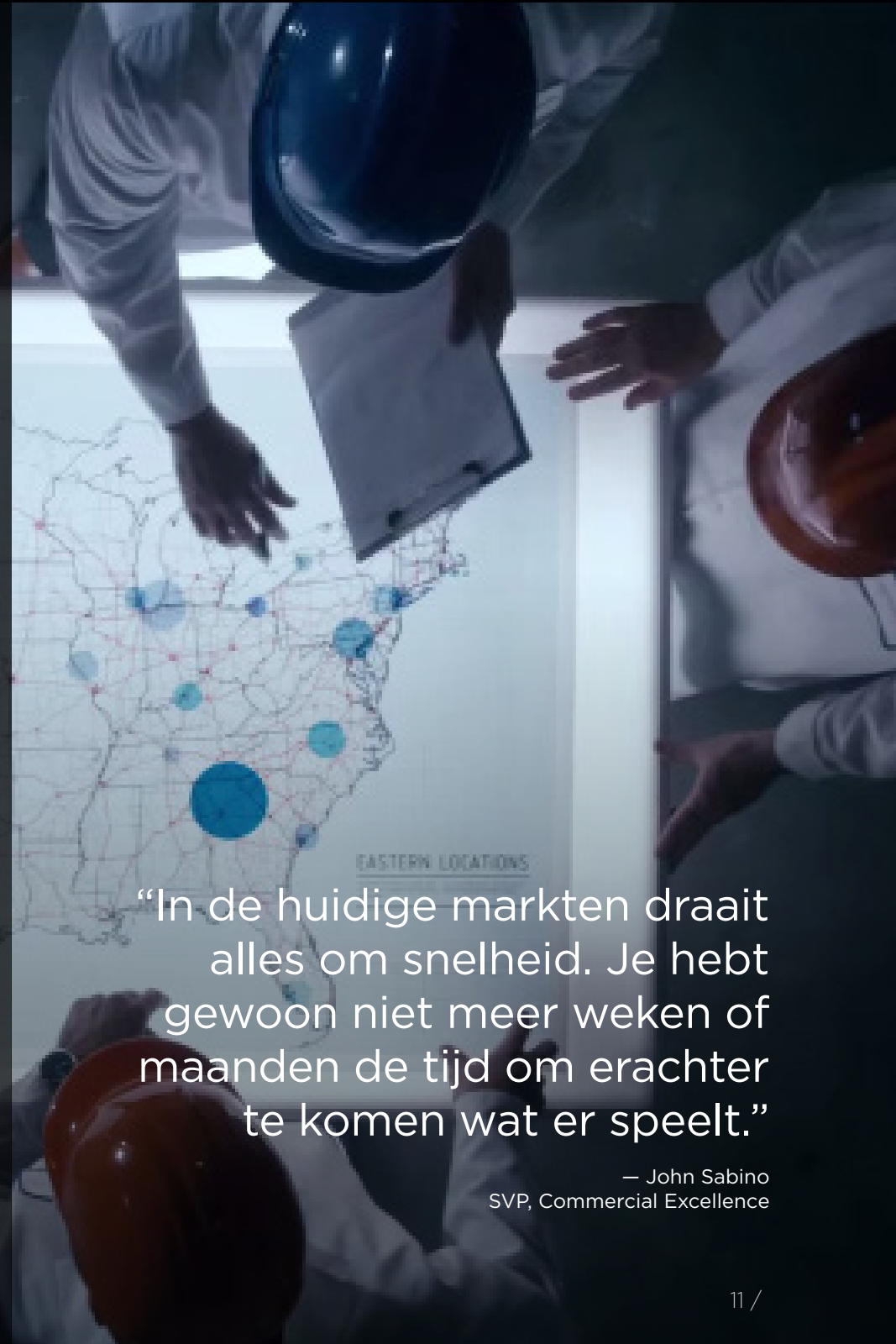
De door Thomas Edison opgerichte onderneming General Electric is nu leider in verschillende bedrijfstakken, van consumentenapparatuur en gezondheidszorg tot energieopwekking. Het innovatieve nieuwe pad dat GE Aviation bewandelt, leidt tot hechtere relaties met de klanten en maakt zelfs de producten socialer en meer 'connected'.

Om de activiteiten van GE Aviation socialer te maken, heeft het bedrijf de nieuwste cloud-technologieën omarmd en een aantal nieuwe uitgevonden. Het is Salesforce gaan gebruiken om de relaties met commerciële klanten te onderhouden en om kansen te benutten. Maar het waren de mogelijkheden tot samenwerking die de dagelijkse activiteiten echt hebben veranderd.

Chatter zorgt ervoor dat er bij de sales-activiteiten van GE Aviation intensiever wordt samengewerkt. Sales-mensen gebruiken het om documenten te delen, vragen te beantwoorden en snel feedback te krijgen. Tegelijkertijd helpen sociale netwerken GE Aviation om het merkimage up-to-date te houden en beter benaderbaar te worden voor consumenten.

Met de sociale netwerken kan de divisie consumenten een kijkje achter de schermen bieden. Deze kanalen leveren bovendien waardevolle feedback op. GE Aviation volgt de online conversaties over het merk en neemt daaraan deel. En het zijn niet alleen de mensen van GE Aviation die 'sociaal worden'. Er zijn ook nieuwe producten in ontwikkeling die met de klant zullen praten.

[Bekijk de film >](#)



“In de huidige markten draait alles om snelheid. Je hebt gewoon niet meer weken of maanden de tijd om erachter te komen wat er speelt.”

— John Sabino
SVP, Commercial Excellence

Hoofdstuk 4

De voordelen voor sales

Zodra verouderde processen en systemen vervangen zijn door nieuwe, kunnen fabrikanten talrijke voordelen aan het verkoopfront en daarbuiten verwachten. Bedrijven die cloud-technologie invoeren om de coördinatie en samenwerking binnen hun sales teams en hun organisatie te verbeteren, ondervinden daarvan grote voordelen.

Verbeterde relaties

Verkopers ontwikkelen betere relaties met hun klanten doordat zij een 360-graden beeld hebben van de historie en de behoeften van die klanten. Dit leidt tot meer kansen op upsell en cross-sell van producten uit hogere segmenten. Verkopers hebben toegang tot up-to-date informatie en zijn in staat na te gaan of er voldoende voorraad is om aan extra orders te kunnen voldoen. Het biedt bovendien fantastische mogelijkheden om klantverwachtingen te overtreffen.

Hogere efficiëntie

De verkopers besteden minder tijd aan niet-productieve, handmatige taken, worden efficiënter en kunnen meer tijd en aandacht besteden aan verbetering van de winstgevendheid. Frustraties door het werken met complexe systemen worden geminimaliseerd. Dat zorgt voor een geringer personeelsverloop, wat bijzonder belangrijk is in deze tijden waar echt talent schaars is.



Connected systemen

Fabrikanten beschikken over de tools die zij nodig hebben om hun systemen en apparatuur te verbinden met de cloud. De gegenereerde data kunnen geanalyseerd worden en als basis voor gerichte actie worden gebruikt. De samenwerking met distributeurs en de omzet die via hen wordt gerealiseerd kan gemaximaliseerd worden. Alle medewerkers hebben, waar ze zich ook bevinden, hetzelfde beeld van de klant.

Mobiele toegang

De koppeling van de data in het front- en back-office biedt de verkoopafdeling zicht op het voorraadsysteem en nog veel meer. Door deze informatie beschikbaar te stellen via mobiele apparaten, zijn sales-medewerkers altijd en overal in staat om beter te verkopen. Wie altijd zo'n compleet overzicht heeft, kan zich op cruciale momenten onderscheiden in de huidige concurrentiestrijd waar de margedruk hoog is.

Hogere omzet

Voor zover het specifiek om Salesforce CRM gaat, werd in 2014 in een onafhankelijk onderzoek door Conformit vastgesteld dat organisaties die deze oplossing gebruiken, een verbetering van 39% in de nauwkeurigheid van hun prognoses, een stijging van 32% in de verkoopproductiviteit en een stijging van 23% in hun totale omzet hadden gerealiseerd.

Bekijk nog meer bronnen over het verbeteren van je sales: [Bezoek het Salesforce Resource Center.](#)

NU BEZOEKEN



Bedrijven die cloud-technologie invoeren om de coördinatie en samenwerking binnen hun sales teams en hun organisatie als geheel te verbeteren, ondervinden daarvan grote voordelen.



Klant in de spotlight:


Schneider Electric

Schneider Electric is één van de grootste producenten ter wereld op het gebied van stroomdistributiesystemen, industriële besturingen en automatisering. Het bedrijf is met meer dan 100.000 werknemers actief in meer dan 100 landen. Schneider helpt energiebedrijven bij de distributie van elektriciteit, ontwerpt automatiseringssystemen, beheert de stroomvoorziening in gebouwen en nog veel meer.

Hoewel Schneider over een CRM-oplossing beschikte, was de acceptatie daarvan zeer slecht. Zij hadden problemen met de invoering ervan in grotere landen en het ontwikkelingsproces nam teveel tijd in beslag om te kunnen voldoen aan de urgente behoeften. Dat leidde ertoe dat IT zijn tijd vooral besteedde aan het onderhouden van deze software en niet meer toekwam aan het brengen van toegevoegde waarde voor het bedrijf.

Salesforce CRM kon Schneider overtuigen met een beter track record op het gebied van acceptatie en het vermogen om aan complexe eisen te voldoen. Daarom startte het bedrijf al snel een pilotproject met 300 gebruikers. Deze pilot leidde tot het “One Schneider”-programma, een wereldwijde front-office oplossing voor interactie met klanten voor 30.000 gebruikers in 70 landen in sales, service, marketing en operations.

[Bekijk de film >](#)



“Wij verbinden mensen met hun omgeving. Wij verbinden mensen met hun machines. Alles wat Salesforce realiseert, helpt ons enorm vooruit.”

— Jean-Pascal Tricoire
CEO, Schneider Electric



Conclusie

Maakbedrijven over de hele wereld werken eraan om hechtere relaties met hun klanten op te bouwen. Om succesvol te kunnen zijn en te verkopen, moeten zij een transformatie ondergaan. De behoefte aan realtime verkoopinformatie is nog nooit zo groot geweest. Om sterke relaties met klanten op te bouwen, moeten fabrikanten deze centraal, volledig en up-to-date in kaart brengen.

De voorgaande pagina's dragen solide oplossingen aan voor de cloud-technologie die maakbedrijven zouden moeten invoeren om alles en iedereen altijd 'connected' te houden om de sales teams effectief te laten concurreren in deze nieuwe wereld. De winnaars zullen diegenen zijn die optimaal gebruikmaken van deze revolutie en erin slagen hun bedrijf te transformeren naar een echt klantgerichte en 'connected' speler in de maakindustrie.

VERKOOPOPLOSSINGEN WAAR JE BEDRIJF NOG PRODUCTIEVER VAN WORDT

Als je je verkoop wilt verhogen en een transparant verkoopproces wilt opzetten, heb je een gebruiksvriendelijk Customer Relationship Management-systeem nodig. Met Salesforce kun je contactgegevens over klanten en prospects, accounts, leads en verkoopkansen allemaal op één centrale plek opslaan.

[Meer informatie ›](#)

32% meer verkopen.

40% hogere verkoopproductiviteit.

32% meer omzet.



De informatie in dit e-book is alleen bedoeld als informatie aan onze klanten en heeft uitsluitend een informatief doeleinde. Publicatie door Salesforce vormt geen aanbeveling. Salesforce geeft geen garantie ten aanzien van de nauwkeurigheid of volledigheid van de informatie, tekst, afbeeldingen, links of andere items in dit e-book. Salesforce geeft geen garantie dat je bepaalde resultaten zult behalen als je de adviezen uit het e-book opvolgt. Je kunt het beste contact opnemen met een professional zoals een advocaat, accountant, IT-architect, bedrijfsadviseur of professioneel technicus voor specifiek advies voor jouw situatie.

© 2014 Salesforce.com. Alle rechten voorbehouden.

BRONNEN DIE MISSCHIEN OOK INTERESSANT ZIJN VOOR JE:



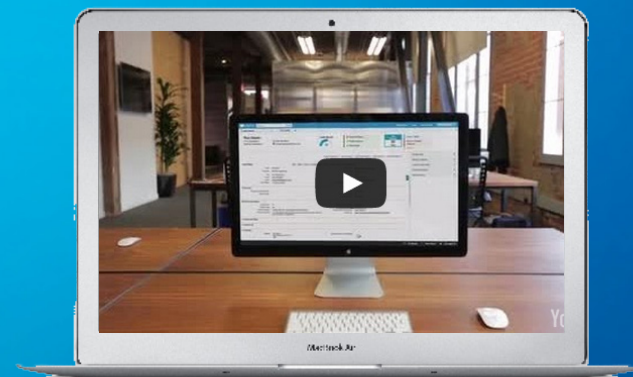
The Customer Economy:
Hoe topindustrieën
op de grootste uitdagingen
van deze tijd inspelen

[Downloaden >](#)



Hoe zorg ik dat mijn
buitendiensthelden
productiever worden

[Downloaden >](#)



Bekijk een demo

[Nu bekijken >](#)



THE CUSTOMER SUCCESS PLATFORM