

“Met minder vertegenwoordigers bieden we nu offertes aan met een hoger omzetvolume”



Marc van Bragt  
MARKETING & SALES MANAGER

NASSAU Indus Deur levert als onderdeel van het Deense NASSAU DOOR A/S al bijna 40 jaar de hoogste kwaliteit industriële deuren. Maar kwaliteit is niet alleen van belang bij productie en levering. Voor NASSAU Indus Deur speelt kwaliteit in service een steeds grotere rol. Marc van Bragt (Marketing & Sales Manager) licht toe welke bijdrage Sofon levert in de omschakeling van productiegericht naar servicegericht bedrijf.

## Eenvoudiger scoren door beter inzicht in offerteportefeuille

### KENNIS

Het verkopen van industriële deuren betekent het leveren van klantspecifieke oplossingen, want iedere deur is net even anders. Van Bragt: “Onze medewerkers hadden vroeger veel kennis en ervaring nodig om een industriële deur op een correcte manier aan te bieden. En daar ging wel eens wat mis. Eveneens duurde het offeren en leveren veel te lang. En dat zijn nu juist de uitdagingen als deurenbedrijf: op tijd en compleet leveren. Afwijkingen in de logistieke bedrijfsketen van levering tot en met complete installatie hebben nu eenmaal grote financiële consequenties.”

### VERTROUWEN EN BEWIJSVOERING

NASSAU Indus startte een zoektocht naar een configurator die een nuldefect-levering mogelijk kon maken. “Voor ons speelde vertrouwen en bewijsvoering een belangrijke rol bij de selectie. Uiteindelijk viel de keuze op Sofon, mede dankzij haar positieve referenties. Enkele Sofon-klanten waren heel open en deelden hun ervaringen met ons over hun Sofon-gebruik. Dit versterkte het vertrouwen in het bedrijf. Return-on-Investment-berekeningen toonden eveneens aan dat de investering vlot terugverdiend zou zijn. En die verwachting werd bewaarheid.”

### TERUGVERDIENTIJD

NASSAU Indus nam een half jaar de tijd om werkmethode te herzien en kennis onder te brengen in Sofon. “Na dit half jaar konden onze

verkopers de vastgelegde kennis in Sofon inzetten om – middels een vraag-antwoordmethode – producten samen te stellen en offertes te genereren. Door de inzet van Sofon zijn wij als organisatie slimmer geworden, want offertes zijn nu altijd correct en producten 100% maakbaar. We hadden Sofon na één jaar al ruim terugverdiend, omdat er minder deuren foutief geleverd werden. Maar ook omdat de inwerktijd verkort is en er minder mensen nodig zijn bij het offerteproces.”

### ONDERSCHEID

NASSAU Indus wilde echter meer dan alléén een kwalitatief goed product leveren. “Er is veel concurrentie in de markt en industriële deuren hebben vaak een lange levensduur. Enkel nieuwe deuren leveren, is dus niet interessant genoeg. Wij wilden ons onderscheiden op het gebied van service in de markt. En dan niet zomaar service, maar de beste service. Zo zijn wij 24/7 bereikbaar en komen wij vlot met een oplossing, want een defecte deur kost de klant geld. Wij denken dus volledig met de klant mee: van bedrijfszekerheid tot aan veiligheid. Onze adviezen zijn ook afgestemd op de klant. Zo heeft een bedrijf met high tech-artikelen wellicht heel andere veiligheidsmaatregelen nodig dan een bedrijf met schoonmaakartikelen. Sofon helpt ons bij het geven van goede adviezen en het afhandelen van service calls. We zetten Sofon zowel in voor *new business* als voor service bij bestaande klanten. Zo maken

## “Met minder vertegenwoordigers bieden we nu offertes aan met een hoger omzetvolume”

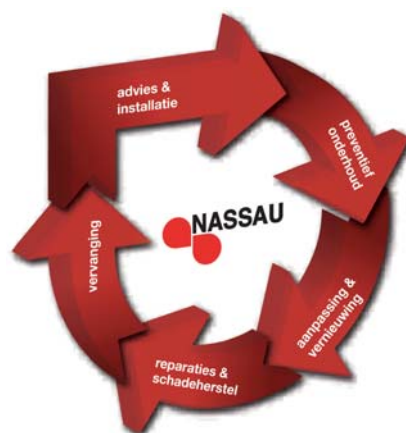
we met Sofon niet alleen een verkoopopdracht aan, maar ook alvast een concept servicecontract. Een getekend servicecontract kost je dan eigenlijk geen moeite.”

### LAGERE SERVICEKOSTEN

Ook in deze tijden van kostenbesparingen blijft NASSAU Indus met de klant meedenken. “Je ziet dat klanten nu al snel op onderhoud willen besparen. Juist wij tonen aan dat wij hun servicekosten kunnen laten dalen. Wij monitoren bijvoorbeeld de servicekosten per deur. Vaak komen we tot de conclusie dat 20% van de deuren voor 80% van de kosten zorgt. Juist die deuren pakken we dan aan. Mogelijk is een van die deuren toch echt toe aan vervanging, of is er door een oude leverancier een niet-geschikte deur geplaatst. Een deur die continu open- en dichtgaat heeft veel te lijden. Een logische keuze is dan om deze standaarddeur te vervangen door een snelroldeur. Snelroldeuren zijn wel duurder in aanschaf dan een standaarddeur, maar de klant bespaart zoveel op servicekosten dat dit zo terugverdiend is.”

### MONITOREN

NASSAU Indus heeft dankzij Sofon een compleet overzicht van alle geïnstalleerde deuren. Ook heeft NASSAU Indus middelen in handen om deuren, verkopers en verkoopkansen te monitoren. “Met Sofon heb ik de offerteportefeuille precies in kaart. Zo zie ik direct op welke mogelijke deals we moeten focussen en aan welke (potentiële) klanten we wat meer



aandacht moeten besteden. Eveneens hebben we de mogelijkheid om verkooprapportages te maken en zo de omzet, marge en korting per verkoper te volgen ten opzichte van het budget. Dit heeft positief uitgedrukt voor ons. Met minder vertegenwoordigers bieden we nu offertes aan met een hoger omzetvolume.”

### MEER TRANSPARANTIE

Inmiddels werkt de Belgische vestiging – NASSAU Door – ook met Sofon. “Nu Sofon ook in België draait, is er meer transparantie. Zo hebben we nu één prijslijst voor twee landen. En die prijs is up-to-date. Zo zullen we nooit een onderdeel voor een te lage prijs verkopen. Onze Belgische vestiging geniet nu ook van de voordelen van uniform offerreren en kwaliteits- en tijdsinstaan. Ik wil beide vestigingen graag op eenzelfde niveau brengen. En Sofon helpt daarbij; inmiddels is de verkoop van servicecontracten in België al met 100% toegenomen.”

## WAT BEREIKTE NASSAU INDUS DEUR MET SOFON?

### 1e fase

- Offertes en orders worden sneller en met minder inspanning gemaakt
- Offertes en contracten zijn compleet, helder, uniform en foutloos
- Minder mensen betrokken bij het offerteproces
- Aangeboden producten zijn altijd realiseerbaar in productie

### 2e fase

- Serviceovereenkomst wordt automatisch gegenereerd
- Offerteportefeuille in kaart; bevordert monitoren en aansturen
- Harmonisatie van de organisatie en aanpak van verkoop en service in België en Nederland
- Minder vertegenwoordigers bieden nu offertes aan met een hoger omzetvolume
- Inwerktijd nieuwe medewerkers verkort
- Productkennis is gedocumenteerd
- Meer transparantie

