

“Mit Sofon beträgt die Durchlaufzeit unserer Angebote 3 Minuten. Früher waren es 3 Tage!”



v.l.n.r. Rene Holen AUTOMATISIERUNG  
Folkje Sjoerdsma MANAGER FRONT- UND BACKOFFICE

Dokkumer Vlaggen Centrale (DVC) ist Hersteller und Lieferant von Werbekommunikationsmitteln auf Tuch, von Flaggen mit einem Firmenlogo bis hin zu Werbung für das neueste Automodell. DVC ist Marktführer in den Niederlanden und ist über Agenturen auch im Ausland tätig. Der Verkaufsinendienst von DVC arbeitet seit einiger Zeit mit Sofon. Zusammen mit Folkje Sjoerdsma (Manager Front- und Backoffice) und Rene Holen (Automatisierung) halten wir Rückblick auf diese Periode und werfen einen Blick in die Zukunft.

## DVC verbessert Durchlaufzeit der Angebote

### KOMMERZIELLE SCHLAGKRAFT

Ursprünglich ist Dokkumer Vlaggen Centrale (DVC) ein Produktionsunternehmen. DVC war bestrebt, mit der Zeit zu gehen und die Effizienz und kommerzielle Schlagkraft des Unternehmens zu verbessern. Dabei war das Wunschziel, dem Kunden Angebote rasch unterbreiten zu können. Bereits seit einigen Jahren haben ausländische Kunden ein System zur Verfügung, mit dem rasch ein scharf kalkulierter Preis berechnet werden kann. Holen: “Unsere Resellers im Ausland wollten die Kalkulationsdaten selbst zur Hand haben, damit sie sich dafür nicht dauernd an unsere Exportmitarbeiter in Dokkum (NL) wenden müssen. Aus diesem Grund haben wir ein webbasiertes Tool gesucht, das wir selbst auf benutzerfreundliche Weise pflegen konnten. Zufällig stießen wir auf den Web Sales Configurator von Sofon. Nach dem ersten Kennenlernen und einer Produktdemonstration waren wir eigentlich schon überzeugt. Das war die Lösung unseres Problems! Denn der Web Sales Configurator hat Modelle, mit denen ein Reseller gestaffelte Preise berechnen kann. In den Modellen sind komplexe Berechnungen enthalten, mit denen für jede beliebige Anzahl und jedes Format von Flaggen die effizienteste Druckmethode ermittelt wird. Dadurch entsteht automatisch der beste Preis. Die Modelle im Web Sales Configurator haben wir ins Englische, Deutsche und Französische übersetzt, wodurch ein Reseller Preise in seiner Muttersprache berechnen kann. Inzwischen läuft der Web Sales Configurator bereits rund drei Jahre zur vollen Zufriedenheit bei unseren Resellers.”

### FREIHEIT

Nach der Einführung des Web Sales Configurators entstand bei DVC die Idee, diese Lösung um den

Angebotsgenerator (Proposal Organizer) zu ergänzen, um so den Kunden in den Niederlanden rasch ein Angebot unterbreiten zu können. Holen: “Der Web Sales Configurator kam so gut an, dass es eine logische Folge war, für unseren Verkaufsinendienst den Proposal Organizer anzuschaffen. Dafür wurden die Rechenmodelle ergänzt und alle unsere Handelsartikel wurden hinzugefügt.” Natürlich hatte DVC auch konkurrierende Anwendungen abgewogen. Sjoerdsma: “Sofon war eigentlich das einzige Paket, bei dem die Konfiguration nach unseren eigenen Wünschen eingerichtet werden konnte. Sofon liefert Tools, mit denen wir unsere eigenen Produkte selbst maßgeschneidert definieren können. Für uns war sehr wichtig, dass wir diese Freiheit hatten. Diese Freiheit hat man beispielsweise nicht bei einem speziell entwickelten Paket. Da ist man vom Hersteller abhängig.” Der Verkaufsinendienst von DVC arbeitet seit einiger Zeit voll mit dem Proposal Organizer. “Der Implementierungsprozess ist völlig problemlos verlaufen”, so Sjoerdsma. “Das haben wir durch eine gute Vorbereitung erreicht. Zusammen mit Sofon haben wir ein Pilotprojekt durchgeführt. Dafür ließen wir unsere Verkäufer eine große Menge eigener Cases anliefern. Diese Cases musste dann ein anderer Verkäufer mit Hilfe von Sofon lösen. So konnten wir prüfen, ob Sofon alles konnte. Schließlich wurden viele Cases bearbeitet, die mit Sofon sehr schnell zu lösen waren. Der Grund dafür liegt vor allem darin, dass Sofon so anwenderfreundlich ist.”

### RIGOROS

DVC hat seine Mitarbeiter am kompletten Prozess beteiligt. Sjoerdsma: “Eine solche Umstellung hat immer starke Auswirkungen, aber durch die Einbeziehung der Mitarbeiter am Prozess waren diese sehr



## “Mit Sofon konnten wir jetzt bereits 20% mehr Auftragseingänge verzeichnen als im gleichen Vorjahreszeitraum”

flexibel und veränderungswillig. Wir haben sie auf die Umstellung durch Schulungen vorbereitet. Das haben wir mit voller Absicht und ganz rigoros getan. Wir wollten nicht, dass unsere Mitarbeiter in die alten Methoden zurückfallen. Früher nahm unser Frontoffice die Anrufe entgegen, notierte auf Papier die Daten für die Erstellung eines Angebotes, und das Backoffice erstellte dann schließlich das Angebot. Nun sind alle diese Papiere verschwunden, und alles geschieht in Sofon. Das komplette Angebot (Preise und Texte) wird bereits während des Telefonkontaktes mit dem Kunden erstellt. Das ist möglich, weil das Produkt von Sofon durch einen Frage-Antwort-Ansatz konfiguriert wird. Diese Methode stellt sicher, dass unsere Angebote einfach und schnell zusammengestellt werden und immer fehlerfrei sind. Denn Unmögliches wird von Sofon gleich ausgeschlossen. Früher waren unsere Angebote praktisch auch fehlerfrei. Der Grund dafür war, dass es eine zusätzliche Prüfung durch einen Kollegen gab. Diese Kontrolle ist nun nicht mehr notwendig, was Zeitersparnis gebracht hat.“

Holen ergänzt: “Diese Zeitersparnis ist sogar so groß, dass sofort nach Beendigung des Telefongesprächs dem Kunden per E-Mail ein professionelles, kundenfreundliches Angebot zugesandt wird. Mit Sofon beträgt die Durchlaufzeit unserer Angebote 3 Minuten. Früher waren es 3 Tage. Die Kunden sind davon begeistert. Seit dieser Zeit merken wir, dass die Bestellung jeweils bereits innerhalb von wenigen Minuten eingeht. Es ist sehr wichtig, dass während des ‘warmen’ Kundenkontakts sofort ein Angebot geschickt werden kann. Jetzt überlegt es sich ein Kunde nicht mehr so oft anders.“ Und das ist an den gestiegenen Abschlussquoten festzustellen. Sjoerdsma: “Wir konnten jetzt bereits 20% mehr Auftragseingänge verzeichnen als im gleichen Vorjahreszeitraum. Das übertrifft unsere Erwartungen! Der Grund dafür liegt natürlich in unserer kurzen Reaktionszeit, aber auch im Cross Selling. Mit Sofon können unsere Mitarbeiter aktiv mit dem Kunden mitdenken. Wenn ein Kunde eine Bestellung aufgibt,

schauen wir immer, ob er an alles gedacht hat. So sind unsere Mitarbeiter proaktiv und besonders eingebunden. Das wird sehr geschätzt.”

### INTEGRATION

DVC arbeitet mit Mirosoft CRM. Für DVC war es sehr wichtig, dass Sofon an das CRM-System gekoppelt werden konnte. Holen: “Die Integration wurde während unserer intensiven Zusammenarbeit mit Sofon entwickelt und komplett getestet. Diese Verbindung liegt nun bei Sofon und kann so bei einem anderen Kunden verwendet werden, der mit Mirosoft CRM arbeitet. So haben wir durch unsere Anmerkungen und Wünsche auch die Entwicklung eines Sofon-Produktes beschleunigen und verbessern können.” Durch das erstellte Verbindungsprogramm kann Sofon die erforderlichen Kundendaten aus CRM holen, um ein Angebot zu erstellen. “Inzwischen ist unser CRM-Paket wieder an unser ERP-System Baan gekoppelt”, so Sjoerdsma. “Diese Verbindungen funktionieren hervorragend. Es werden keine Fehler konstatiert. Stärker noch: die Anwender wissen oft gar nicht, dass es sich um separate Applikationen handelt, weil der Anschluss so problemlos funktioniert.“ Sjoerdsma ist deshalb von Sofon begeistert: “Sofon läuft hervorragend – aber auch der eigene Input ist wichtig. Dafür haben wir bei DVC viel Zeit investiert; deshalb können wir nun sehr komfortabel arbeiten. Die Redensart ‘Eine gute Vorbereitung ist die halbe Arbeit’ trifft hier also wirklich zu.”

### ZUKUNFTSPÄNE

In Zukunft ist bei DVC an verstärkten Einsatz von Sofon gedacht. Sjoerdsma: “Auch unsere Exportabteilung wird mit Sofon arbeiten. Darüber hinaus wollen wir eine Funktionalität auf unserer Website entwickeln, mit der Kunden selbst Webbestellungen zusammenstellen können. Diese Anfragen müssen direkt in unser CRM-System gelangen. Dafür werden wir Sofon dann auch nutzen, aber das ist noch Zukunftsmusik.”

## WAS HAT DIE DOKKUMER VLAGGEN CENTRALE MIT SOFON ERREICHT?

- 20% mehr Bestellungen
- Höhere Abschlussquoten
- Durchlaufzeit der Angebote: von 3 Tagen auf 3 Minuten reduziert
- Händler machen ihre Preiskalkulationen selbst
- Angebote werden am Telefon gemacht (keine Doppelarbeit mehr)
- Angebote müssen nicht mehr von einem Kollegen geprüft werden
- Effizientere und flexiblere Arbeitsweise
- Verkäufe auf Cross Selling ausgerichtet
- Kürzere Schulungszeit
- (Einstands-)Preisberechnung ist genau
- Effizienter Verkaufsprozess durch guten Anschluss an CRM und ERP

