

NEWS LETTER

edito

Een nieuw jaar, nieuwe kansen, nieuwe leads en nieuwe klanten. Hoe gaat u dat allemaal structureren zodat u leading blijft? Wij geven u alvast wat invalshoeken.

Blijven communiceren naar de juiste doelgroep is succeswaarde nummer 1, maar ook business analysis blijft belangrijk. Het belang van actuele data voor deze analyse wordt op pagina 2 onderstreept.

Alain Vande Kerkhove van Getronics vertelt ons dat een marketingcentric aanpak zorgt voor meer succes en een efficiëntere inzet van resources. Zijn verhaal leest u op pagina 3.

Wij wensen u een succesvol 2006!

Pierre Mercier

Hoeveel nieuwe klanten moet u dit jaar werven?

Bij veel bedrijven is het vrijwel normaal geworden dat er weinig of geen aanvragen van nieuwe klanten binnenkomen. Toch zult u ook dit jaar weer nieuwe klanten nodig hebben om uw objectieven te realiseren. De rekensom kan eenvoudig zijn. Wanneer u een inschatting maakt van de business die de bestaande klanten dit jaar binnenbrengen en de bestaande pipeline daaraan koppelt, kunt u waarschijnlijk al vlug zien hoeveel nieuwe klanten u nodig heeft om de doelstellingen waar te maken.

▼ Eerst zaaien, dan oogsten

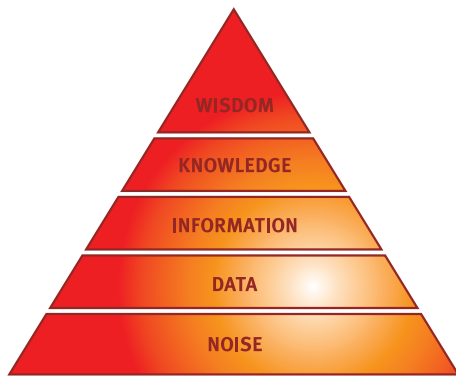
De beste manier om deze nieuwe klanten te werven is natuurlijk door te zorgen dat een aantal prospects u spontaan benaderen. Daarom is het belangrijk om te streven naar een gelijkmatige stroom van spontane contacten. Laten we aannemen dat de bovenstaande berekening voor uw bedrijf uitkomt op 50 nieuwe benodigde klanten. Dat is veel, maar over het hele jaar verspreid komt dat getal overeen met 4 tot 5 nieuwe klanten per maand. Dat is al veel beter te overzien. Om die gelijkmatige stroom van spontane aanvragen in gang te zetten, is het essentieel dat u even gelijkmatig communiceert: uw naam moet immers spontaan bovenkomen op het juiste moment. U moet zaaien om later te kunnen oogsten.



▼ Bouw aan uw pipeline

Doorlopend de prospectie blijven bewaken is een voorwaarde voor succes. Hoe meer contactmomenten u heeft, hoe vaker u een aanbod kunt doen en des te hoger zal uw omzet zijn. Maar met welke informatie kunt u de juiste prospects vinden, en via welke acties kunt u ze met zekerheid bereiken? Prospectie is te belangrijk om over te laten aan uw junior verkopers alleen: de toekomstige klanten zijn immers de toekomst van uw bedrijf. Met de juiste informatie kunt u de juiste prospects voor 2006 kwalificeren en identificeren. Goede jacht!

De weg van informatie naar kennis



Specifieke kennis is een voorwaarde om nieuwe businessplannen te maken en succesvolle strategieën uit te zetten. Hoe komt uw organisatie tot een proces om die kennis te ontwikkelen? De Informatie Pyramide geeft daar een helder beeld van.

De eerste 'noise' laag geeft uw onderbuikgevoel weer: "Ik denk dat de markt groeit", "Er zullen ongeveer x ondernemingen zijn die gebruik maken van die specifieke ERP software".

Een onderbuikgevoel wat ons in de praktijk toch vaak in de steek laat en zeker geen basis vormt om een strategie op te bouwen. De twee lagen erboven zijn het specialisme van Computer Profile. Uniforme data, actuele algemene marktgegevens die inzicht geven in de markt en de mogelijkheid om selecties te maken zodat data omgezet kan worden in specifieke informatie. De kwaliteit en actualiteit van deze feiten is essentieel om de stappen hierna succesvol te laten zijn. Daar mag u ons op afrekenen.

Dit is de basis voor business analysis. Een analyst interpreteert, legt verbanden en koppelt de informatie aan de kennis en ervaring binnen de organisatie. En dikwijls vergelijken ze de gegevens ook met onderzoeken van andere externe informatiebronnen. Dit proces maakt het verschil tussen 'business as usual' en succes. Het succes ligt vooral in handen van die business analisten die in staat zijn om de uniforme informatie op de juiste wijze te benutten en deze om te zetten in uw eigen specifieke marktkennis.

Buying intentions gedurende de laatste 3 maanden van 2005 met installatiedatum in 2006

	NL	BeLux	Benelux		NL	BeLux	Benelux
ERP	45	56	101	SERVERS	117	145	262
STORAGE	51	47	98	DESKTOPS	75	108	183
PBX	49	63	112	LAPTOPS	23	35	58
VoIP	88	80	168	THIN CLIENT	24	13	37
WIRELESS	40	28	68	FLATSCREEN	37	52	89
ALL IN ONE PRINTER	40	25	65	PDA	35	31	66

success story

Getronics wordt 'marketingcentric' organisatie

Alain Vande Kerkhove startte ruim een jaar geleden als Director Marketing bij Getronics België. Het is zijn doelstelling om marketing en marktinformatie op een strategischer niveau in te zetten. Naar zijn zeggen een voorwaarde voor een 'marketingcentric' organisatie.

Wat houdt een marketingcentric organisatie in ?

"Dat betekent dat een onderneming zich ontwikkelt en organiseert op basis van een grondige kennis van de markt en de evoluerende behoeften van de klant. Getronics is hiermee een nieuwe weg ingeslagen. De rol van marketing hierbij is om de markt te analyseren en te evalueren om vervolgens te kunnen anticiperen op technologische ontwikkelingen. Om een dergelijke organisatie te kunnen zijn, moet men wel eerst de markt kennen. Met de database van Computer Profile zijn wij voortdurend bezig de markt gestructureerd in kaart te brengen, volgens zorgvuldig gespecificeerde criteria."



Alain Vande Kerkhove
Director Marketing, Getronics België.

Wat is het voordeel van deze aanpak ?

"Onze strategie is gebaseerd op harde feiten in plaats van veronderstellingen. Dankzij deze harde feiten en data, verfijnd met onze interne kennis, kunnen we nu sneller de juiste focusgebieden vinden en het exacte businesspotentieel bepalen. Op basis hiervan kan het hele bedrijf georganiseerd worden. Wij kunnen bijvoorbeeld het aantal benodigde consultants of pre-sales bepalen, of aanvullende training plannen, naar aanleiding van de targets die gebaseerd zijn op 'echte' cijfers.

100% kwaliteit bestaat niet en marktstudies zijn geen exacte wetenschap.

Maar de ervaring leert dat we met deze aanpak de kwaliteit en resultaten aantoonbaar vergroten. De activiteiten die we op marketinggebied ondernemen hebben nu meetbare effecten. Doordat de organisatie de middelen op de juiste wijze heeft klaarstaan kunnen deze resultaten sneller en efficiënter omgezet worden in goede businessresultaten.

De onderliggende informatie waarop deze intelligentie is gebouwd houden we constant up-to-date. De relevantie ervan blijft de 'key succes factor' van onze activiteiten."

Over Getronics

MET CIRCA 27.000 MEDEWERKERS IN RUIM 30 LANDEN EN EEN OMZET VAN EUR 3 MILJARD IS GETRONICS ÉÉN VAN 'S WERELDS TOONAANGEVENDE AANBIEDERS VAN ICT-OPLOSSINGEN EN DIENSTEN.

latest news

▼ Nieuwe medewerkers in support

Hilly Lamlih-Maas en Gettje Nieuwenhuis zijn de twee nieuwe gezichten in het Computer Profile support team. Hilly ondersteunt het team als telefoniste/receptioniste. Hiervoor heeft zij naast een universitaire studie Spaans, een brede ervaring opgedaan in diverse administratieve functies. Gettje, die internationale ervaring heeft opgedaan tijdens haar studie International Tourism Management and Consultancy, staat als supportmedewerker de Computer Profile klanten te woord en ondersteunt in alle mogelijke vragen over CPWeb en de mogelijkheden van de database.

▼ Callcenter capaciteit in Breda uitgebreid

Het Computer Profile callcenter in Breda is aanzienlijk uitgebreid tot 14 vaste werkplekken. In tegenstelling tot het callcenter in Brussel, wat zich met name richt op de kwaliteit en actualiteit van de Computer Profile database, houdt het callcenter in Breda zich uitsluitend bezig met de uitvoering van leadgeneratie campagnes voor onze klanten. De snel groeiende vraag naar deze diensten heeft geleid tot de recente uitbreiding. "Wij zijn blij met de geheel vernieuwde telemarketingruimte, waar extra werkplekken zijn gecreëerd zodat we de groeiende hoeveelheid leadgeneratieprojecten uitstekend op kunnen vangen", aldus Wadse de Visser en Janneke Corver, projectmanagers voor de campagnes.

Mutatie-overzicht: 1 januari 2005 ten opzichte van 31 december 2005

	01/01/2005	31/12/2005	Creations	Deletions	Updates
NEDERLAND					
# SITES	14.649	15.109	1.080	620	14.697
# CONTACTPERSONEN	74.906	81.604	20.407	13.709	79.906
BELUX					
# SITES	9.297	9.635	643	305	9.528
# CONTACTPERSONEN	52.789	58.271	13.051	7.569	57.794

... In 2006 zullen voor alle nieuwe bedrijven en contactpersonen ook de 'creation dates' in de database zichtbaar worden. Een extra mogelijkheid om ieder moment selecties van de nieuwste prospects te maken.

www.computerprofile.com



Computer Profile bvba
Horizon Park 6
Leuvensesteenweg 510 nr 45
1930 Zaventem
Belgium
Tel: +32 (0)2 720 51 33
Fax: +32 (0)2 720 11 48

COMPUTER PROFILE
B E N E L U X

Computer Profile Nederland bv
Saksen Weimarplein 6
4818 LD Breda
The Netherlands
Tel: +31 (0)76 522 94 30
Fax: +31 (0)76 520 19 75

Vormgeving en productie: Size Communication
Redactie: Marcommit