

## NEWS LETTER

edito

Deze newsletter staat geheel in het teken van market intelligence. Wij zijn ervan overtuigd dat market intelligence onmisbaar is in de hedendaagse concurrerende markt. We merken dan ook dat business analysts zoals Toon van der Werf (pagina 2) en Wilfred van Wel (pagina 3) steeds belangrijker worden, waar vroeger marketing en sales het meest gehoord werden. Lees hoe deze business analysts zelf naar de markt kijken en hoe zij richting aan hun organisatie geven.

Pierre Mercier

## Verbeter uw salesproductiviteit door segmentatie!

Het wordt steeds belangrijker om het uiterste uit uw verkoopmiddelen te halen. Dat is vooral het geval indien uw organisatie zich niet alleen richt op de grotere accounts, maar eerder op de kleine en middelgrote ondernemingen. Het benaderen van de KMO-markt vraagt dan ook om een goede segmentatie. Zo weet u zeker dat u de juiste verkopers op het juiste moment naar de juiste klant stuurt. En is niet iedereen op zoek naar meer doeltreffendheid?

### ▼ Intelligentie

De segmentatietendens binnen de marketing is enerzijds ontstaan door een veranderde benadering van de KMO-markt en anderzijds door het teruglopen van de marges, en zet steeds verder door. Deze marketingaanpak zorgt voor betere resultaten, aangezien de slagingskans en de ROI

op marketingactiviteiten er een stuk hoger door worden. Een succesvolle aanpak vereist echter wel relevante en betrouw-

bare informatie om de markt te kunnen overzien en te segmenteren. We zien dan ook dat de rol van businessanalyse en strategische marketing steeds belangrijker wordt. Door een grondig uitgevoerde marktanalyse kunt u immers het meest geschikte marktsegment ontdekken.

### ▼ Leads, geen werk!

Om een 'business en market intelligence' aanpak te kunnen opstellen heeft u allereerst de juiste informatie op het juiste moment nodig. En deze informatie en kennis vindt u in een up-to-date database.



Met meer intelligentie bent u in staat om kwalitatieve leads te genereren. Hiermee kunt u de productiviteit van uw sales verbeteren. Uw verkopers moeten meer op kwaliteit zoeken in plaats van kwantiteit. Zij hebben dus leads nodig waarbij de kans om te slagen groot is. Leads, geen werk!

## Marketing intelligence als fundering

Eerder concludeerden wij al dat de rol van de business analysts steeds belangrijker wordt. Belangrijk om data en feiten om te kunnen zetten in informatie en kennis. Dan pas geldt marketing intelligence als fundering en kunnen business analysts de juiste strategie bepalen.

### ▼ Een betere fit

Toon van der Werf is zo'n business analyst en in die hoedanigheid werkzaam bij Getronics PinkRoccade. Ook hij onderkent het belang van business analyse in de hedendaagse zakenwereld. "Wij hadden tot 2001 ook te maken met een booming markt en het was gemakkelijk klanten te overtuigen van de waarde van onze producten. Ook wij hebben de



Toon van der Werf,  
Business Analyst,  
Getronics PinkRoccade

ommezwaai meegemaakt en daardoor werd het noodzaak om meer naar de wensen en eisen van de klant te kijken. Vanuit marketingprincipes doen wij een analyse van de markt en van onze positie daarin, want de markt verlangt dat ook van ons. Door verschillende interne en externe informatiebronnen te combineren, kunnen we de juiste focusgebieden vinden en die prospects waar de meeste kansen liggen."

### ▼ Combinatie van bronnen

Naast de Computer Profile database zet Toon van der Werf een grote verscheidenheid aan informatiebronnen in, zoals Gartner, Forrester, Dun&Bradstreet en informatie van het CBS. "Voordat we informatie als waarheid aannemen, vergelijken we de bronnen met elkaar", aldus Toon van der Werf. "Uit deze combinatie halen wij bepaalde wetmatigheden en logica. Aan de hand hiervan sturen wij op strategisch, tactisch en operationeel niveau het te voeren marketingbeleid aan. Toon van der Werf concludeert: "Elke andere dienstverlenende organisatie zou op deze wijze de marketingtheorie in de praktijk moeten toepassen en een overall marketingstrategie kiezen. Alleen dan kunnen organisaties zich nog onderscheiden op deze concurrerende markt."

### Telecom statistics

PBX	NL	BeLux	Sum.	MOBILE OPERATOR	NL	BeLux	Sum.
SIEMENS	1 460	1 243	2 703	KPN MOBILE	3277	3	3280
ALCATEL	184	926	1 110	PROXIMUS	3	2843	2846
ERICSSON	399	560	959	VODAFONE	1376	1	1377
PHILIPS	560	350	910	MOBISTAR	4	1255	1259
NORTEL	410	166	576	T-MOBILE	203		203
AVAYA - TENOVIS	455	362	817	DEBITEL	192		192
MATRA	189	203	392	BASE	1	134	135
LUCENT	217	78	295	TELFORT	112		112
ASCOM-TIMEP	50	220	270	ORANGE	103	8	111
PBX 5 YEARS OR OLDER	3 017	2 392	5 409	WAN-LINK			
VOIP	625	466	1 091	VPN	3906	3016	6922
WIRELESS NETWORKS	1 323	1 128	2 451	LEASED LINE	2340	1968	4308
				FDDI	795	432	1227
				ISDN	350	229	579
				FRAME RELAY	278	254	532
				MPLS	111	118	229

success story

## SAP en partners schakelen sneller dankzij marktinformatie

Sinds een paar jaar verschuift SAP het zwaartepunt van de activiteiten naar het middensegment van de markt. Wilfred van Wel, Manager Business Development, meent dat met name voor dit segment direct contact belangrijk is. "Omdat deze markt zo specifiek en divers is, is het noodzakelijk de markt goed in kaart te brengen om hem van dienst te zijn."



Wilfred van Wel, Manager Business Development, SAP.

### Is dit de voornaamste reden voor de inzet van de database?

"Jazeker. Wij willen de diverse sectoren binnen de middenmarkt heel gericht met de juiste boodschap benaderen. Intern waren er discussies over de grootte van markten en hoe het landschap eruit zag. Maar ook de wens om de markt pro-actief via telemarketing te benaderen, was een reden om begin 2004 te starten met Computer Profile. Computer Profile heeft overigens voor ons een specifieke tabel met SAP variabelen in de database geïntegreerd. Tevens zijn de database en de resultaten van de telemarketingactie via één uniforme oplossing zichtbaar."

### Waarom de focus op telemarketing?

"Telemarketing is hét middel om met de juiste partijen in gesprek te komen en te achterhalen wat er binnen organisaties en sectoren speelt. Via de online telemarketing applicatie (CLM) kennen wij en onze partners de status van de campagnes. Onze partners krijgen inzage omdat zij een kritieke rol spelen in het leadgeneratieproces en marktbenadering. Zij leveren en implementeren immers de oplossingen."

## Over SAP

SAP IS DE GROOTSTE SOFTWARELEVERANCIER VAN EUROPA EN BEHOORT TOT DE DRIE GROOTSTE SOFTWAREBEDRIJVEN TER WERELD. SAP IS MARKTLEIDER OP HET GEBIED VAN BUSINESS SOFTWARE-OPLOSSINGEN. OP DIT MOMENT GEBUIKEN MEER DAN 28.200 BEDRIJVEN SOFTWARE VAN SAP. MET OPLOSSINGEN VAN SAP VERBETEREN MENSEN EN BEDRIJVEN DE RELATIES MET KLANTEN EN PARTNERS, STROOMLIJNEN ZIJ HUN OPERATIES EN BEHALEN ZIJ AANZIENLIJKE EFFICIENCYWINST BINNEN HUN TOE-LEVERINGSKETENS. DEZE OPLOSSINGEN WERKEN VOLGENS DE HOOGSTE KWALITEITSSTANDAARD EN HELPEN ZOWEL GROTE ALS KLEINE BEDRIJVEN DE CONCURRENTIE VOOR TE BLIJVEN. BEZOEK OOK: [WWW.SAP.COM/COMMUNITY/BELGIUM](http://WWW.SAP.COM/COMMUNITY/BELGIUM)

## Latest news

### ▼ EMIG: één jaar later

Ruim een jaar geleden is Computer Profile gestart met het opzetten van een Europees netwerk van databaseleveranciers. En in dat jaar hebben we niet stil gezeten. De Europese database is inmiddels uitgebreid naar 160.000 sites met 700.000 contactpersonen, meerdere grote ondernemingen maken inmiddels gebruik van deze Europese database en er is één uniforme interface geïnstalleerd. Data uit Nederland, België, Frankrijk, Duitsland, Zwitserland, Oostenrijk, Engeland, Spanje en Italië zijn momenteel opgenomen in de Europese database.

Dit is nog maar het begin, wij hebben ons al tot doel gesteld om onze relaties steeds meer internationale mogelijkheden te bieden. Zo zullen wij eind 2005 de Top 5.000 sites van Scandinavië in kaart hebben en zijn wij ook voor Centraal Europa (Polen, Tsjechië, Slowakije en Hongarije) de database aan het ontwikkelen.

Bent u ook op zoek naar de juiste partner om uw business over de grens te brengen? Op een kosteneffectieve manier kunt u uw lokale abonnement geografisch uitbreiden.

### ▼ EMIG lanceert eigen website

De European Market Intelligence Group heeft sinds kort haar eigen website gelanceerd, te weten [www.emi-group.com](http://www.emi-group.com). Op deze website vindt u meer informatie over de EMIG, de werkzaamheden, de Europese database en alle andere partners uit het netwerk. Neem een kijkje op deze website of neem contact met ons op over de mogelijkheden die de Europese informatie u kan bieden.



[www.computerprofile.com](http://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 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