

Samas: een goede database en telemarketing completeren onze salesstrategie

Samas, de meest innovatieve kantoorinrichter van de Benelux, vindt het belangrijk dat salesmedewerkers hun tijd effectief kunnen indelen. “Verkopers verkopen het meest wanneer ze buiten de deur zijn”, aldus Michell Stolk, Commercieel Directeur bij Samas.

Hoe heeft Samas de salesstrategie ingericht?

“Wij voeren onze marktwerking op twee manieren uit: via een direct en een indirect kanaal. Het directe kanaal richt zich op bedrijven met honderd en meer werkplekken, terwijl bij ons indirecte kanaal de focus ligt op minder dan honderd werkplekken. Wij richten ons vooral op de overheid, zakelijke dienstverlening en financiële dienstverlening. De aanschaf van kantoorinrichting staat bij veel bedrijven slechts elke tien jaar op de agenda. Op dat moment wordt er dan plotseling een half jaar veel aandacht aan besteed en is het ontzettend belangrijk contact te hebben met het bedrijf en hun plannen te bespreken. Om goed op de hoogte te zijn, gebruiken wij de database van Computer Profile. Hierin wordt het aantal computers per bedrijf nauwkeurig bijgehouden en wij merken in de praktijk dat dit een goede graadmeter is voor het aantal werkplekken. Zo kunnen we onze markt goed in kaart brengen en bedrijven proactief benaderen om te inventariseren of bedrijfsinrichting op de agenda staat.”

Op welke manier bereikt u uw doelgroep?

“In 2003 is besloten om onze naam te veranderen in Samas, voorheen was dit Aspa en Assenburg. Wij merken nu dat veel mensen wel bekend zijn met Aspa, maar niet met onze nieuwe naam Samas. Om Samas beter in de markt te positioneren, maken wij gebruik van het callcenter van Computer Profile. Een andere belangrijke reden hiervoor, is het feit dat wij salesmedewerkers effectief willen inzetten. Dit betekent dat zij veel buiten de deur moeten zijn. Al onze accountmanagers hebben nu één vaste dag waarop zij, met behulp van de database, zelf proactief prospects benaderen. De overige dagen kunnen zij dan besteden aan andere salesactiviteiten. De leads die het callcenter genereert kunnen niet altijd direct omgezet worden in duidelijke afspraken. Soms staat kantoorinrichting nog niet op de agenda, maar is dit wel het geval wanneer één van onze accountmanagers een maand later nog eens belt. Het callcenter en onze accountmanagers vullen elkaar dus uitstekend aan.”

Wat verwacht u in 2009 op het gebied van salesactiviteiten?

“In 2009 willen wij in ieder geval doorgaan met onze acties in samenwerking met Computer Profile. Op dit moment gebruiken wij de database alleen nog voor het selecteren van bedrijven met een specifiek aantal werkplekken. In de toekomst willen we ook bekijken of we de database en het callcenter kunnen inzetten voor meer acties specifiek gericht op onze doelgroepen. Voor overheden geldt dat zij vaak als belangrijkste criteria de prijs van een product hanteren. De zakelijke en financiële markt hechten vaak veel waarde aan design. Wanneer wij beide doelgroepen apart willen benaderen, is goede segmentatie onmisbaar.”

Over Samas

Samas creëert werkomgevingen die zich moeiteloos laten aanpassen aan de veranderende maatschappij. Er is een passende oplossing voor ieder

inrichtingsvraagstuk. Samas ontwerpt, produceert en realiseert een stimulerende kantooromgeving die het werkplezier van mensen verhoogt. De organisatie is bovendien één van de grootste kantoormeubelfabrikanten in Europa. Producten en diensten worden op de markt gebracht via eigen Samas Office vestigingen, Samas Partners, een dealernetwerk en Samas ondernemingen elders in Europa. Samas bundelt de veranderingen van behoeften, manieren van werken en de veranderende rol van het kantoor onder de noemer 'The Village Office', het gelijknamige Europese Samas hoofdkantoor en experience centre staat in Houten.