

## User Story



### **Gerichte marktontwikkeling is het hoofddoel**

Dit keer spreken wij met Stefan van Rompaey, Marketing & Communications Manager bij Océ Belgium. Océ is van oorsprong een Nederlands bedrijf, dat inmiddels wereldwijde bekendheid geniet. Océ Belgium is de Belgische verkooporganisatie en is verantwoordelijk voor de verkoop, marketing en support van de Océ producten en diensten op de Belgische en Luxemburgse markt.

“Océ wil in de strategisch relevante marktsegmenten behoren tot de top-drie van aanbieders van producten en diensten voor het printen en managen van documenten in professionele omgevingen”, aldus Stefan van Rompaey. “We zijn actief in verschillende marktsegmenten met elk zijn eigen karakteristieken. Zo zijn er grote verschillen in omvang, groei en trends die de ontwikkeling van de markten beïnvloeden. De activiteiten zijn daarom georganiseerd rondom de gebruiksomgevingen. We onderscheiden hierbij Wide Format Printing Systems, Digital Document Systems en Business Services. Elke unit heeft een aparte marketing- en salesafdeling en strategie.”

Stefan van Rompaey is Marketing Manager voor de unit Digital Document Systems. “Bij ons speelt directe verkoop en service een sleutelrol in onze marktbenadering. Daarom hebben wij een sales- en serviceteam dat zich bezighoudt met het binnenhalen van nieuwe klanten en het onderhouden van bestaande relaties. Marketing werkt hierbij ondersteunend aan de sales. Prospects worden benaderd via een directe aanpak. Er wordt, met de gegevens uit onze eigen database gecombineerd met de gegevens van Computer Profile, een zo goed mogelijk beeld gevormd over de situatie bij een prospect. Vervolgens worden deze prospects telefonisch benaderd, met het maken van een afspraak als doel. De marketingafdeling ondersteunt de accountmanagers door het versturen van newsletters, het organiseren van evenementen en het versturen van mailings. Hiermee wordt naamsbekendheid gegenereerd, zodat de accountmanagers niet koud hoeven te prospecteren. Het vervolgtraject van de acties van de marketingafdeling werd voorheen door de accountmanagers afgehandeld. We doen nu echter een test waarin de acties worden nagebeeld door een telemarketeer. De telemarketeer heeft natuurlijk niet de ervaring van een accountmanager, maar kan mogelijk wel leads genereren die de accountmanager kan oppakken. Het voordeel is dat we onze prospects veel frequenter kunnen benaderen en de tijd van de accountmanager effectiever kunnen benutten.”

“We hebben de database eerst getest in drie provincies. Het bleek dat we met de gegevens uit de database makkelijker bij de juiste contactpersoon terecht kwamen

en vervolgens voldoende informatie tot onze beschikking hadden om een gericht verkoopgesprek te voeren. Nu hebben we gekozen om landelijk met de database te gaan werken. Onze accountmanagers hebben hiervoor een training gevolgd van Computer Profile en zijn daardoor heel enthousiast geworden over de database en het gebruik ervan.”

“In de toekomst willen we de gegevens ook gaan gebruiken voor nog meer gerichte acties. Hierbij gaan we segmenteren op bepaalde doelgroepen die we daarna benaderen met een aangepast aanbod.”