



OPTIMAAL SAMENWERKEN TUSSEN MARKETING EN SALES

Case study:
Bierbrouwerij de Koningshoeven

Gebouw Nest
Laan van Kronenburg 14
1183 AS Amsterdam



020 260 2127
hello@tabletsalesapp.nl
tabletsalesapp.nl

ORGANISATIE

Bierbrouwerij de Koningshoeven bestaat sinds 1881. In de traditionele abdij aan de stradsrand van Tilburg wordt één van de weinige echte 'trappistenbieren' gebrouwen: La Trappe. Dat gebeurt nog altijd onder toezicht van de monniken – met aandacht, passie en traditioneel vakmanschap. Naast bierproductie is Bierbrouwerij de Koningshoeven ook verantwoordelijk voor de wereldwijde levering. In Nederland en België werken zo'n 15 vertegenwoordigers er hard aan om het bier te leveren bij horeca, hotels en restaurants.

DOELSTELLING

De ultieme doelstelling: een uniforme manier van werken voor de Sales & Marketing afdelingen, waarbij de juiste informatie en materialen worden gebruikt om op een eenduidige en consequente manier het bier te verkopen én er tegelijkertijd inzicht te hebben in verkoop- en campagne-resultaten.

UITDAGING

Marketing en Sales zijn bij Bierbrouwerij de Koningshoeven twee aparte afdelingen – met hun eigen processen en werkzaamheden. Hierdoor had de Marketingafdeling niet genoeg inzicht in welke aangereikte materialen of tools er in de praktijk gebruikt werden. Hebben vertegenwoordigers wel een brochure bij zich – en is deze up-to-date? Brengen zij het verhaal van La Trappe op de juiste manier over? En wat is het resultaat van de campagnes geweest? Elke vertegenwoordiger had zijn eigen manier van werken, er werd niet bij elk bezoek een verslag gemaakt en het proces van bierkaarten produceren en richting de drukker sturen, duurde lang.

OPLOSSING

Samen met de salesmanager van Bierbrouwerij de Koningshoeven is goed gekeken naar het verkoopproces en de optimale flow. Met deze informatie is de Tablet Sales App ingericht. Van alle documenten, zoals folders, presentaties en filmpjes, is nog maar één versie. Die is centraal opgeslagen in het content management systeem van de Tablet Sales App. Hierdoor hebben vertegenwoordigers wereldwijd altijd de juiste versie tot hun beschikking. De resultaten van campagnes worden daarnaast real-time bijgehouden in de App, waardoor vertegenwoordigers, hun Sales Manager en de Marketing Manager altijd op de hoogte zijn van het resultaat. Vrijwel alle modules in de App, zoals Assortiment,

Bedrijfspresentatie, Contacten en Nieuws worden gebruikt, maar de meest gebruikte zijn toch wel het Bezoekverslag en Orders.

RESULTAAT

Het 18-koppige commerciële team van Bierbrouwerij De Koningshoeven werkt uniform: vanaf dag 1 werden orders op dezelfde manier ingevoerd (er was immers geen andere manier meer). Op dit moment wordt van bijna 80% van de bezoeken een relevant bezoekverslag gemaakt, wel honderden per week. Alle bezoeken worden geregistreerd, waardoor goed inzichtelijk is waar vertegenwoordigers mee bezig zijn. Daarnaast is het proces van menukaarten drukken vereenvoudigd, van 13 stappen naar 7 – en ook nog eens geautomatiseerd. Het verhaal van La Trappe wordt in verkoopgesprekken voortaan altijd op een eenduidige en up-to-date wijze gebruikt. Daarnaast is de tool eenvoudig en snel in gebruik en sleept het salesteam niet met onnodige brochures en andere verkoopondersteunende materialen. Altijd de juiste info bij op het juiste moment.

Kortom; een tool die ervoor zorgt dat het salesteam bezig kan zijn met waar zij goed in zijn: verkoop!

"Wiko van de Tablet Sales App kan als geen ander ingewikkelde dingen simpel maken. De app is nu mijn instrument waardoor sales en marketing optimaal met elkaar samenwerken!"



Elske Vugts,
Marketing & Communicatie Manager de Koningshoeven