

Lebensmittel Zeitung

Rundumblick auf die Kunden

Vertriebskooperation von Campina und Westland beackern deutschen Markt mit CompAS

München, 26. Oktober: Sales Team Frische (STF) – eine Vertriebs-Kooperation zwischen den niederländischen Unternehmen Campina Cheese & Butter, Tilburg, und Westland in Huizen zur Bearbeitung des deutschen Marktes – führt derzeit ein CRM-System der Münchener CompAS GmbH zur Steuerung und Optimierung ihrer Außendienstaktivitäten ein. Es unterstützt bei sämtlichen Vertriebsarbeiten und stellt Funktionen für ein umfassendes POS-Management zur Verfügung.

Mit der Bündelung der Außendienstaktivitäten von Campina und Westland im Sales Team Frische zu Beginn des Jahres entstand für die beiden Markenhersteller eine gemeinsame, schlagkräftige Verkaufsmannschaft, bestehend aus 13 fachkundigen Außendienstmitarbeitern. Ihr Ziel: Auf dem deutschen Markt eine wettbewerbsfähige Vertriebsarbeit auf hohem Niveau dauerhaft zu gewährleisten. Sowohl die Aktivitäten rund um die Käsetheke, als auch im SB-Regal sollen so auf qualifizierte Weise an die stetig wachsenden Anforderungen des Handels angepasst werden. Somit verfügt STF nun über einen Außendienst, der sich auch mit den großen Vertriebsorganisationen der „Gelben Linie“ messen kann.

Die Kooperation wird von der Einführung des CRM-Systems „CompAS Consumer“ begleitet. Es soll innerhalb der Umstrukturierungsmaßnahmen sozusagen den Rahmen für die kompetente Abwicklung sämtlicher Vertriebsprozesse bilden. Dies scheint gelungen: „Das System unterstützt unsere Außendienstmitarbeiter durch eine transparente Aufbereitung



Foto: STF

Höhere Effizienz: Mit IT-Unterstützung fällt CRM leichter.

wichtiger Marktinformationen und ermöglicht darüber hinaus auch eine gezielte Steuerung der Vertriebsmannschaft“, sagt Dirk Podiwin, Verkaufsleiter von Sales Team Frische.

Als Spezialist für den Lebensmittelvertrieb konnte CompAS mit ihrer CRM-Lösung bereits in den Projekten mit Campina Holland und Deutschland sowie Westland überzeugen. Die Beratungskompetenz des Unternehmens, die Bedienungsfreundlichkeit des Systems und die Orientierung an den Anforderungen der Praxis hätten letztlich auch den Ausschlag gegeben, dass nun auch die Neuausrichtung der vertrieblichen Tätigkeiten der beiden Markenartiklern in Deutschland ebenfalls mit dem Münchener Softwarehaus realisiert wurde.

Eine Besonderheit birgt das System in der automatischen Verteilung der Informationen an die beiden Unternehmenszentralen. So erhält der Innendienst in Tilburg nur Informationen zu Campina-Artikeln, während an die Zentrale in Huizen nur die Westland-Artikel betreffenden Daten weitergereicht werden. Diese Logik gilt auch für den KAM – Bereich. Lediglich in der STF – Zentrale werden alle Daten zusammengeführt und können dort umfassend ausgewertet werden. Das System ist zudem auch offen für die Aufnahme weiterer Kooperationspartner.

„Die speziell auf unseren Bedarf zugeschnittenen Systemeigenschaften bieten uns den optimalen Support für sämtliche unserer Vertriebsarbeiten. Wir erhalten einen umfassenden Rundum-Blick auf unsere Kunden und sind über aktuelle Marktsituationen bestens im Bilde“. Auch wegen der zunehmenden Zentrallagerbelieferungen sei das System ein wichtiges Instrument, um an die nötigen Informationen aus dem Handel heranzukommen. „Diese können wir dann wiederum gewinnbringend zur Planung weiterer Verkaufsstrategien einsetzen.“ LZ