

Case: Commerciële strategie Kantoorinrichter

Situatie:

Deze kantoorinrichter van Amerikaanse herkomst is een grote speler wereldwijd, maar heeft in de Benelux nog een bescheiden positie omdat zij relatief kort op de markt actief is.

De Nederlandse kantoorinrichting markt wordt gekenmerkt door een diversiteit van aanbieders van zeer groot naar pure specialisten en architecten. Daarnaast zijn er ook massa-aanbieders als Staples/Officecenter en anderen. Amerikaanse bedrijven tenderen ernaar om hun "global offer" voor alle exportlanden leidend te maken en zien dit graag vertaald naar langlopende klantrelaties.

De recessie zet grote druk op de markt omdat veel grote accounts hun vervangingsbeleid aanpassen en vertragen. Dat zet vervolgens druk op prijzen en betalingscondities aangezien alle aanbieders hun omzetdoelstellingen willen realiseren.

Vraagstelling:

De positie en daarmee de omzet van deze aanbieder is te nog te klein om op alle fronten de strijd aan te gaan met de concurrentie. Daarbij sluit het Amerikaans georiënteerde assortiment niet altijd goed aan op de specifieke wensen van de Nederlandse markt. De ambitie is toch om sterk te groeien, terwijl de vraag is hoe en bij welke (potentiële) klanten dit waar te maken.

Aanpak: Er werd na goed overleg met de klant gekozen voor:

- ❖ Intake interviews met het management: waar staan we, waar willen we naar toe en wat zijn daarbij de kansen en bedreigingen?
- ❖ KlantSafari: diepte interviews met een groot aantal key-accounts en prospects
- ❖ Vertaalslag naar een klantgerichte strategie en aanpak

Resultaten:

De KlantSafari heeft veel heldere en ook nieuwe inzichten (Customer Insights) opgeleverd waarmee de kantoorinrichter haar strategie beter kan afstemmen op de wensen van de klant en daarmee succesvoller de concurrentie aankan. Bovendien kan een aanpassing van het assortiment beter worden onderbouwd. De servicegerichtheid van het bedrijf heeft een scherpere focus gekregen om op de juiste manieren te kunnen investeren in de klantrelatie.

Investing in tijd:

De hele exercitie van opdracht tot afgeronde klantenstrategie heeft 10 weken in beslag genomen.

Over BrandFuel[®]: BrandFuel biedt met onderzoek, strategieadvies en praktijkopleiding een praktische aanpak om ondernemers en professionals vanuit een concrete probleem- of ambitieanalyse (onderzoek) te ondersteunen en begeleiden, op welke wijze dat aan te pakken (strategieadvies) en eventueel voor te leggen aan stakeholders (onderzoek). Om dit vervolgens te implementeren kan of moet er kennis worden bijgetankt (praktijkopleiding) om de juiste competenties in de organisatie in te regelen.

Deze aanpak loopt als een rode draad door **BrandFuel Experience**, **BrandFuel Navigator** en **BrandFuel Take Away Shop**. De diensten, activiteiten en services zijn zodanig opgezet dat praktijk learnings, strategisch inzicht en directe toepasbaarheid elkaar versterken en zijn gebaseerd op onderzoek, strategieadvies en praktijkopleiding. Of het nu gaat over unieke events zoals BrandFuel24 of de live Master games, innovatie-inzichten zoals FutureRoom of over formulering van positionerende kernboodschappen in het Message House, de pragmatische BrandFuel aanpak loopt er als een rode draad doorheen en helpt u op weg naar groei en beter resultaat.