



Customer case

Agidens

inetum.
realdolmen
Positive digital flow

Inetum-Realdolmen stroomlijnt salesproces Agidens met Dynamics 365

Agidens kiest resoluut voor een gestandaardiseerde aanpak van zijn verkoopproces. Inetum-Realdolmen implementeerde daarbij Microsoft Dynamics 365 Customer Engagement als unieke bron van de waarheid. De tool bezorgt de salesorganisatie een 360°-zicht op de klanten. De efficiënte communicatie en heldere rapportering die daarmee samenhangen, dragen bij aan meer performante manier van werken.

Agidens helpt organisaties hun werking te verbeteren op het gebied van veiligheid, betrouwbaarheid, efficiëntie en duurzaamheid. Die missie zit vervat in de naam van het bedrijf, die verwijst naar de termen agility, confidence en sustainability. Agidens – met hoofdzetel in Zwijndrecht – bouwde de voorbije zeventig jaar een brede expertise op in domeinen als process engineering, procesautomatisering en de kwalificatie en validatie van installaties. De klanten van Agidens zijn onder meer voedingsbedrijven, brouwerijen, tankterminals en farma- en life sciences-bedrijven. Agidens telt 670 medewerkers.

“Een grote uitdaging voor de verkoopafdeling was de opvolging van leads”, zegt Liesbeth Fleerackers, Operations Manager bij Agidens. “Bij de verschillende teams waren heel uiteenlopende tools in gebruik.” Dat zorgde voor een moeizame opvolging, niet alleen van mogelijke opportuniteiten, maar ook van lopende dossiers. “In de praktijk gingen veel medewerkers met Excel en SharePoint aan de slag. Maar de realiteit was vooral dat die aanpak hen niet hielp om tot een eenduidige opvolging van het verkoopproces te komen.” De verkopers hadden geen volledig beeld

van de leads en opportuniteiten. Ook ontbrak het aan goede dashboards en overzichtelijke rapporten. “Het kostte enorm veel tijd en moeite om data uit al die verschillende systemen samen te brengen en daar een samenhangende rapportering mee te bouwen.”

Grondige voorstudie

Op zoek naar een oplossing klopte Agidens bij Inetum-Realdolmen aan. De specialisten van Inetum-Realdolmen stelden voor om – net zoals Agidens voor zijn klanten vaak doet – eerst het hele verkoopproces te analyseren en in kaart te brengen. “Inetum-Realdolmen ging van start met een awareness- en designstudie”, zegt Liesbeth Fleerackers. Via interactieve workshops bracht Inetum-Realdolmen de flow van het businessproces in kaart. “Zo kregen we zicht op alle ins en outs van ons proces en konden we heel gericht een lijst met de gewenste functionaliteiten opstellen.” Dat inzicht vormde de basis voor de uiteindelijke keuze van een concrete tool. Uit die oefening kwam Microsoft Dynamics 365 Customer Engagement (het vroegere Dynamics CRM) als best passende oplossing naar voren voor het sales-luik.



“Uit de studie bleek dat Dynamics 365 ons volledige proces afdekte. Bovendien hebben we al andere Microsoft-oplossingen in huis, wat een vlotte communicatie met Dynamics 365 mogelijk maakt.” Wat volgde was een implementatie volgens de principes van de agile methodologie. “Maar na de eerste sprint brak de coronacrisis uit en gingen we noodgedwongen in lockdown”, zegt Liesbeth Fleerackers. “Alle volgende sprints gebeurden vanop afstand, ondersteund met Teams-meetings. Maar ook dat verliep uiteindelijk heel vlot, onder meer omdat we telkens konden terugvallen op die grondige voorstudie.”

Unieke bron van waarheid

Het belangrijkste resultaat van het traject is dat het complete verkoopproces bij Agidens nu steunt op één tool. “Tijdens de awareness- en designstudie werkten we al met diverse stakeholders uit de verschillende divisies”, legt Liesbeth Fleerackers uit. “We zorgden ervoor dat die betrokkenheid bleef bestaan doorheen het implementatietraject. Op die manier creëerden we doorheen de hele salesorganisatie een duidelijk gevoel van ownership. Dat zorgde ervoor dat iedereen mee was in het verhaal en Dynamics 365 ook effectief omarmde als de nieuwe – en enige – tool voor het complete verkoopproces.”

Dynamics 365 geldt voor de salesorganisatie van Agidens als single source of truth. “Onze verkopers beschikken dankzij de tool over een 360°-zicht op de klant”, legt Liesbeth Fleerackers uit. “Collega’s kunnen die informatie bovendien makkelijk delen. Dat zorgt ervoor dat ze heel snel en eenvoudig opportuniteiten kunnen signaleren, bijvoorbeeld.” Minstens even belangrijk is dat de informatie altijd en via om het even welk toestel beschikbaar is. “Dat is handig voor de sales managers die informatie willen raadplegen om zo hun volgende verkoopgesprek voor te bereiden, bijvoorbeeld wanneer ze onderweg zijn. Dat kan nu op een heel eenvoudige manier via smartphone of tablet.”

Kortere verkoopcyclus

Het gebruik van Dynamics 365 laat toe een kortere verkoopcyclus te hanteren, die zich bovendien makkelijker en efficiënter laat opvolgen, dankzij snellere communicatie – zowel intern als met de klant. Een ander belangrijk voordeel situeert zich op het vlak van rapportering. Dankzij heldere dashboards behoudt de salesorganisatie nu makkelijk het overzicht. Tegelijk heeft het management zo een duidelijk zicht op de geleverde prestaties. Dat leidt bij Agidens tot een betere manier van werken, over de verschillende departementen heen. De medewerkers van het bedrijf hanteren nu overal dezelfde gestandaardiseerde en gecentraliseerde aanpak.

De keuze voor Dynamics 365 past trouwens ook binnen een ruimer traject. “Dankzij de salesapplicatie hebben we nu alle informatie over de klanten beschikbaar in één omgeving”, zegt Liesbeth Fleerackers. “Daarnaast nemen we Dynamics 365 ook in gebruik voor de ondersteuning van onze serviceorganisatie. Als sluitstuk van de oefening brengen we daarna ook onze ERP-omgeving in Dynamics 365 onder.” Ook bij die verdere trajecten kiest Agidens ervoor om met Inetum-Realdolmen als partner samen te werken.

MEER WETEN?

Over Agidens: www.agidens.com
Over Inetum-Realdolmen: www.realdolmen.com