



Realdolmen biedt DATS 24 grip op B2B-klienten met Salesforce

DATS 24 legt jaar na jaar stijgende cijfers voor in een markt die eerder stagneert. Tegelijk bouwt de brandstofleverancier van Colruyt Group in een strak tempo verder aan een nationaal netwerk van CNG-stations.

Tegen maart 2018 zouden er dat 95 moeten zijn. Binnen zijn groeistrategie spreekt DATS 24 steeds vaker kmo's aan. Om de relaties met het groeiend aantal businessklanten in goede banen te leiden, had het bedrijf nood aan een efficiënt Customer Relationship Management systeem. Dat vond DATS 24 in Salesforce, dat Realdolmen als trusted advisor perfect in de organisatie wist in te passen.

Initieel bevonden alle DATS 24-stations zich op Colruyt sites en richtte het bedrijf zich vooral op winkelende klanten en passanten. Nadien kwamen er ook standalone tankstations bij, waardoor DATS 24 nu een ruim netwerk heeft dat ook de professionals kunnen smaken.

“DATS 24 heeft een eenduidige politiek van altijd en overal lage prijzen te bieden. Samen met de aandacht voor efficiëntie en klantgerichtheid maakt dat ons voor steeds meer kmo's zeer aantrekkelijk als partner. Bovendien willen we CNG (compressed natural gas) steeds actiever in de B2B-markt gaan plaatsen. Er is dus nood aan een efficiënte opvolging van onze potentiële klanten”, stelt Bram Decraene, Head of Sales bij DATS 24 Professional.

Om die doelgroep professioneler te benaderen, moest DATS 24 evenwel zijn aanpak herzien. “Binnen onze verkoopsorganisatie hadden we vooral meer structuur nodig, zodat we een beter beeld kregen van de status van elke klant”, luidt het. “Er zijn bedrijven die zelf tankkaarten aanvragen, andere potentiële klanten moeten we prospecteren en bezoeken. Vooral voor die laatste groep kon de opvolging veel efficiënter.”

“Realdolmen wist Salesforce in amper 1 maand tijd gebruiksklaar te maken. Dat het project zo vlot liep, heeft zeker ook met de goede voorbereiding te maken. Realdolmen heeft ons vooraf haarfijn uitgelegd wat de mogelijkheden van het pakket waren, zodat we daar meteen een goed zicht op hadden.”

**BRAM DEGRAENE, HEAD OF SALES
BIJ DATS 24 PROFESSIONAL**

DATS 24

LAND: België

SECTOR: brandstoffen

PROFIEL

In eerste instantie riep Colruyt Group DATS 24 in het leven om de ruimte rond zijn winkels beter te benutten. Het eerste tankstation van DATS 24 – voluit Discount Automatic Tanking Service – dook op in 1972. Het destijds revolutionaire concept van onbemande tankstations viel in de smaak en door de jaren heen werd DATS 24 een vaste waarde.

Niet alleen laat DATS 24 toe om in één moeite te winkelen en voordelig te tanken, de brandstofleverancier met het groene logo gaat ook voluit voor duurzaamheid. Zo is DATS 24 pionier in de commercialisatie van CNG (Compressed Natural Gas).

UITDAGING

DATS 24 zocht een CRM-oplossing die de klantenadviseurs van de onderneming zou toelaten om de B2B-klanten beter op te volgen.

OPLOSSING

Salesforce biedt DATS 24 de ideale oplossing om B2B-klanten op een gestructureerde manier aan te spreken. De oplossing werd door IT-partner Realdolmen succesvol geïmplementeerd.

VOORDELEN

- Realdolmen implementeerde Salesforce in minder dan een maand, tegen een vaste prijs.
- Salesforce laat DATS 24 toe om efficiënter, transparanter en op een meer gestructureerde manier te werken.
- Salesforce werkt heel intuïtief, waardoor de medewerkers snel weg waren met het systeem.
- Toekomstige aanpassingen kan DATS 24 gemakkelijk zelf doen.

SOFTWARE

Salesforce



Bram Decraene, DATS 24

REALDOLMEN REALISEERT SNELLE CRM-IMPLEMENTATIE

Om B2B-klanten op te volgen, gebruikte DATS 24 vroeger een Excel-sheet waar bijvoorbeeld alle leads en prospecten werden bijgehouden. Die tool bleek evenwel zeer moeilijk te managen.

Bram Decraene: “Eoly en Symeta, twee andere bedrijven binnen de Colruyt Group, gebruikten al Salesforce naar grote tevredenheid. Al snel hebben wij beslist om hun voorbeeld te volgen. Dat zou ons het voordeel geven dat we maar ‘over de muur’ moesten kijken om te zien hoe de oplossing werkt.”

Realdolmen, waar DATS 24 in het verleden al mee had samengewerkt, werd gevraagd om de implementatie van het pakket te begeleiden. Dat gebeurde tegen een vaste prijs, zodat DATS 24 meteen wist waar het budgetgewijs aan toe was.

Tot vandaag heeft DATS 24 nog geen minuut spijt gehad van die beslissing. “Onze CRM-partner Realdolmen wist het pakket in amper een maand



Bram Decraene, DATS 24 en Edmond Tang, Realdolmen

tijd gebruiksklaar te maken. Dat het eigenlijke implementatietraject zo vlot verliep, heeft ongetwijfeld ook met de goede voorbereiding te maken”, zegt Bram Decraene. “Realdolmen heeft ons vooraf haarfijn uitgelegd wat de mogelijkheden van Salesforce waren, zodat we daar met een goed zicht op hadden.”

INTUÏTIEVE OPLOSSING

Tijdens enkele workshops stemden DATS 24 en Realdolmen onderling alle wensen en eisen af. Zo moest op vraag van het moederbedrijf Salesforce als stand-alonesysteem worden opgezet. “Belangrijk bij de opzet was verder dat CRM vooral geen administratieve last mocht worden. We hebben heel goed overwogen wat we écht wilden en wat overbodige ballast was”, licht Bram Decraene toe.

DATS 24 is tijdens de implementatie ook zoveel mogelijk bij de standaard gebleven. “Een van de zaken die we wel specifiek naar onze hand hebben gezet is de definitie van leads. Meestal worden leads opgebouwd rond een persoon maar wij wilden een lead per bedrijf. Zulke aanpassingen gingen heel vlot”, vervolgt hij.

“We merkten al snel dat het pakket zeer intuïtief werkt. Eens je een aantal basiskeuzes hebt gemaakt en de belangrijkste velden vorm hebt gegeven, kun je de oplossing heel gemakkelijk finetunen naargelang je eigen behoeften.

Je hebt er helemaal geen diepgaande IT-kennis voor nodig. In de toekomst kunnen we nu ook gemakkelijk zelf aanpassingen doen. Nu de basis op punt staat, willen we graag nog de betalingsstatus en het management van kaarten in de oplossing meenemen.”

NIETS MEER OP HET SCHAP

Momenteel werkt een zestal klantenadviseurs van DATS 24 dagelijks met Salesforce. Sinds de komst van het pakket weten zij perfect wat de status van hun klanten is en welke volgende stappen moeten worden genomen. Ook offertes en mails worden netjes bijgehouden. Doordat Salesforce regelmatig reminders stuurt, blijft niets meer op het schap liggen.



Bovendien heeft iedereen toegang tot de informatie, zodat alle klanten op elk moment door iedereen heel gericht verder worden geholpen.

Zoals in elk project was er uiteraard wat change management nodig. “Sommige medewerkers konden maar moeilijk afstand nemen van hun vertrouwde Excel. Bovendien startten net op dat moment enkele nieuwe mensen. Maar gelukkig was iedereen heel snel weg met Salesforce, opnieuw dankzij de grote gebruikersvriendelijkheid van het pakket. Een van onze klantenadviseurs wilde via de mobile app met Salesforce werken, en ook dat lukt prima”, zegt Bram Decraene. “Wat we – achteraf bekeken – niet meer zouden doen is onze oude Excelbestanden integreren in het pakket. Omdat die informatie niet up to date was, konden we er eigenlijk toch niet veel mee aanvangen.”

GESTRUCTUREERD KADER VOOR DE TOEKOMST

Samengevat schuilen de voordelen van Salesforce volgens Bram Decraene vooral in de grotere transparantie, de hogere efficiëntie en de meer gestructureerde manier van werken.

“Omdat ons pakket nog standalone werkt, laden we data uit Salesforce maar één keer per maand op in onze mainframe. In de toekomst willen we beide systemen integreren, waardoor we nog korter op de bal zullen kunnen spelen”, voegt Bram Decraene eraan toe.

Sinds DATS 24 met Salesforce werkt, ziet de organisatie bovendien zijn verkoop in het B2B-segment gestaag stijgen. “Alleen is het moeilijk om in te schatten hoe groot het ‘Salesforce-effect’ is. Immers, vorig jaar hebben we ook een tiental extra stations geopend. Hoe dan ook, Salesforce is voor ons een onmisbare tool geworden om de snelle groei op een efficiënte manier te volgen”, klinkt het nog.

MEER WETEN?

OVER DATS 24:
www.DATS24.be

OVER REALDOLMEN:
www.realdolmen.com
info@realdolmen.comT: +32
2 801 55 55

