

## Framgångsrika kunder.

Hos Dafgård hanterar 20 personer 1 400 kundsamtal om dagen. Med SAPs telesales-lösning ökade produktiviteten med 35 procent på tio månader! SAPs lösning är integrerad med företagets telefonväxel. En finess är att datorerna hjälper till att ringa upp kunderna. En annan fördel är att kundkort kommer automatiskt upp på säljarens dataskärm så snart en kund ringer.



## DAFGÅRD

Dafgård är som Sveriges största familjeägda livsmedelsföretag främst kända för sina frysta rätter i portionsförpackningar. Men i runda tal 40 procent av företagets totala omsättning kommer från försäljning av livsmedel till drygt 3500 restauranger och storkök runt om i landet. Telefonen har visat sig vara den effektivaste kanalen för att bearbeta dessa kunder, givetvis i kombination med fältsäljare.

En normalvecka hanteras ca 7000 inkommande och utgående samtal via Dafgårdens eget callcenter, som totalt sysselsätter 20-talet personer. Sedan sommaren 2003 arbetar alla dessa telefonförsäljare inom segmentet Restaurang och Storkök med stöd av SAPs telesales-lösning, som är integrerad med företagets telefonväxel.

- Bättre service till kund, ökad försäljning och transparens av kunddata mellan inne- och fältsäljare var några av motiven bakom investeringen i SAPs telesales-lösning. En trivsamt arbetsmiljö med en utvecklad laganda där alla är införstådda med och beroende av varandras insatser var en annan, säger Anders Olofsson försäljningschef för Restaurang och Storkök.

### Farmen

Internt döptes implementationsprojektet till Farmen, vilket hade sin bakgrund i att alla säljare fick en naturlig grupp-tillhörighet baserad på deras roll. Innesälj delades in i "farmers" (inbound sales) och "hunters" (outbound sales) medan fältsäljarna fick det interna arbetsnamnet "fieldhunters".



- Syftet var att skapa en positiv attityd till det pågående förändringsprojektet i en förhållandevis ohomogen grupp vad gäller datormognad, säger Anders.

Och motståndet bland berörda säljare var vid tidpunkten för införandet av SAPs telesales-lösning stort.

- Till min stora förvåning och "glädje" handlade det främst om en ovilja att arbeta i ett öppet kontorslandskap snarare än en skepsis kring lösningen. Idag 10 månader senare är alla nöjda med nuvarande systemstöd, tillägger Anders.

### **35 procent fler samtal**

Och visst finns det anledning att vara nöjd, både vad gäller arbetssätt, rutiner och effektiviteten i arbetet för såväl säljare som säljledare. T.ex. har de traditionella kundkort som säljledaren lade i postlådan varje morgon ersatts av automatiskt genererade ringlistor. Automatisk uppringning av kund via datorn är ett annat exempel på effektivitetshöjande funktioner.

- Antalet samtal per säljare och dag kan nu i bästa fall toppa 200 i jämförelse med ett tidigare snitt på 125-130 samtal, tillägger Anders.

### **Ökad service mot kund**

- Integrationen av telesales-lösningen med företagets telefonväxel innebär en identifiering av kund baserat på telefonnummer i samband med inkommande samtal. Säljaren får direkt upp rätt kundkort med all kunddata som t.ex. senaste beställning, rabattsatser, leveransvillkor etc, säger Stig Hasselström, Application Manager, Dafgård AB.

### **Snabba och säkra leveranser**

- Tack vare att telesales-lösningen är integrerad med företagets lager- och logistiksystem, kan företaget nu dygnet runt, fem dagar i veckan, erbjuda en 24-timmars leveransgaranti, tillägger Stig Hasselström.

Denna garanti baserar sig bl.a. på en funktion kallad tillgänglighetskontroll som finns i bakomliggande affärssystem. I praktiken går det till så att en kundorder automatiskt genererar en beställning av motsvarande artiklar till aktuella underleverantörer. På detta sätt kan man säkerställa att varan finns i lager vid tidpunkten för leverans. All lagerhållning sker för övrigt i Dafgård's egna lokaler i Källby, och omfattar ca 1300 artiklar med allt från oxfilé och rödspätta till muffins och bagetter.

### **Framtida behov**

- Ännu outnyttjade funktioner inom ramarna för telesales-lösningen är möjligheten att använda rapporter som ett strategisk styrinstrument för säljledaren. Jag tänker främst på olika former av kvalitativa segmenteringar till underlag för fältsäljarens planering av kundbesök och uppföljning av dessa, säger Anders.

- Kvalitativa analyser av marknadsdata t.ex. för att kartlägga köpmönster, klassificera kunder baserat på gjorda inköp samt för att samordna fältsäljarens insatser med pågående kampanjer, är andra exempel på önskemål som står högt på listan, avslutar Anders.

#### **Faktaruta**

**Antal anställda: 1 100**

**Produkter: Livsmedel till restaurang och storkök och privatkunder via butik**

**Omsättning 2003: Totalt 1,7 miljarder SEK**

**Tidigare SAP-lösningar: ekonomi, administration, försäljning, distribution, material- och produktionsplanering.**

**Senaste SAP-lösningen: telesales inom ramarna för mySAP CRM**

**Partners: SAP Consulting i samarbete med Implema AB**