

INTERIM SALES: KOSTENPOST OF OMZET-ACCELERATOR?

PRAKTIJK CASE: INFOMEDICS

Het tijdelijk inzetten van extra sales is een steeds meer voorkomend fenomeen. Veel organisaties hebben zo nu en dan behoefte aan extra salespower. Hetzij om een tijdelijk ontstaan 'gat' op te vullen, hetzij om tijdelijk een boost te kunnen geven aan de omzet. Is het mogelijk om externe salesmensen binnen te halen die snel up-and-running zijn en ook nog eens presteren? Met die prangende vraag worstelde ook Infomedics uit Almere.

Infomedics is de snelst groeiende factoring- en clearing organisatie in de mondzorg. "Onze doelstelling is om de administratie in de tandartsenpraktijk te stroomlijnen", aldus Dirk Jan Emmens, commercieel directeur van Infomedics. Infomedics beschikt over een eigen salesteam dat onder meer de taak heeft om nieuwe klanten binnen te halen. Daarin zijn ze meer dan succesvol, gezien de enorme groei die Infomedics doormaakt.

Waarom heeft deze organisatie dan behoefte aan interim sales? "Ons probleem is dat we enigszins seizoen-gedreven zijn", zegt Emmens. "Contracten van onze directe concurrenten lopen een kalenderjaar en kennen een opzegtermijn van drie maanden. Onze salespiek ligt daarom in de periode die hier direct aan vooraf gaat. We waren op zoek naar een flexibele oplossing om gedurende die maanden een extra salesboost te geven." Waarom een flexibele oplossing en geen extra eigen manpower? "Zelf meer mensen aannemen was geen optie daar we ze maar voor een korte periode nodig zouden hebben."

Met het eigen team had Infomedics onvoldoende resources om deze gewenste boost te realiseren. "Daarom zijn we medio vorig jaar op zoek gegaan naar een partij die ons daarbij kon ondersteunen. We wilden drie maanden lang een extra impuls geven aan de omzetgroei. En juist in de maanden dat er voor ons het meest te halen is, namelijk in de periode dat klanten van onze directe concurrenten hun bestaande contract nog kunnen opzeggen."



Dirk Jan Emmens
Commercieel directeur infomedics

Zo kwam Emmens terecht bij SalesXeed, een organisatie die zich heeft gespecialiseerd in Sales Outsourcing en Sales Detachering. "Een prima partij, hoewel we erg lang hebben moeten onderhandelen over hun tarieven", aldus Emmens. "De kosten waren hoger dan we in gedachten hadden." Hoewel Emmens inszag dat tarieven voor flexibele inzet niet zomaar kunnen worden vergeleken met de kosten van eigen personeel, schrok hij toch. Maar het argument van SalesXeed dat het noodzakelijk is om 'overgekwalficeerde' mensen in te zetten die binnen een week up-and-running zijn zette hem aan het denken. "We hebben heel lang getwijfeld" vertelt Emmens. "Vooral over de vraag of het inderdaad zinvol en rendabel zou zijn om zulke hoge kosten te maken."

Deze twijfel was met name gebaseerd op de vraag of externe sales wel in staat zouden zijn de propositie snel onder de knie te kunnen krijgen, en of externen inderdaad efficiënter en succesvoller dan de eigen organisatie zouden kunnen zijn. Hier bovenop kwam nog de vraag of de samenwerking met de eigen back-office goed zou kunnen verlopen. Maar het belang van Infomedics om de groei door te zetten en deze bovendien in drie maanden te bewerkstelligen gaf uiteindelijk de doorslag. Achteraf gezien, ondanks de onzekerheid en het risico, een verstandige beslissing: "Al snel bleek dat het scoringspercentage hoger lag dan onze eigen cijfers". "De twijfels die we hadden verdwenen als sneeuw voor de zon, en zette zich al snel om in bewondering. Achteraf gezien waren de aangevoerde argumenten om een interim sales-oplossing in te zetten helemaal juist. Door deze extra inzet zijn we in staat geweest om onze beoogde groei-doelstellingen te behalen."

Juist het feit dat de externe verkopers van SalesXeed overgekwalficeerd waren voor deze job zorgde ervoor dat ze niet alleen meteen up-and-running waren, maar bovendien beter scoorden dan de eigen sales-organisatie van Infomedics. "Zonder iets af te doen aan onze eigen mensen, maar zonder de extra inzet hadden we onze omzetdoelstelling niet kunnen behalen." Zodra het project ten einde was heeft Infomedics de kosten per nieuw contract berekend. Met een verrassend resultaat: "Snel bleek dat de kosten per saldo niet veel hoger uitkwamen dan onze eigen berekeningen. Hiermee verdween voorgoed de twijfel over tijdelijke externe salespower."

Achteraf gezien is Emmens meer dan tevreden: "Voor ons was het toch een beetje een gok, maar wel eentje die heel goed heeft uitpakt! Het was mooi om te zien hoe snel zij onze propositie en onze markt onder de knie hadden. Daar ligt de kracht van die club: snel en effectief schakelen met het vizier continue gericht op het eindresultaat; onze groei." Het logische gevolg van dit succes: "Infomedics zal ook dit jaar gebruik gaan maken van deze oplossing. SalesXeed heeft ons weten te overtuigen van haar toegevoegde waarde en heeft daadwerkelijk bijgedragen aan onze groei-doelstellingen."

Voor meer informatie:

SalesXeed
www.salesxeed.com

Infomedics
www.infomedics.nl