

KLANTEN

Videoland: meerwaarde voor franchisenemers

"Business Objects stelt ons in staat om het marketingproces veel efficiënter in te richten, waarbij medewerkers eenvoudig zelf de voor een actie benodigde analyse uit kunnen voeren."

Erik Koelewijn, Marketing Manager Videoland



Uitdaging

- Gegevens uit het datawarehouse en Navision Financials eenduidig toegankelijk maken
- Van een grote variëteit van tools en oplossingen migreren naar één inzichtelijk proces
- Marketingacties efficiënter ondersteunen en analyseren

Oplossing

- Veredelen van het datawarehouse
- Herontwerp van informatiestructuur waardoor Business Objects wordt gebruikt voor een veelheid aan informatievragen en -processen
- Distributie van informatie via internet

Voordelen

- Standaardisering op Business Objects: breed kennis aanwezig
- Medewerkers hebben zelf toegang tot informatie
- Ondersteuning IT geminimaliseerd
- Eenvoudiger en snellere segmentering voor marketing
- Kostenbesparing door digitale distributie
- Waardecreatie voor franchisenemers

Videoland: een franchiseorganisatie met 230 aangesloten vestigingen. Het bedrijf voert zowel de formule Videoland als de formule Cinerent. Vanuit het hoofdkantoor in Katwijk ondersteunt Videoland zijn franchisenemers zo goed mogelijk. Met landelijke marketing en 'tailormade' databasemarketing, maar ook met inkoop van films, distributie, winkelautomatisering, winkelconcepten, openingen, verbouwingen en relocations... Videoland zit bij wijze van spreken op een grote berg met data van pakweg 2,3 miljoen klanten die periodiek hun weg naar de filmspecialzaak vinden. Bijvoorbeeld voor films op dvd of video of voor games... Analyse van die berg met gegevens om vervolgens de klant een zo doelgericht mogelijk aanbod te doen, is van wezenlijk belang voor Videoland. Zo trekt het bedrijf meer klanten en biedt het een toegevoegde waarde aan franchisenemers. Voorwaarden voor Videoland om groei te kunnen verwezenlijken. Want immers: welke ondernemer wil zich niet aansluiten bij een succesvolle franchiseformule als Videoland? De informatievoorziening is dan ook cruciaal voor het succes van de keten. Het bieden van toegevoegde waarde aan de franchisenemers werd dan ook voorop gezet in het ict-project dat Videoland in samenwerking met de consultants van Online Solutions en met gebruik van Business Objects inzette.



Eigen systemen

Marketing manager Erik Koelewijn van Videoland begint zijn verhaal in 1997. "De tijd dat we niet echt een netwerk hadden, maar iedere vestiging zijn eigen systeem kende. Lokale systemen genereerden omzetgegevens en er konden productgegevens in worden opgeslagen. Daarnaast hadden de systemen nog een kleine mailboxfunctie." Omdat iedere vestiging zijn eigen losse bestanden stuurde naar het hoofdkantoor, moest er daar in de mêlee orde worden geschapen. Bijvoorbeeld voor het gebruik van de gegevens voor marketingdoeleinden. Koelewijn: "Daar ging veel tijd in zitten omdat onze medewerkers de bestanden met de hand geschikt moesten maken voor mailings. Niet alleen veel werk, maar ook de kans op fouten nam daardoor toe." Eén databasemarketeer hield zich bezig met het corrigeren en verwerken van de door de vestigingen aangeleverde bestanden. Los van het feit dat het toenmalige systeem niet flexibel genoeg was om het effect van marketingacties te meten. "Onze USP richting franchisenemers is databasemarketing en we wilden op dat vakgebied meer toegevoegde waarde gaan bieden. Dat kon met de bestaande marketingtool niet. Stel er deden honderd vestigingen mee aan een actie, dan moesten we dus honderd bestanden door die ook nog eens verschillend waren. Een tijdrovende klus."

Videoland

Videoland is al jaren de marktleider in Nederland op het gebied van verhuur van films en games. De franchiseorganisatie startte in 1984. Het bedrijf kent sindsdien een gestage groei, ingegeven door het leveren van professionaliteit en kwaliteit. Die kenmerken leidde tot een franchiseorganisatie met de merken Videoland en Cinerent. Deze biedt vanuit het hoofdkantoor in Katwijk ondersteuning aan 230 vestigingen. Om de franchiseformule verder te veredelen, bouwt Videoland aan haar hoge naamsbekendheid (90 procent) uit, nut het zijn omvangrijke kwalitatieve consumentendatabase verder uit en zoekt het schaalvergroting in distributie.

Verbetering

Videoland pakte het probleem op met het project 'verbetering informatievoorziening'. Er kwam een datawarehouse waarin de gegevens op een gelijke manier werden geconsolideerd. Niet alleen voor marketing, maar ook voor financiën. De tool van Business Objects zorgt voor de ontsluiting van die data uit Navision Financials en het datawarehouse. Dat maakt onder meer een korte doorlooptijd van marketingacties mogelijk. Deze kunnen snel, eenvoudig en met minder fouten worden aangeleverd aan de deelnemende franchisenemers. Koelewijn: "Ik had al een keer voor de implementatie een demo meegemaakt van Business Objects en daar was ik behoorlijk van onder de indruk. Met name de gebruiksvriendelijkheid viel mij op." Business Objects nam de rol over van de bestaande tools.

Dat betekent in eerste instantie het aanmaken van mailbestanden en de daarbij horende klantsegmentatie. Want immers: marketing wil een zo goed mogelijk bij die specifieke klant horende aanbieding doen. Koelewijn: "Segmentatie en opbouwen van het mailbestand kostte eerder dagen werk. Als we ons kwaad maken lukt dat nu in anderhalf uur. Gevolg: we kunnen ons als marketeers met onze kerntaak bezighouden. Minder technische zorgen, meer analyseren en creatief denken." En ook minder fouten. Belangrijk, want een marketingactie van Videoland kan al gauw 100.000 mailpacks á 0,40 eurocent bevatten.

Bedrijfsbreed

Vestiging-, maar ook klantanalyses en diverse marketingacties worden met de software van Business Objects uitgevoerd. Jos van Dongen, Project Manager bij Business Objects implementatiepartner OneLine Solutions: "Business Objects wordt nu bedrijfsbreed gebruikt. Van financiële rapportage tot aan vestigingsrapportages en het maken van telefoonlijsten door de secretaresse. Dat geeft de veelzijdigheid aan. Financiën gebruikt het bijvoorbeeld voor interne en externe consolidatie, financiële vergelijkingen tussen vestigingen en management rapportage." Veel voordeel heeft Videoland ook bij de webapplicatie waardoor de individuele ondernemer makkelijk zijn gegevens kan inbrengen in het centrale systeem. Inmiddels heeft Videoland ook Application Foundation aangeschaft. Reden: een nog effectievere invulling van onder meer campagnemanagement en -analyse. "Dat is de volgende stap", aldus Koelewijn. Ook wil het bedrijf zijn franchisenemers nog meer extra's geven. Bijvoorbeeld door managementinformatie voor het runnen van de vestiging beschikbaar te maken via het web. Wat zijn mijn beste klanten? Waar moet ik mij met mijn vestiging met name op richten? Koelewijn: "We hopen dat we de ondernemers in onze franchiseformule met een goede informatievoorziening nog meer prikkelen in hun ondernemerschap." Nu al zijn klanten door marketing te segmenteren naar recency (wanneer zijn zij voor het laatst naar een vestiging geweest?) en value (hoeveel besteden ze?). Die segmentering biedt antwoorden op dé elementaire vraag voor een marketeer: wat is mijn doelgroep? Ook kan nu productinformatie worden gedeeld. Wat doet een film aan omzet in een jaar? Wanneer moet een film uit de roulatie worden gehaald omdat deze niet meer rendeert? Wat zijn mijn topfilms in de verhuur? Koelewijn: "Om het samen te vatten: onze ict-omgeving met Business Objects zorgt ervoor dat we sterker staan in de markt. Innovatie maakt daarbij het verschil. Daar geloof ik heilig in."

Americas
Tel: +1 800 527 0580

The Netherlands
Tel: +31 30 225 9000

Asia-Pacific
Tel: +65 887 4228

Web
www.businessobjects.com

The Business Objects product and technology are protected by US patent numbers #5,555,403 and 6,247,008. The Business Objects logo, BusinessObjects, and Rapid Mart are trademarks or registered trademarks of Business Objects SA in the United States and/or other countries. All other company, product, or brand names mentioned herein may be trademarks of their respective owners. Specifications subject to change without notice. Not responsible for errors or omissions. Copyright©2004 Business Objects. All rights reserved.