



Ed Sander (35)
Business Development Manager
bij Viking Direct
(mailorder-divisie van Office Depot)

'Welcome calls geven
onschatbare informatie'

foto: Harrie Ligvoet Fotografie

meer weten?

www.CRMdossier.nl

Business Development Manager

Taken: Verantwoordelijk voor ontwikkelen en implementeren van nieuwe productconcepten, marktwerkingstechnieken en marktontwikkelingsprogramma's, waaronder ontwikkelen van nieuwe producten, aanboren van nieuwe marktsegmenten, klantbehoudprogramma's, reactivatieprogramma's en programma's om nieuwe klanten te winnen. Daarnaast ontwikkelen van nieuwe marketingconcepten en opbouwen van samenwerkingsverbanden en allianties.

Eisen/ervaring: HBO- of academisch niveau in de richting marketing. Minimaal 5 jaar relevante werkervaring.

Competenties: Analytisch, bovengemiddelde communicatieve vaardigheden, initiatiefrijk, overtuigingskracht, coördinatievermogen en een talent in organiseren.

Salaris: € 45.000 - € 65.000

Bron: CRM People (www.crmpeople.nl)

Wat doe je de hele dag ?

Ik heb twee hoofdtaken. Enerzijds het verhogen van klantwaarde door verhoging van de retentie, cross-selling of door slimmer om te gaan met de kosten per klant. Daarnaast ben ik verantwoordelijk voor de implementatie van nieuwe marktwerkingmethoden en samenwerkingsverbanden.

Hoe ziet je opleiding & carrière eruit ?

Na een Heao-opleiding commerciële economie in Eindhoven heb ik me gespecialiseerd in databasemarketing door twee post-HBO/studies en erg veel zelfstudie (absolute aanrader: het werk van Arthur Hughes). Sinds 1997 werk ik in de direct marketing, databasemarketing en CRM. Eerst bij The Iams Company (hoogwaardig honden- en kattenvoer), daarna binnen de foodservice-divisie van Georgia-Pacific (tissue-producten, zie ITcommercie november 2003) en sinds april bij Office Depot.

Hoe (vaak) heb je direct contact met klanten ?

Zelf spreek ik klanten eigenlijk niet direct; we hebben hier mensen die daar veel beter in zijn. Ik luister wel regelmatig mee met gesprekken in de in- en externe callcenters en analyseer de data uit onze *welcome calls*. Beide zaken geven mij onschatbare kwalitatieve en kwantitatieve informatie.

Wat staat er op jouw to-do lijst ?

Het opzetten van de introductiecampagne voor onze consumenten-website, een mix van online activiteiten voor webververtising, e-mailmarketing en content-plaatsing. De kunst is om die mediamix te vinden die leidt tot acquisitie van de beste klanten en hoogste *return on investment*. Ons loyaliteitsprogramma schoonmaken wordt mijn volgende grote project.

Wat betekent CRM voor jou ?

Ik ben persoonlijk niet zo'n liefhebber van de term CRM; het is een hype. CRM is een verdere ontwikkeling van strategische databasemarketing, al dan niet in combinatie met Sales Force Automation, en draait het om het centraal stellen van klantwensen en het maximaliseren van zijn klantwaarde door informatie slim te gebruiken en de 'knoppen' van acquisitie, ontwikkeling en retentie.

CRM & me