



Praktijkvoorbeeld 1

De opdrachtgever: Belgisch bedrijf, wereldwijd actief in de fast-moving consumer goods met natuurvriendelijke producten.

De uitdaging: Het Amerikaanse verkoopskantoor van een Belgische groep had dringend nieuwe zuurstof nodig, zowel financieel als commercieel.

De uitwerking: Dit was een opdracht waarvoor een Blue Turtle Consultant voor langere tijd het management van het Amerikaanse kantoor ter plaatse op zich heeft genomen. In overleg met het Belgische hoofdkantoor van de klant voerde hij een bottom-up herstructurering door.

De eerste stap was een operationele vernieuwing: hoofdzaak was hier een betere samenwerking tussen de verschillende kantoren en enkele onafhankelijke pilootkantoren. Veel aandacht ging hier naar een eenvoudige en transparante interne communicatie. Ook de communicatie met het Belgische hoofdkantoor moest aangepast, zodat dit beter de vinger aan de pols kon houden en zonodig snel kon bijsturen.

Bij stap twee hielden we alle activiteiten van de verlieslatende Amerikaanse dochter tegen het licht, om te zien hoe we de rentabiliteit konden herstellen. Een ad hoc strategisch plan koos voor een matig terugdraaien en terugplooiën van de activiteiten, om zo eerst de fundamenten te verstevigen. Toen die verstevigingsoperatie geslaagd bleek, zochten we naar mogelijke groeisegmenten.

De derde stap was de selectie van de meest gemotiveerde en de meest competente medewerkers. Een grondige reorganisatie zorgde ervoor dat enkel die mensen overbleven die 100% achter de nieuwe plannen stonden. Wel trokken we enkele nieuwe mensen aan om de vrijgekomen plaatsen in te vullen. Vooral de motivatie van het team bracht mee dat het plan slaagde.

Laatste stap van de operatie: de uitwerking van het strategische marketingplan dat opteerde voor een actieve benadering, met aangepaste communicatie, van de bestaande distributeurs en retailers. Door een reeks drastische ingrepen en het gebruik van de juiste middelen op de juiste plaats, hebben we zowel intern als extern alle neuzen in de gewenste richting gekregen. Opdracht volbracht dus. Alle betrokken partijen staan nu weer vierkant achter het bedrijf, en de producten die het op de markt brengt.

Het resultaat: Door beter gebruik van de beschikbare fondsen, een vernieuwende en duidelijke marketingstrategie met nadruk op het heraanknopen en verstevigen van klantenrelaties, is in een relatief korte termijn een enorme sprong voorwaarts gemaakt. Niet enkel hebben we het Amerikaanse filiaal weer rendabel gemaakt, het kon ook een omzetgroei van 25% optekenen, vooral door de sterk verbeterde klantenrelaties.

Hebt u vragen of wilt u met één van onze professionals eens van gedachten wisselen?

Contacteer ons vrijblijvend, wij maken graag tijd voor een gesprek.