



KADENZA
THE SMART DATA COMPANY

HOE PREDICTIVE ANALYTICS FORBO'S VERKOOPRESULTATEN VERBETEREN

De kans is groot dat je regelmatig op een Forbo vloer loopt. Wereldwijd liggen er miljoenen vloeren van het bedrijf in woonhuizen en kantoren. Forbo Flooring produceert vloerbedekkingen voor de projecten- en de consumentenmarkt en speciaalvloeren voor bijvoorbeeld operatiezalen, serverruimtes, winkels, tandartspraktijken en scholen. Met een marktaandeel van 65% is Forbo de wereldleider in linoleumvloeren.

S LIM KIEZEN

Ongeveer 70% van de verkochte vloeren is voor zakelijk gebruik. René van Vliet, Sales & Marketing Controller bij Forbo Flooring, legt de uitdagingen voor deze markt uit: "Ieder jaar starten er meer dan 3.200 projecten in Nederland die relevant zijn voor ons. Bij ieder project zijn meestal meerdere marktpartijen betrokken. We kunnen nooit al die *opportunities* gedetailleerd opvolgen en moeten dus kiezen welke projecten en betrokken marktpartijen we bewerken. Vroeger gebeurde dat op gevoel, maar we waren ervan overtuigd dat we betere keuzes konden maken op basis van slimme informatie."

C LASSIFICATIE

De afdeling van René begon daarom in 2014 met het verzamelen van zoveel mogelijk relevante informatie over projecten en de betrokken partijen. Hoeveel projecten heeft een architect lopen? Hoe groot is het architectenbureau en zijn ze financieel gezond? Welk vloeroppervlak wordt er voor dit project geadviseerd? Voor ruim 4.300 architectenbureaus werden gegevens toegevoegd van de Kamer van Koophandel en Dun & Bradstreet. Op basis daarvan werd een classificatie gemaakt van alle bureaus met betrekking tot attractiviteit en potentie voor Forbo.

"Veel bedrijven kijken vooral achteruit. Hoe hebben we gepresteerd de afgelopen periode? Wat wij wilden met deze informatie was juist vooruit kijken. Beter prioriteit toekennen aan *opportunities* en de commerciële resultaten beter kunnen voorspellen," vertelt René.

V OORSPELLEND MODEL

Samen met Kadenza verkende Forbo in 2015 de mogelijkheden om de verzamelde data om te zetten in zinvolle informatie. "We waren enorm benieuwd of we konden voorspellen hoe groot de kans is dat we een project converteren en wat daarbij bepalende factoren zijn," legt René uit. "Al snel werd duidelijk dat er meer data nodig was om betrouwbare voorspellende modellen te bouwen. We voegden informatie over offertes, facturen, sample aanvragen en verkoopactiviteiten toe en Kadenza ontwikkelde een voorspellend model met IBM SPSS."



René van Vliet

Sales & Marketing Controller Nederland,
Forbo Flooring

"We kunnen betere keuzes maken en beter voorspellen, maar bovendien kunnen we onze prijsonderhandelingen veel beter voeren."



FLOORING SYSTEMS

ORGANISATIE

Forbo Flooring B.V.

DE SITUATIE

Keuze voor de verkoop opportuniteiten met de meeste potentie op basis van "onderbuikgevoel". Voorspellingen van het verkoopresultaat onbetrouwbaar.

DE OPLOSSING

Met voorspellende modellen, op basis van big data, betrouwbare succesansen per opportunity berekenen.

HET RESULTAAT

Potentieel 1-3% omzetverbetering en 10% kostenbesparing.



KADENZA
THE SMART DATA COMPANY

HOE PREDICTIVE ANALYTICS FORBO'S VERKOOPRESULTATEN VERBETEREN



MEER VERBANDEN

Met IBM Watson Analytics werd vervolgens verder gezocht naar verbanden in de enorme hoeveelheid data. "Het mooie van Watson Analytics is dat je gewoon vragen kunt stellen zonder dat je IT kennis hebt. We onderzochten bijvoorbeeld of er verschillen zijn per accountmanager en of die verschillen te maken hebben met de verkoopregio." Zo ontstond veel inzicht over welke factoren bepalen of een project succesvol wordt of niet. Per *opportunity* kan nu ook een kans op succes berekend worden, waardoor de voorspelling van het toekomstige verkoopresultaat veel betrouwbaarder is geworden.

OPERATIONALISEREN

Binnenkort gaat René de volgende belangrijke stap zetten, het operationaliseren van de opgedane inzichten. "Nu we weten wat de succeskans van een project bepaalt, gaan we zorgen dat die kans voor iedere *opportunity* bijgewerkt is volgens de laatste stand van zaken, zodat we in elk verkoopstadium van een project weten welke kans we maken, wat de prioriteit is en op welke aangesloten partij we moeten inzetten."

RESULTATEN

Hoewel over een tijdje pas duidelijk zal zijn wat de exacte bedrijfsresultaten van deze aanpak zijn, heeft René hoge verwachtingen. "We verwachten betere keuzes te maken en beter te voorspellen. Maar bovendien kunnen we onze prijsonderhandelingen ook veel beter voeren. Een overall prijsverbetering van 1% zou al geweldig zijn, maar ik denk dat 3% voor veel projecten haalbaar is. Door onze tijd te besteden aan de juiste dingen, denk ik dat we bovendien een kostenverlaging van 10% kunnen bereiken op termijn. Dat zou een geweldig resultaat zijn."

PRETTIG SAMENWERKEN

Dergelijke resultaten zullen Forbo zeker motiveren om meer voorspellende waarde uit alle beschikbare data te halen. Ook voor andere bedrijfsonderdelen. Zou René dan weer voor Kadenza kiezen? "Jazeker. Kadenza heeft echt met ons meegedacht in dit project. De consultants hebben zich enorm verdiept in Forbo en onze specifieke vraagstelling, om vervolgens de vertaalslag te maken naar de best passende oplossing."

Kadenza helpt je om data in het kloppend hart van jouw organisatie te zetten, zowel technisch als organisatorisch. Met ruim 100 professionals helpen wij bedrijven met de implementatie van self service analytics, data governance, smart finance en hun (big) data architectuur.

Amarins van de Voorde

Consultant, Kadenza

“Met predictive analytics verhoog je als organisatie de waarde van je data exponentieel. Met een significante verbetering van je bedrijfsresultaten als gevolg.”



@ info@kadenza.nl ☎ 035 539 44 90

www.kadenza.nl