

## Agio Cigars

### Overzicht

#### ■ De uitdaging

*De concurrentie in het schap is groot onder fabrikanten van rookwaren. Daarom wilde Agio zijn relatie met detaillisten versterken. Om hierbij optimaal gebruik te maken van de gegevens in het bestaande CRM-systeem en deze te combineren met externe data zocht het bedrijf een geschikte oplossing. Deze moest het ook mogelijk maken informatie eenvoudig te ontsluiten voor verschillende gebruikers. Bovendien wilde AGIO de jaarlijkse budgetcyclus professionaliseren en beter vooruit kunnen kijken.*

#### ■ De platformen

- Oracle Siebel CRM
- Microsoft SQL

#### ■ De oplossingen

- IBM® Cognos® 8 BI
- IBM® Cognos® 8 Planning

#### ■ De resultaten

- Hogere omzet en lagere kosten door betere verkoop- en marketinginformatie
- Sneller en betrouwbaarder plannen
- Planningsgegevens steeds beschikbaar voor 'wat als'-analyses en doorlopende voorspellingen
- Basis voor CPM gelegd



Agio Cigars produceert en verkoopt sigaren, halffabricaten en productie- en verpakkingsmachines. Het familiebedrijf werd opgericht in 1904 en mag sinds 2004 het predicaat 'koninklijk' voeren. Agio heeft vier productievestigingen: in Nederland, België, de Dominicaanse Republiek en Sri Lanka. De verkoop gebeurt vanuit Nederland, België, Frankrijk, Duitsland en Singapore. Agio verkoopt jaarlijks zo'n 800 miljoen sigaren en heeft een omzet van circa 110 miljoen euro. Er werken ongeveer 2.600 medewerkers. Het hoofdkantoor staat in Duizel, Nederland.

*“Onze districtsmanagers kunnen nu perfect de vinger op de zere plek leggen. Zo heeft dit bij een aantal focusklanten in een van onze distributiekkanalen al een afzetverhoging van 28 procent opgeleverd.”*

*Arjan Van Der Weijde,  
Business Process Manager,  
Agio Cigars*

## **De uitdaging**

Agio is een stabiel en gezond bedrijf. De omzet in de belangrijkste afzetgebieden – Nederland, België, Duitsland en Frankrijk – wordt echter bedreigd door strenge wetgeving. “We hebben te maken met verplichte waarschuwingsteksten op de verpakking, het verbod op roken en een sterke beperking op promotie”, zegt Arjan van der Weijde, Business Process Manager bij Agio Cigars. “Doordat we niet rechtstreeks mogen communiceren met klanten, is de P van ‘promotie’ verdwenen uit de marketingmix. We moeten het gevecht met de sterke concurrentie aan in de winkel, waar beperkte schapruimte is.” Binnen Agio is daarom een strategische heroriëntatie doorgevoerd; naast verdere uitbreiding van de export, werkt het bedrijf met Customer Relationship Management (CRM) en loyaliteitsprogramma’s aan het versterken van de relatie met de detaillist in de Europese Unie. Sinds 2005 wordt hiervoor in de vier belangrijkste landen gebruikgemaakt van een CRM-systeem van Siebel/Oracle. Van der Weijde: “Een prima systeem, dat operationeel goed werkt. Alleen wilden we de informatie beter ontsluiten voor verschillende soorten gebruikers en deze combineren met gegevens van marktonderzoekbureaus of distributeurs voor meer gerichte actie.” Een ander aandachtspunt was de financiële planning. “Er bestond een sterke behoefte binnen het financieel management aan

professionalisering van de jaarlijkse budgetcyclus. De budgethouders maakten hun plannen in Excel. Deze werden op de financiële afdeling door één persoon geconsolideerd. We wilden een sneller proces, met de mogelijkheid om gegevens het hele jaar door te gebruiken, bijvoorbeeld voor ‘wat als’-analyses. De introductie van een product is kostbaar en gezien de bijzondere marktomstandigheden moet dit in één keer goed. Je moet je financiële gegevens goed in kaart hebben, zeker met de beperkte schapruimte en het ontbreken van promotiemogelijkheden”, legt Van der Weijde uit.

## **De aanpak**

Uit een lange lijst van BI-oplossingen koos Agio die van IBM Cognos. Van der Weijde: “De geïntegreerde rapportage en analyse en de gebruikersvriendelijkheid van de software waren belangrijk, maar ook de benadering van IBM Cognos. We zijn een groot bedrijf, maar vanuit de softwarewereld gezien relatief klein. IBM Cognos zag wel onze mogelijkheden en was bereid om mee te denken.” Agio koos voor een stapsgewijze BI-invoering. “We hebben een Microsoft SQL-datawarehouse gebouwd en gevuld met interne CRM-data. Daarna zijn er rapporten ontwikkeld, bijvoorbeeld voor inzicht in de aantallen producten bij de detaillist, het aantal vertegenwoordigersbezoeken per detaillist of het aantal verkochte

producten per productgroep. Ten slotte hebben we het datawarehouse aangevuld met externe data en deze in rapporten gecombineerd met interne gegevens. De implementatie van IBM Cognos is land voor land uitgevoerd”, vertelt Van der Weijde. De districtsmanagers hebben toegang tot de rapporten via een webportaal. De vertegenwoordigers krijgen klantinformatie als pdf-bijlage in het CRM-systeem, bijvoorbeeld over het soort klant, het marktaandeel of de afzet. Lastig punt was de gebruikers te overtuigen van het nut van de nieuwe werkwijze. Van der Weijde: “We hebben een volwassen vertegenwoordigersclub die het goed doet. Er was daardoor ‘no need for urgency’. Vooral met concrete resultaten hebben we ze over de streep getrokken.” Een volgende logische stap was het aanpakken van de budgetteringsprocessen met IBM Cognos Planning. Van der Weijde: “Vanwege de sterke functionaliteit, maar ook vanwege de mogelijkheid om gebruik te maken van onze BI-rapportage en -analyse.”

## **De resultaten**

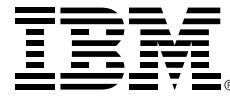
De resultaten liegen er niet om. Van der Weijde: “Onze districtsmanagers hebben nu geïntegreerde informatie over producten, detaillisten en consumenten en kunnen perfect de vinger op de zere plek leggen. Zo leverde dit bij focusklanten in een van onze distributiekanalen al een afzetverhoging van 28 procent

op. Een ander mooi voorbeeld is in Duitsland. We maken afspraken met distributeurs over schapruimte. De vertegenwoordigers voeren distributiemetingen uit ter beoordeling van de aanwezigheid van onze producten. Deze gegevens worden onder andere verwerkt in een analyserapport, waarmee een account manager de distributeur kan afrekenen op zijn prestaties. Dit heeft geresulteerd in een aanzienlijke besparing." Agio wil het gebruik van BI uitbreiden. "We gaan onze verkooprapporten naar een nog hoger plan trekken en bijvoorbeeld gebruikmaken van het inplannen en 'bursten' van rapporten en het doordrillen naar achterliggende informatie. Verder zijn we bezig meer data uit ons ERP-systeem in het datawarehouse te zetten, voor beter inzicht in onze productie- en financiële gegevens", zegt Van der Weijde. Op planningsgebied gaat Agio ook nog verder. Van der Weijde: "We hebben nu een goedwerkende oplossing, waarmee budgethouders graag werken en die de kans op fouten vermindert doordat iedereen zijn gegevens in hetzelfde, centraal beheerde systeem invoert. Met ingang van het komende budgetjaar gaan we ook het proces aanpakken. Doel is om dit met 25

procent te verkorten en gegevens het hele jaar door beschikbaar te maken voor 'wat als'-analyses en doorlopende voorspellingen." Agio heeft inmiddels ook een begin gemaakt met de inzet van (financiële) Consolidatie van IBM Cognos. "Daarmee hebben straks we alle onderdelen van Performance Management geïmplementeerd en kunnen we het plaatje rondmaken", aldus Van der Weijde.

### **Over IBM Cognos BI en Performance Management**

De oplossingen voor IBM Cognos Business Intelligence (BI) en Performance Management van IBM bieden wereldwijd toonaangevende software, ondersteuning en diensten op het gebied van Enterprise Planning, consolidatie en BI. Organisaties kunnen hiermee hun financiële en operationele prestaties beter plannen, begrijpen en beheren. De oplossingen van IBM Cognos brengen technologie, analyseapplicaties, best practices en een omvangrijk netwerk van partners bij elkaar. Zo wordt klanten een open, flexibele en complete Performance-oplossing geboden. Meer dan 23.000 klanten in ruim 135 landen over de hele wereld kiezen voor IBM Cognos-oplossingen. Voor meer informatie of contact: [www.ibm.com/cognos](http://www.ibm.com/cognos).



IBM Nederland BV  
Johan Huizingalaan 765  
1066 VH Amsterdam

Produced in Canada  
May 2009  
All Rights Reserved.

IBM, het IBM-logo, [ibm.com](http://ibm.com), Power Systems, System i, Systems Storage zijn trademarks van International Business Machines Corporation in de Verenigde Staten, andere landen, of beide.

Deze casestudy illustreert hoe een IBM-klant gebruikmaakt van IBM-producten. Er is geen garantie voor vergelijkbare resultaten.

Verwijzingen in deze publicatie naar IBM-producten of -diensten impliceren niet dat IBM de intentie heeft om ze beschikbaar te stellen in alle landen waar IBM actief is.

Bezoek ook onze website [www.ibm.com/nl](http://www.ibm.com/nl)

© Copyright IBM Nederland BV 2009