



# Fource Automotive Source

Marketingcommunicatie stroomlijnen met flexibel beheersysteem

## Maatwerk in marketing optimaal automatiseren

### 175.000 Artikelen, 400 grossiers

Er rijden in Nederland zo'n 9 miljoen auto's rond. Daisy Scholten, verantwoordelijk voor de marketing communicatie bij Fource, durft wel te stellen dat zeker één op de vijf auto's in dat wagenpark rijdt met onderdelen uit het Fource netwerk. Scholten: "In de kern zijn we importeur en distributeur van auto-onderdelen. Vanuit ons magazijn in Schiedam, waar we altijd zo'n 175.000 artikelen klaar hebben liggen, bevoorraden we dagelijks een netwerk van zo'n 400 grossiers, waarvan 140 zeer loyaal zijn aan Fource. Op hun beurt leveren zij weer onderdelen en materialen aan autobedrijven." Fource zet vernieuwende marketingconcepten in om, via de grossiers, ook autobedrijven aan zich te binden.

### Lokale marktwerking

Samantha Willemsen, mede verantwoordelijk voor de marketing communicatie, noemt een voorbeeld: "Automobilisten kunnen via onze portal mijn garage.nl eenvoudig online offertes aanvragen en afspraken inplannen bij deelnemende autobedrijven. Dat levert hen nieuwe klanten op – en ons meer orders." Scholten vult aan: "We ondersteunen onze grossiers ook met eigen versies van onze marketinguitingen, zodat ze hun lokale markt onder eigen naam en logo kunnen benaderen. Door de productie daarvan te stroomlijnen, willen we onze efficiency verhogen en de effectiviteit verder vergroten." Scholten en Willemsen gaan op zoek naar een systeem dat het hele proces kan automatiseren en optimaliseren.

 **FOURCE**  
automotive source

# 730

Het beheer en de productie van Fource marketing-communicatiemiddelen komt in handen van 730 medewerkers

*"Met MarcomCentral bewaken we op zeer efficiënte wijze de huisstijl binnen het hele Fource netwerk, terwijl gebruikers ruimte krijgen voor hun lokale identiteit."*

Daisy Scholten, verantwoordelijk voor marketingcommunicatie bij Fource in Schiedam.

**RICOH**  
imagine. change.

## Geen 'off the shelf' softwarepakket

Op internet vinden ze diverse specialisten in 'marketing asset management' en 'resource management'. "Maar het werd ons al snel duidelijk dat er geen ideaal systeem bij zat dat aan al onze wensen voldeed." Het onderwerp komt vervolgens ook op tafel als Scholten met Ricoh in gesprek gaat over de aanstaande vervanging van het productiesysteem waarmee Fource in eigen huis brochures in kleine oplages produceert. "Ricoh gaf toen aan met MarcomCentral over een Marketing Resource Management (MRM) systeem te beschikken met wereldwijd al zo'n 5.000 portals en meer dan 2,2 miljoen gebruikers. Deze SaaS-oplossing vormt een goede basis voor het systeem dat wij nodig hebben."

## Efficiënte werkwijze

"We krijgen veel meer dan een 'off the shelf' softwarepakket. Het systeem laat zich heel goed aanpassen aan onze wensen, zoals een beeldbank. Ricoh heeft ons echt maatwerk geleverd", stellen Scholten en Willemsen. Ze zijn vol vertrouwen over de volledige implementatie bij Fource. Intern hebben zo'n 280 medewerkers toegang tot het systeem en daar komen nog eens 450 gebruikers bij de grossiers bij. Elk individuele inlogprofiel krijgt de beschikking over specifieke mogelijkheden en opties. Scholten: "Zo bewaken we op zeer efficiënte wijze de huisstijl binnen het hele Fource netwerk, terwijl grossiers ruimte krijgen voor hun lokale identiteit." Willemsen: "En wij kunnen onze aandacht weer helemaal richten op de ontwikkeling van nieuwe marketing- en communicatieconcepten."

*"Dankzij de expertise, de flexibiliteit en de service die de Ricoh-organisatie biedt, krijgen we met MarcomCentral geen 'off the shelf' softwarepakket, maar volledig maatwerk naar onze wensen."*

Samantha Willemsen, verantwoordelijk voor marketingcommunicatie bij Fource in Schiedam.

Daisy Scholten (links) en Samantha Willemsen zochten een systeem om het beheer en het productieproces van marketing-communicatiemiddelen optimaal te automatiseren. Ze kozen voor MarcomCentral, de SaaS-oplossing van Ricoh.

