



blink of ZINK

WELKE KOERS VAART UW CRM PROJECT?



Deel 4: Het gebruiken
van een CRM-systeem



Intro CRM

“Gefeliciteerd! Je wordt bij deze benoemd tot kapitein van ons CRM-schip. Je staat nu aan het roer van de CRM-implementatie en mag de koers bepalen. Veel succes!” En dat is het dan... Leuk project. Uitdagend. Is dit de eerste keer dat u verantwoordelijk bent voor een CRM-project? Wordt het blinken of zinken?

De keuzes voor een passende CRM-oplossing en de juiste implementatiepartner zijn beslist geen eenvoudige opgaven. Eenmaal gemaakte keuzes kunnen vanwege de financiële en organisatorische impact niet snel gewijzigd worden. Het selectietraject

moet dus in één keer tot een goede keuze leiden. Bovendien heeft het succesvol laten verlopen van een CRM-implementatie alles te maken met het realiseren van bedrijfsdoelstellingen en het gebruik en de acceptatie door de gebruikers.

Wij willen u in dit proces ondersteunen en bieden u daarom het vierde deel van de eBook serie 'Blink of Zink: houd úw CRM-project op koers' aan.

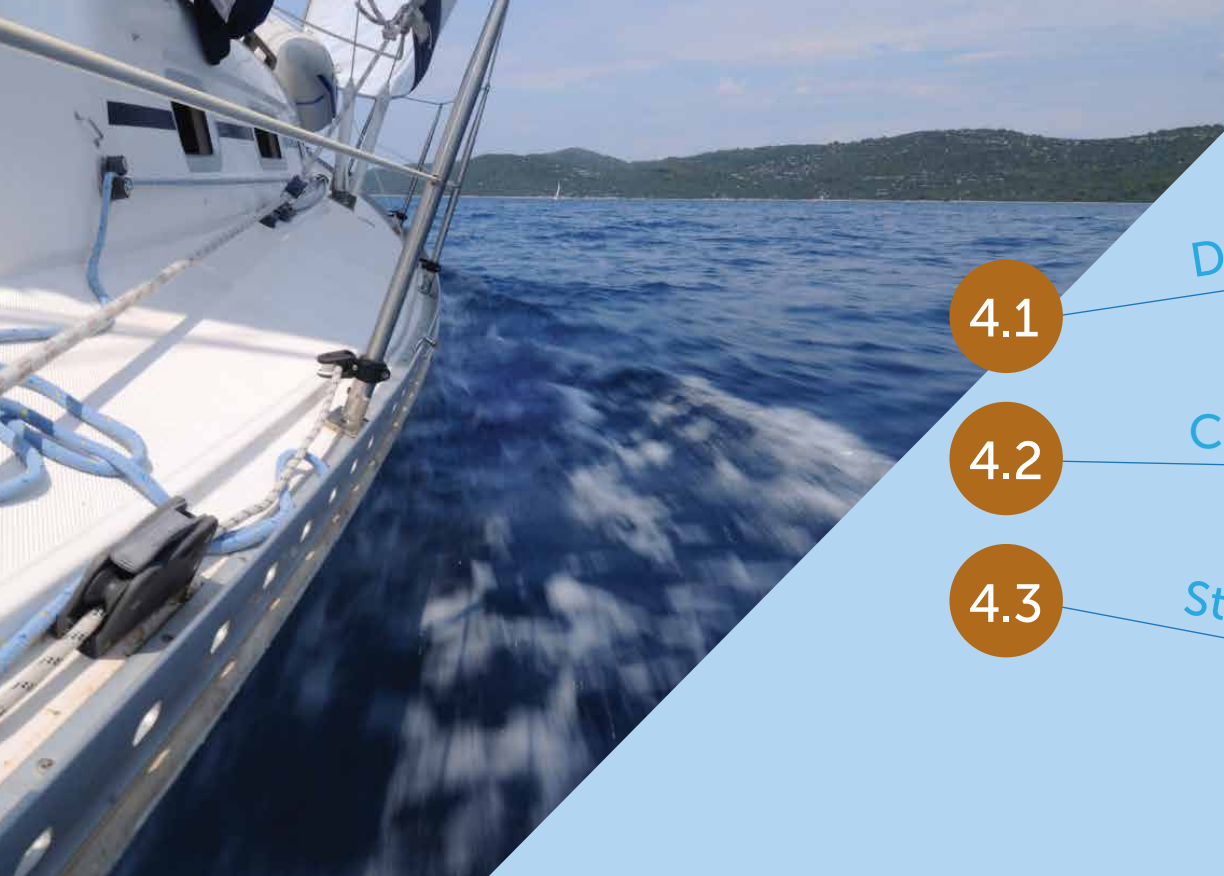
De serie bevat vier delen met prikkelende columns over het **selecteren, contracteren, implementeren** en **gebruiken** van CRM-systemen. Guus Krabbenborg, onafhankelijk adviseur, trainer en publicist, die al ruim 25 jaar in de softwaremarkt opereert en alle

succesfactoren en valkuilen van binnen en buiten kent, is de auteur van de serie. Een bestseller in de wereld van bedrijfssoftware!

De eBooks zijn eenvoudig leesbaar, onafhankelijk en vol met direct toepasbare tips. Laat het u helpen de juiste koers te varen en ijsbergen te vermijden. Vraag de andere delen gratis aan op www.blinkofzink.nl en vergroot uw kans op een succesvol CRM-project.

Wij wensen u veel inspiratie en leerzaam leesplezier toe.

Met vriendelijke groet,
Prodware Nederland



4.1

De ware kosten van kennis



4

4.2

CRM-software: kosten of investering?



5

4.3

Stilstand of vooruitgang?



6



De ware kosten van kennis

Een transportbedrijf dat chauffeurs werft, wenst louter kandidaten te spreken met een groot rijbewijs. Wie complexe machines wil bedienen, moet over aantoonbare opleiding en ervaring beschikken. Maar voor de omgang met klanten – het meest kostbare bezit van een onderneming – worden zonder aarzelen mensen ingezet die niet goed zijn getraind in het CRM-pakket. Met natuurlijk alle gevolgen van dien...

Dat een juist gebruik van CRM-pakketten voor ondernemingen veel betekent, is inmiddels een breed geaccepteerde opvatting. De financiële resultaten en zelfs het voortbestaan van bedrijven worden er door beïnvloed. In dat kader is het wonderlijk hoe gebrekkig organisaties nog steeds met CRM-kennis om gaan.

Vanzelfsprekend brengen gebruikers van een CRM-pakket primair hun kennis in

op het vlak van bijvoorbeeld verkoop of marketing. Maar de vaardigheden om juist die kennis in het ERP-pakket aan te wenden, worden voor vakspecialisten steeds belangrijker. Zelfs de allerbeste verkoper die het systeem links laat liggen, kan niet functioneren.

Nou heeft kennis de neiging te verwateren. Pak een nieuwe implementatie. Stel dat de consultant van de leverancier over 100% kennis beschikt en dat deze daar 80% van overdraagt. Daarvan wordt door de gebruiker gemiddeld grofweg zo'n 60% begrepen, 40% onthouden en uiteindelijk slechts 20% gebruikt.

U voelt intussen al aankomen wie de nieuwe collega's vervolgens in uw CRM-pakket gaat inwerken. Goed geraden; die medewerker met 20% pakketkennis. En het gaat hard als uiteindelijk slechts 20% van die eerste

20% nog maar wordt gebruikt. Da's namelijk nog maar 4%! En nieuwe pakketversies zetten het rendement van die eerste trainingen nog verder onder druk. Intussen maakt uw directie zich zorgen over de lage conversieratio's, oplopende verkoopkosten en de matige klanttevredenheid.....

Het blijvend goed gebruiken van uw CRM-systeem gaat dus om opleiden. Natuurlijk bij de initiële implementatie, maar ook bij het inwerken van nieuwe medewerkers. En bij de overgang naar nieuwe versies.

Het continu opleiden en trainen van uw medewerkers in uw CRM-pakket kost u zeker veel geld. Besparen op kennis daarentegen kost u kapitalen!

CRM-software: kosten of investering?

Van oudsher wordt CRM-software als een kostenpost gezien. En hoewel de overtuiging terrein wint dat de kwaliteit van informatievoorziening de bedrijfsresultaten beïnvloedt, speelt het kostengericht denken bedrijven nog steeds parten. En dat pakt niet altijd gunstig uit!

Veel bedrijven zijn met hun huidige CRM-software ronduit ongelukkig. Te complex in gebruik, gebrekkige innovatie en onvoldoende flexibiliteit zijn veel gehoorde klachten. Noodgedwongen zoeken eindgebruikers hun heil in Excel of Access met alle gevolgen van dien. Opvallend is dat deze bedrijven toch volharden in het handhaven van hun systeem. "De investering is nog niet afgeschreven", blijkt belangrijker dan dalende klanttevredenheid, oplopende verkoopkosten en zelfs verlies van klanten. Vaak wordt de gifbeker tot de

bodem leeggedronken voordat een betere oplossing wordt gezocht.

Ook bij de keuze voor een nieuw systeem speelt het kostenelement nog steeds een substantiële rol. Moeiteloos wordt een leverancier voor 3% initieel prijsverschil terzijde geschoven, die een 30% beter vooruitzicht op innovatie en continuïteit biedt.

Behoort u tot die categorie ontevreden bedrijven? Dan is het interessant in gedachten 'ns terug te gaan naar het moment waarop u voor uw huidige oplossing koos. Weet u nog welke pakketten en aanbieders toen op uw shortlist stonden? Bedenk dan eens waar u met die oplossingen nu had gestaan. Wellicht komt u tot de conclusie dat er bij een andere keuze nu geen noodzaak tot vervanging zou spelen. Er wèl opvolgende versies zouden zijn met functionaliteit waar u nu om zit te springen. Dat die andere implementatiepartner z'n belofte om actief in kennis van uw branche te investeren wèl heeft waargemaakt.

Door CRM-software niet langer als kosten, maar als investering te beschouwen gaat u door een andere bril naar het keuzevraagstuk kijken. De opbrengsten van uw nieuwe pakket, het aantal jaren waarin u het pakket kunt gebruiken en dus afschrijven en de mogelijke doorgroei naar toekomstige pakketgeneraties worden dan ineens belangrijker.

Grote kans dat u daarmee ook een beter passende oplossing in huis haalt!



Stilstand of vooruitgang?



Veel organisaties maken gebruik van (sterk) verouderde versies van hun CRM-systeem. Intussen beperken de leveranciers hun support tot de meest recente versies. Dat leidt natuurlijk tot fricties. Kiest u dus voor stilstand of vooruitgang?

De wereld draait sneller dan ooit. Klantentrouw is een uitstervend fenomeen. Internet maakt alles transparant en product lifecycles zijn korter dan ooit. Je zou dus verwachten dat bedrijven continu alle nieuwe mogelijkheden van hun CRM-pakket

trachten te benutten. Niet dus! Tal van ondernemingen kiezen een leverancier mede op basis van diens ontwikkelkracht, de omvang van z'n R&D budget en de te verwachten innovatie. En betalen braaf hun jaarlijkse onderhoudspenningen. Om de nieuw uitgebrachte versies vervolgens keer op keer te laten passeren. Een wonderlijk fenomeen!

Sommige bedrijven zijn 'CRM-moe'. Als de slopende implementatie eindelijk is afgerond, heeft men er even de buik vol van. Andere bedrijven begroten domweg geen budget om bij de tijd te blijven. Maar zij verplaatsen zich toch ook niet meer met paard en wagen? Een derde categorie is 'gevangene' van de grote hoeveelheid maatwerk die zo nodig moest worden ontwikkeld. Zij willen wel vooruit, maar kunnen niet.

Aan leverancierskant valt mij op dat er slechts beperkte aandacht voor de bestaande klanten is. Waardoor er slechts matig over nieuwe versies wordt gecommuniceerd, hardware

specificaties pas in een laat stadium boven tafel komen en er van het voorrekenen van de algemene opbrengstkansen (ROI) vaak al helemaal geen sprake is.

Voor u als klant vormt dit alles een gevaarlijke ontwikkeling. Uw onderhoudscontract is immers een verzekering tegen de veroudering van uw pakket. Maar als u hier structureel geen gebruik van maakt, valt u op enig moment buiten elk beschikbaar vangnet. Met alle mogelijke gevolgen van dien!

U laat uw auto periodiek onderhouden. En bezoekt elk half jaar de tandarts voor controle. Toch? En precies daarom doet u er goed aan uw CRM-pakket met regelmaat te actualiseren. En ja, dat kost geld. Maar als het fout loopt kunnen de totale kosten van al die zuinigheid u nog wel eens lelijk opbreken!

Prodware: uw CRM-partner

HOGERE KLANTTEVREDENHEID EN GEZONDE EN WINSTGEVENDE BEDRIJFSVOERING

In onze visie is CRM een bedrijfsstrategie die onlosmakelijk verbonden is met hogere klanttevredenheid en gezonde en winstgevende bedrijfsvoering. Wij zien relatiebeheer dan ook als een strategie, die logisch voortvloeit uit de missie en visie van een bedrijf of organisatie. Bij iedere implementatie staat onze visie op CRM dan ook centraal:

- ✦ CRM gaat over het realiseren van bedrijfsdoelstellingen, niet over een systeem.
- ✦ Begin met een strategie. CRM zonder strategie zal u niet de successen brengen waar u naar streeft.
- ✦ Focus op business uitdagingen.
- ✦ Focus op het implementeren van een proces, niet op de technische implementatie.
- ✦ Gebruik een oplossing waar hij voor ontwikkeld is.
- ✦ Succes begint met samenwerking.

Een belangrijk onderdeel van onze oplossingen is relatiebeheer met behulp van de flexibele en gebruiksvriendelijke software van Microsoft, Microsoft Dynamics CRM. Dit combineren we met onze ruime ervaring en praktijkgerichte implementatieaanpak. Vanuit onze visie helpen wij u graag met het behalen van uw bedrijfsdoelstellingen.

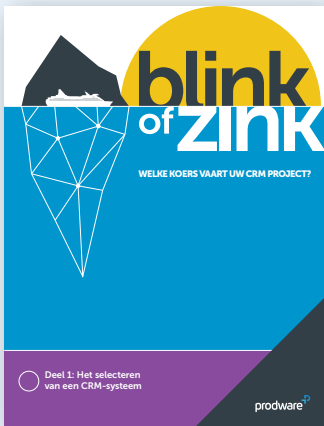
Prodware, de grootste Microsoft Dynamics partner van Europa.

www.prodware.nl/crm

VERBETER UW CRM PROJECTEN

8

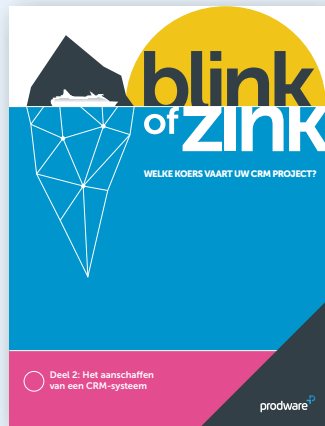
1



Het selecteren van een CRM-systeem

Hoe stelt u een eisen- en wensenpakket samen? Het zoeken naar een korte terugverdientijd op uw investeringen in een CRM-systeem. Hoe kiest u een CRM-partner?

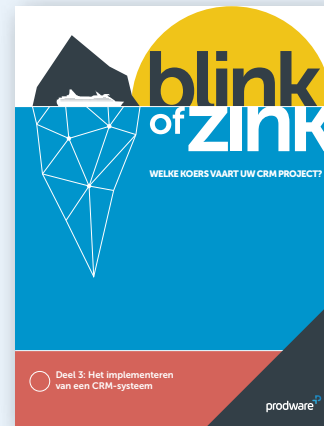
2



Het aanschaffen van een CRM-systeem

Wat is belangrijk bij het aanschaffen van een CRM-pakket? Is korting zo verstandig? Wat is de impact op de doorlooptijd? Is het aanbesteden op basis van 'fixed price' wel zo verstandig?

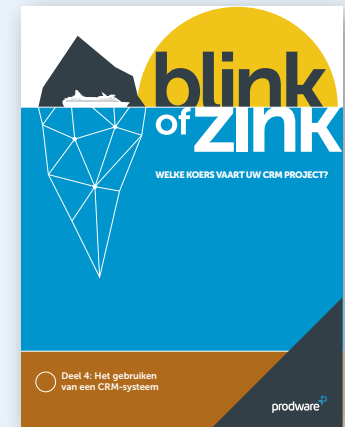
3



Het implementeren van een CRM-systeem

Het implementeren van een CRM-systeem is meer dan de levering van wat producten en diensten. Wat verhoogt de kans van slagen van een CRM-implementatie? De rol van leverancier en klant.

4



Het gebruiken van een CRM-systeem

Het continu trainen van uw medewerkers in uw CRM-pakket kost u zeker geld. Besparen op kennis daarentegen kost u kapitalen!

Dit eBook is de vierde editie uit de Blink of Zink eBook serie. De serie bevat vier delen met prikkelende columns over het selecteren, contracteren, implementeren en gebruiken van CRM-systemen. Wij hopen dat deze eBooks bijdragen aan het succesvol laten lopen van uw CRM-project. Als CRM-partner, bieden wij interessante, gemakkelijk leesbare eBooks vol met direct toepasbare tips. Kijk op www.blinkofzink.nl en vergroot uw kans op een succesvol CRM-project. Wilt u op de hoogte gehouden worden over CRM-kennissessies? Stuur ons een e-mail via info@prodware.nl.



blink of zink

Contact

Prodware Nederland B.V.
Van Voordenpark 1A
5301 KP Zaltbommel
t +31 (0)418 68 35 00
e info@prodware.nl
i www.prodware.nl