



# CRM en Strategie

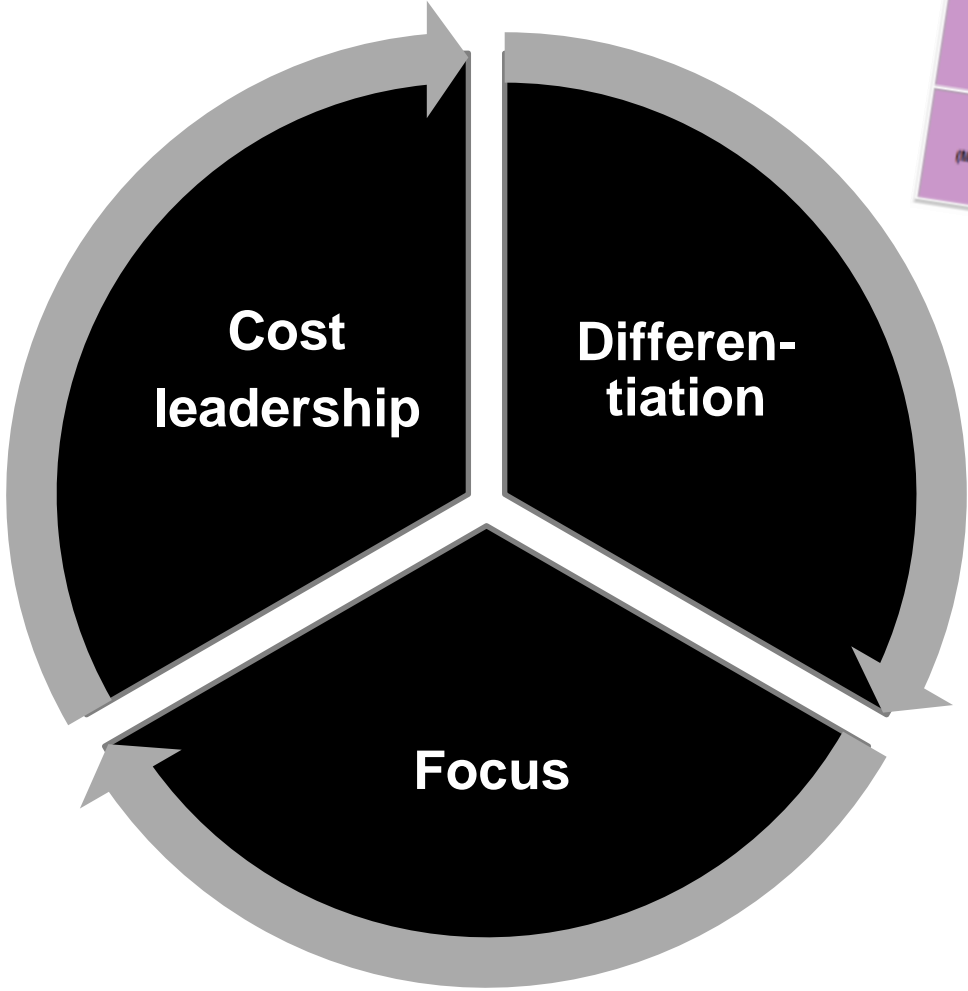
**Wil Wurtz**

**15 september 2011**

**Metrics & More** B.V.  
CRM Adviseurs

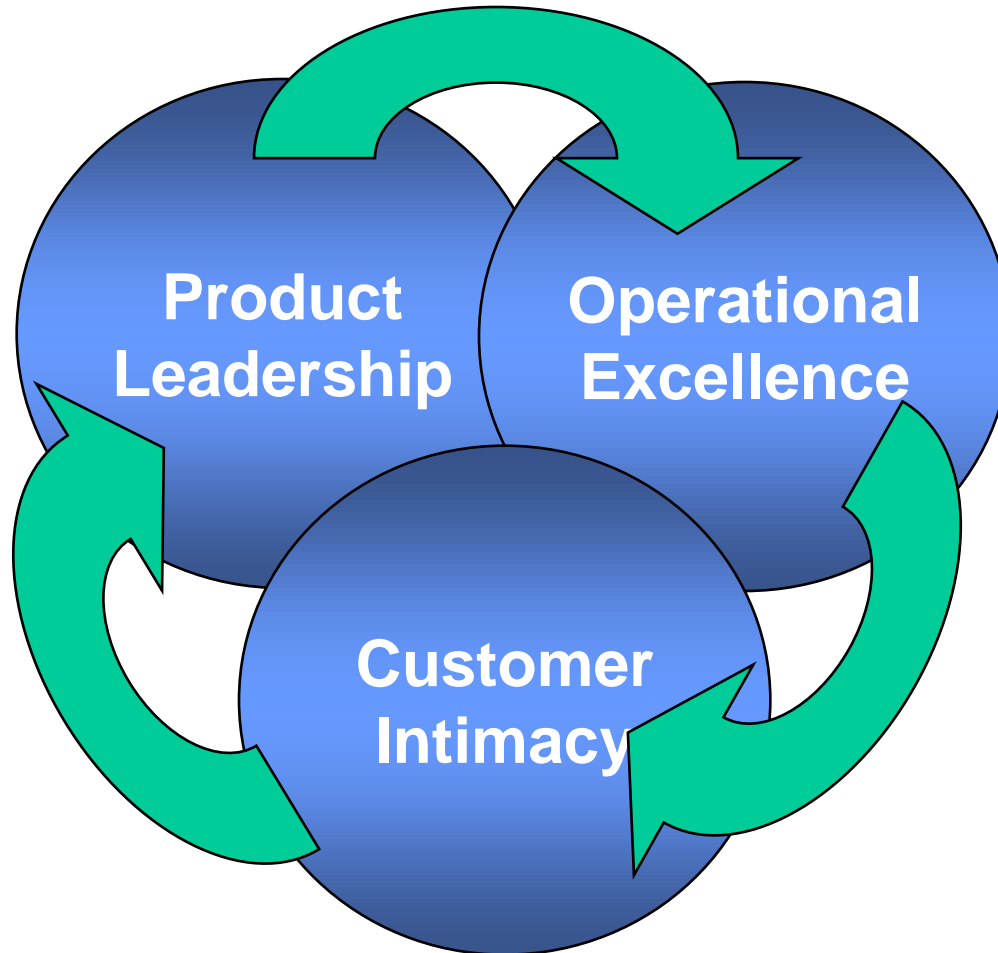
**PLATFORM**  
**KLANTGERICHT**  
**ONDERNEMEN** CRM ASSOCIATION NL

# Michael Porter (1980)



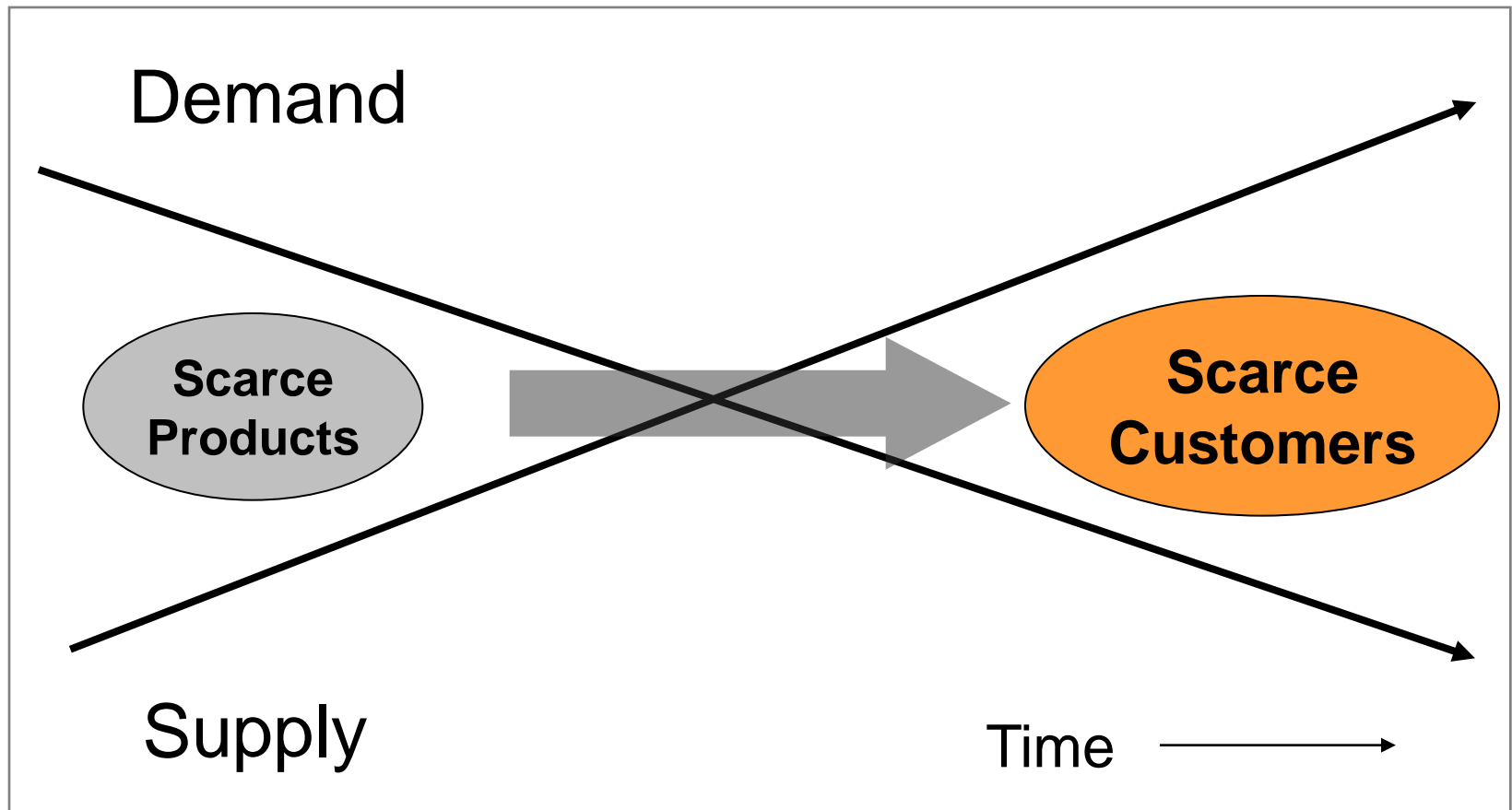
Target Scope	Advantage	
	Low Cost	Product Uniqueness
Broad (Industry Wide)	Cost Leadership Strategy	Differentiation Strategy
Narrow (Market Segment)	Focus Strategy (low cost)	Focus Strategy (differentiation)

# Treacy & Wiersema (1995)



# Bob Thompson (2003)

*Competing for scarce customers, Bob Thompson, 2003*



# Commissie Maas 7 april 2009



“Banken moeten zich weer primair gaan richten op de belangen van de klant en minder op die van aandeelhouders.”

# Michael Porter(2011) - Tony Hsieh (2010)

HBR.ORG

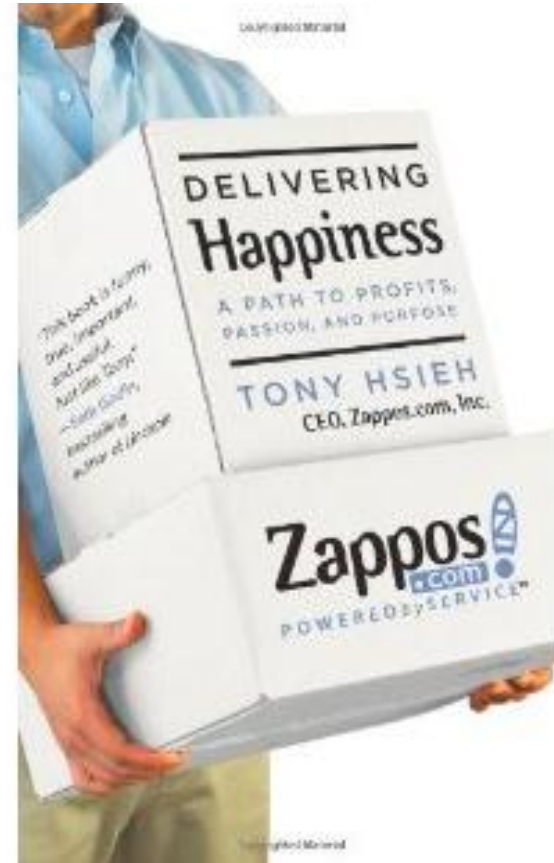
## Harvard Business Review

JANUARY-FEBRUARY 2011  
REPRINT R1101C

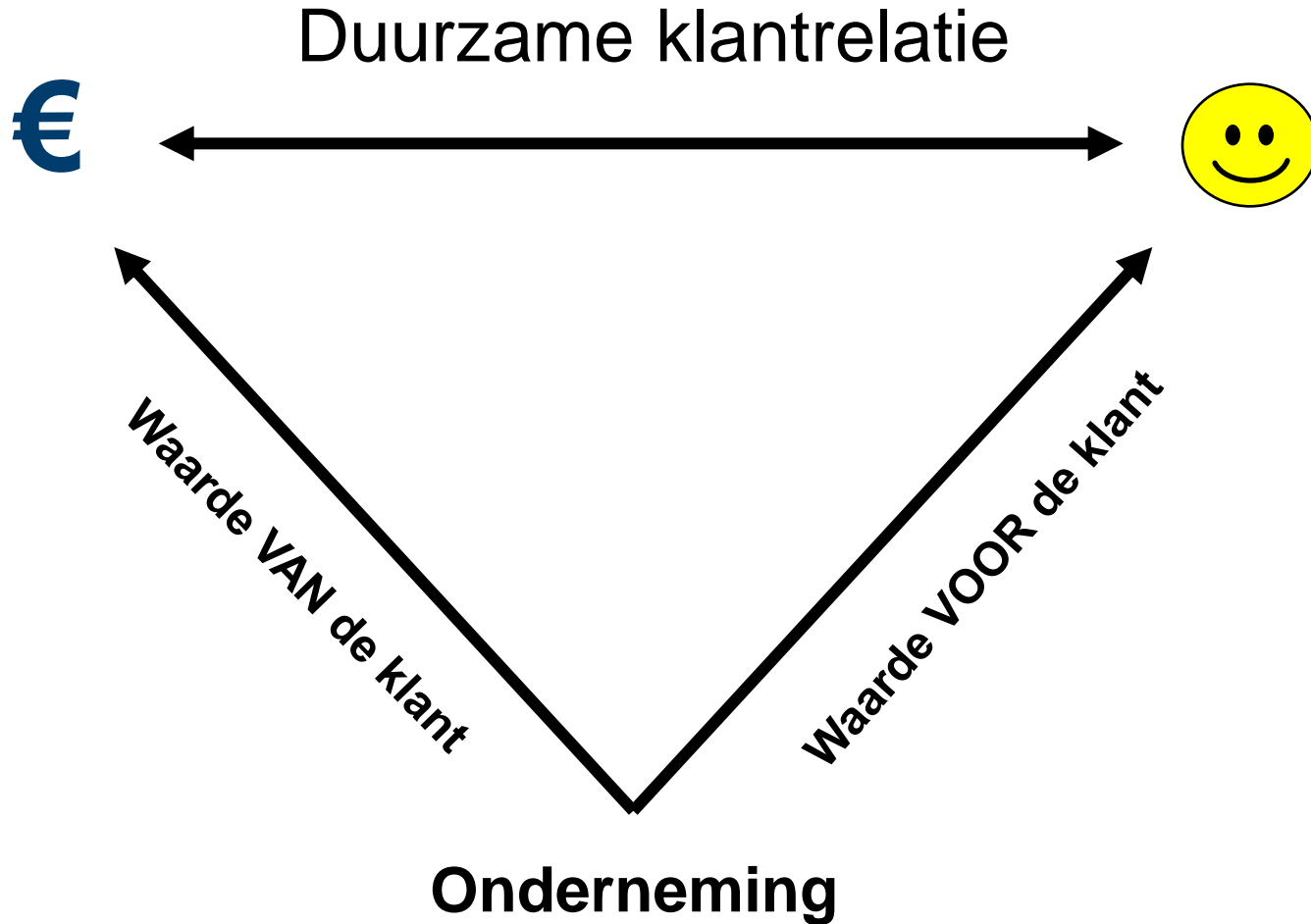
THE BIG IDEA

## Creating Shared Value

How to reinvent capitalism—and unleash a wave of innovation and growth by *Michael E. Porter and Mark R. Kramer*



# CRM als bedrijfsstrategie

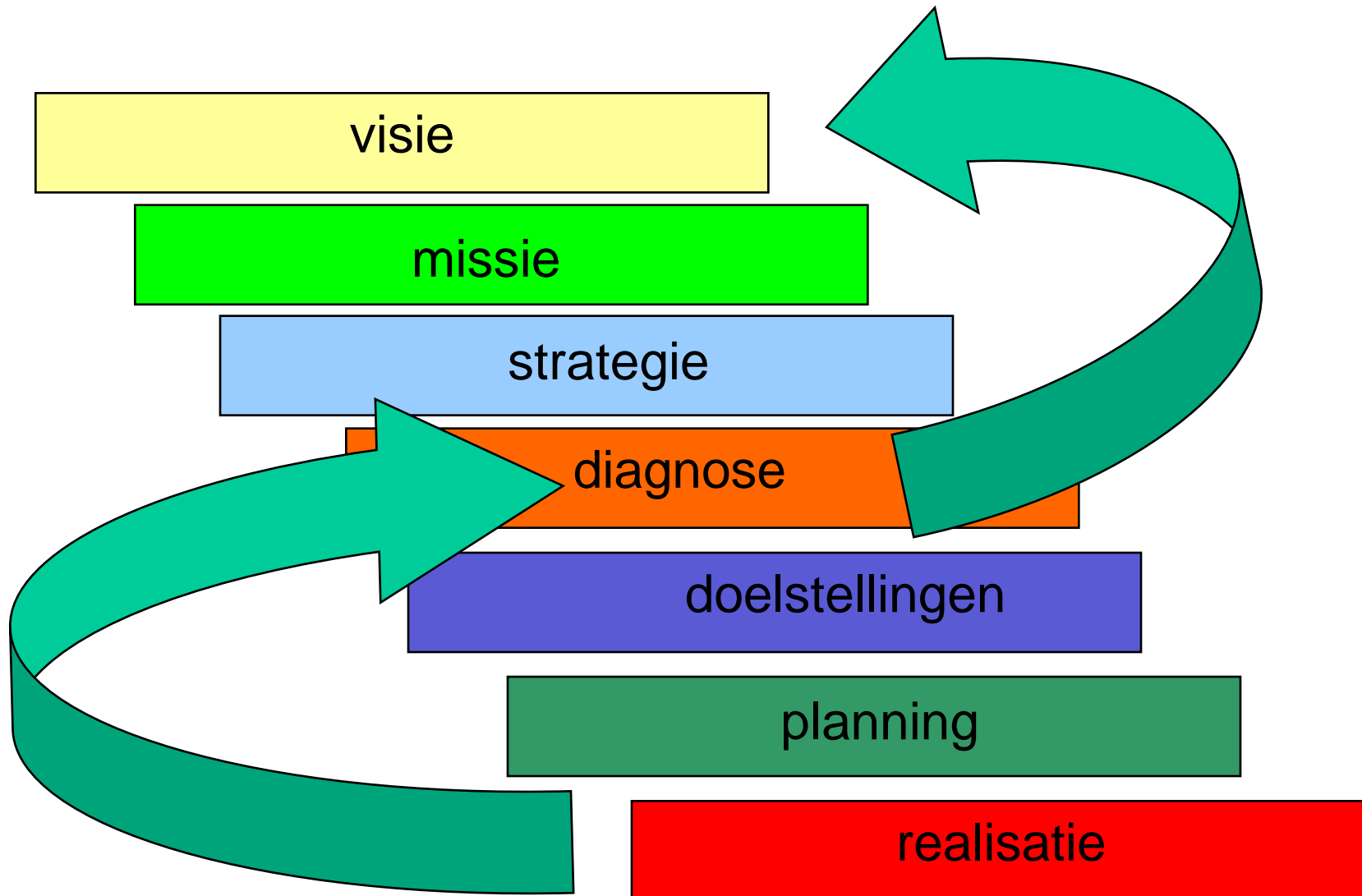


# Definitie – Platform Klantgericht Ondernemen CRM Association NL 2002

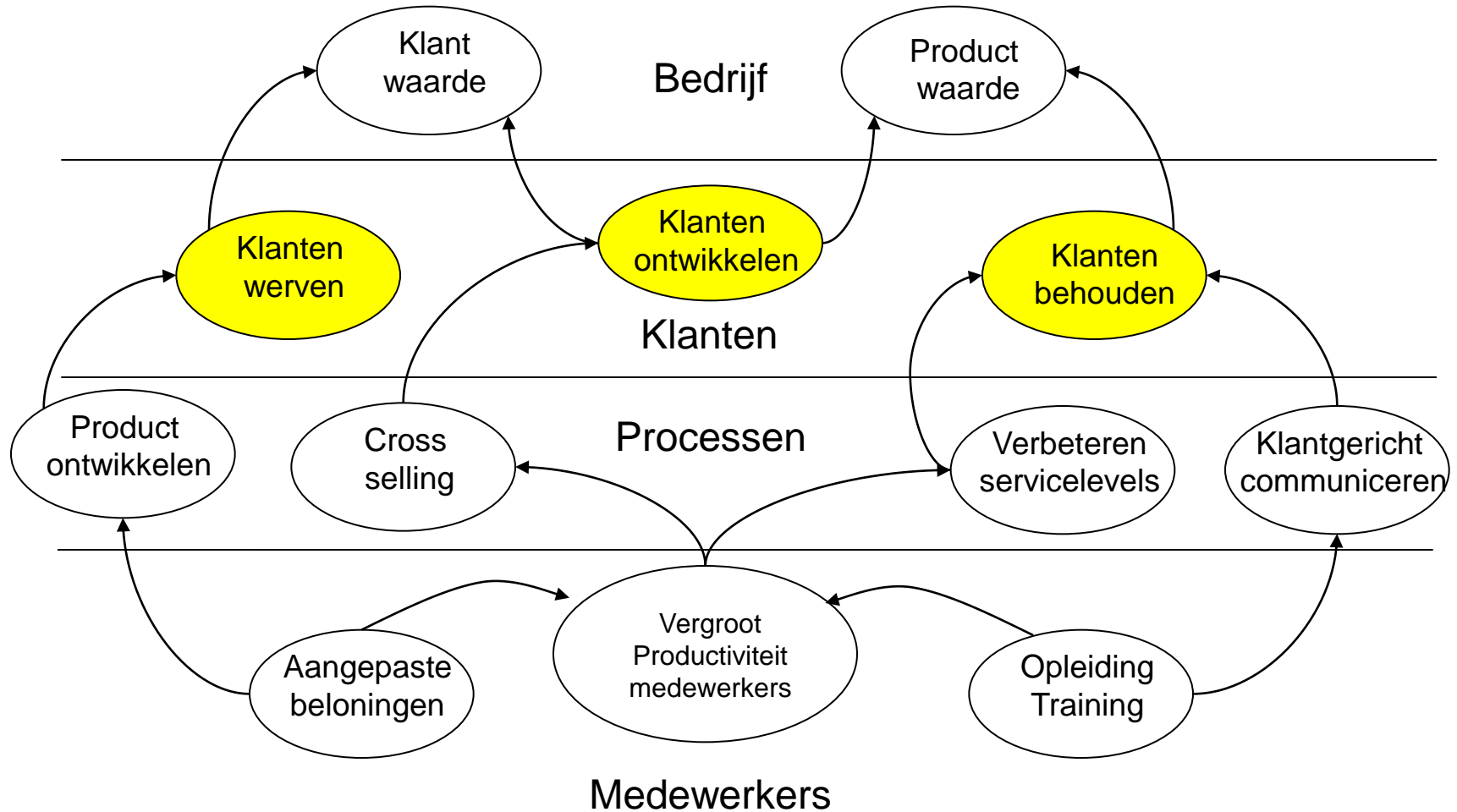
*“CRM is de implementatie van een strategie waarmee een bedrijf of instelling beoogt (klant)relaties te optimaliseren in termen van klantrendementen klanttevredenheid. CRM wordt gezien als een continue en systematische, organisatie-omvattende activiteit....*

*.....Daarbij wordt ICT als een ondersteunende factor gezien.”*

# Van visie naar resultaat

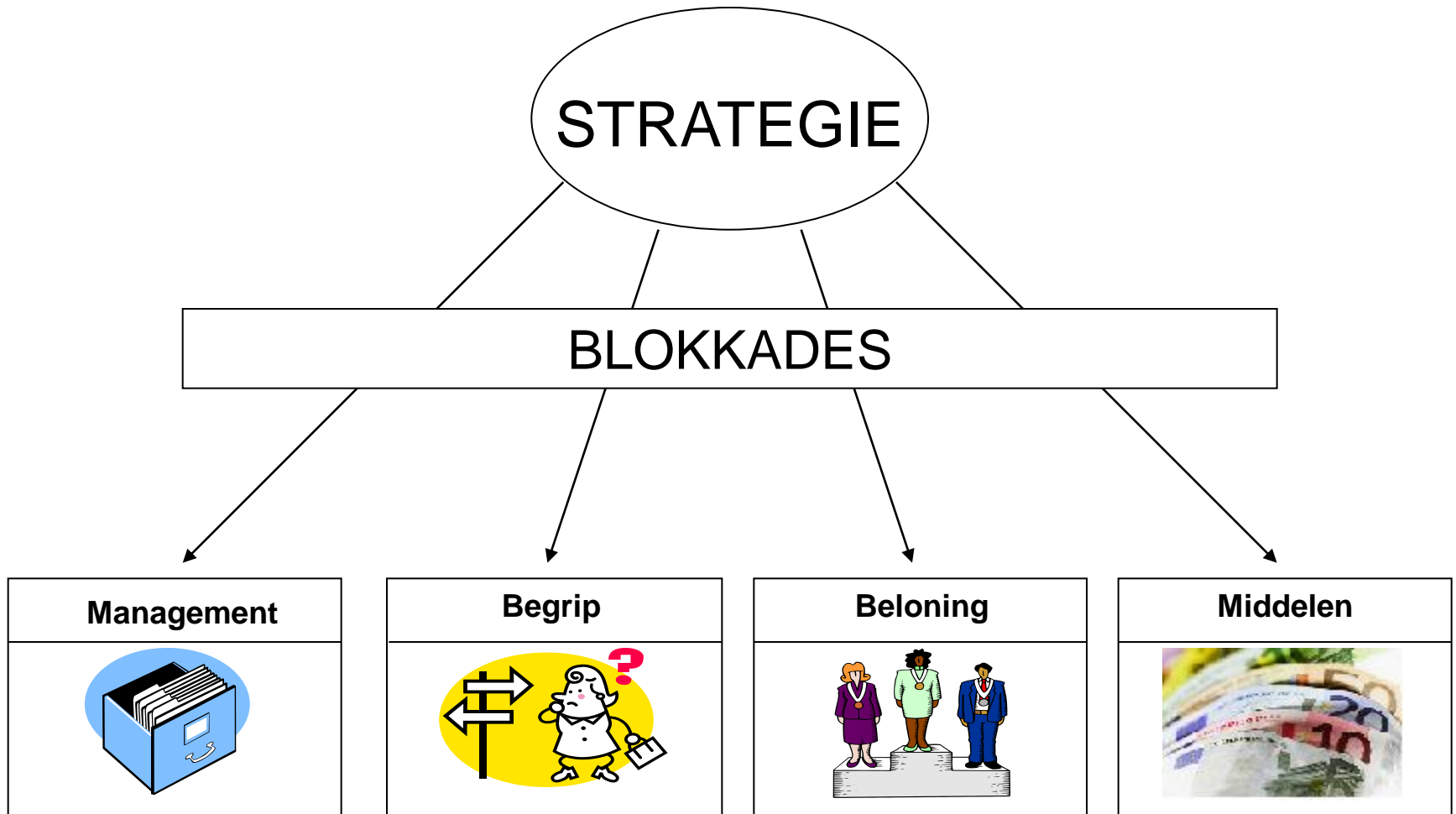


# Van bedrijfsdoelen naar klantdoelen



Gebaseerd op Kaplan & Norton: strategy mapping

# Strategie en realisatie



Vrij naar: Balanced Score Card Step by Step, Paul R. Niven, 2002