



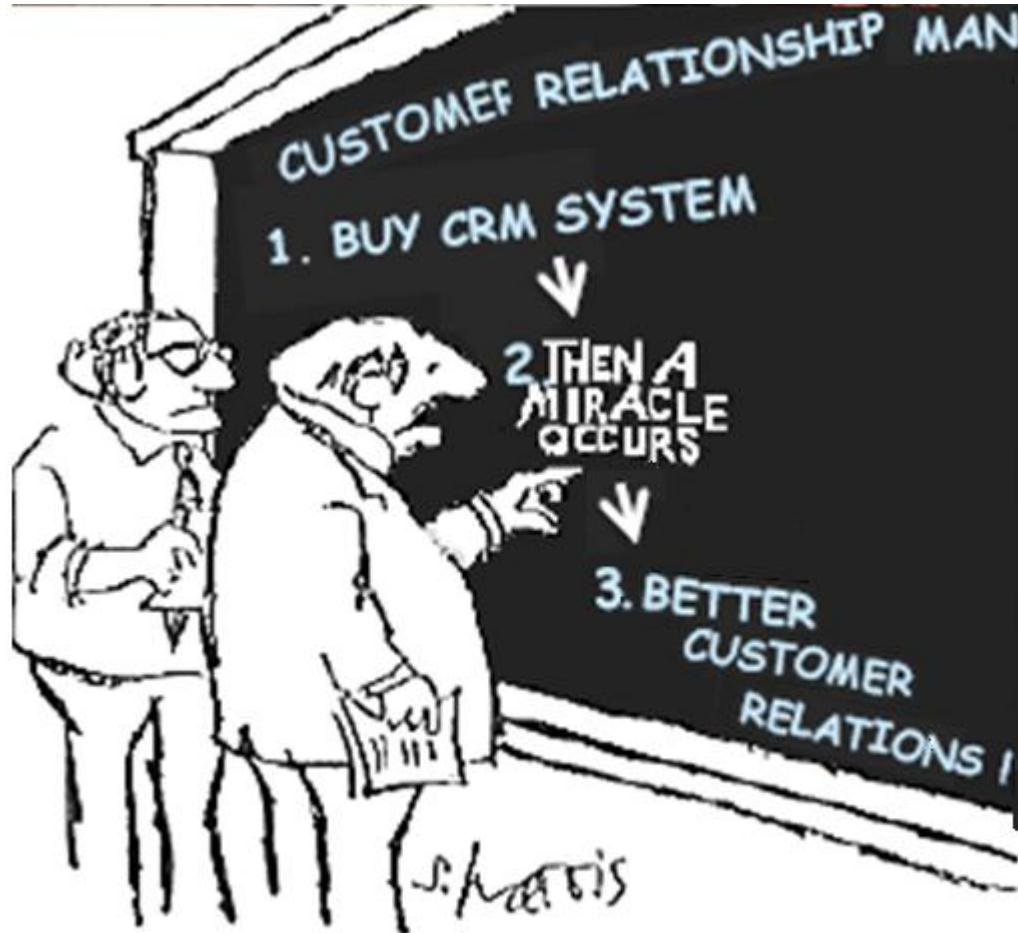
Hoe kies ik de juiste crm- oplossing die bij mijn organisatie past?

Maurice Bakker

mbakker@metricsandmore.nl

15 september 2011

Introductie



"I THINK YOU SHOULD BE MORE EXPLICIT HERE IN STEP TWO."

Pakketselectie (150-160)



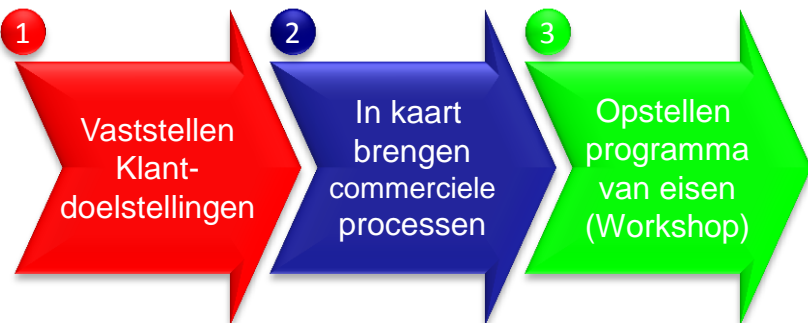
**UW ORGANISATIE
UW EISEN EN WENSEN**

BEST PASSENDE CRM OPLOSSING

Pragmatische aanpak



**ROUTE 1: U HEEFT REEDS
EEN VOORKEUR VOOR EEN
CRM PAKKET**



**ROUTE 2: U WILT KIEZEN
UIT DE BESTE ALTERNATIEVE
CRM PAKKETTEN**



Werk vanuit klantdoelstellingen



Toegevoegde waarde € + 😊 :

- klanten behouden
- klanten ontwikkelen
- klanten werven

PROCES

MENS

CRM
DOEL

ICT + INFRA

ORG + MNGT

Gewenste situatie

Huidige situatie

Tijd

Eisen en wensen van de organisatie



Wat de sales verwacht

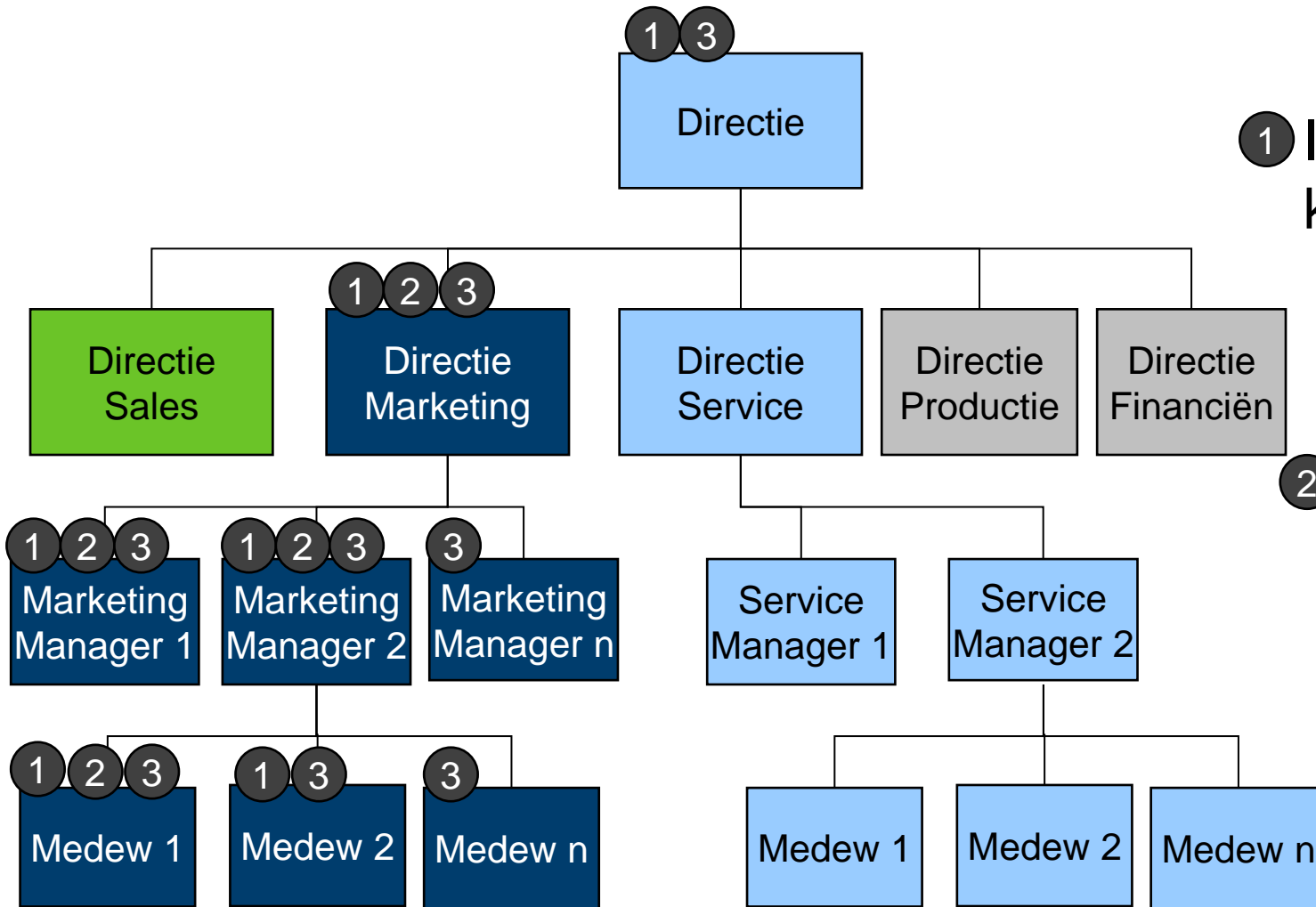


Wat de directeur verwacht

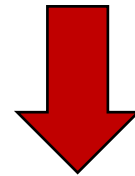


Wat de secretaresse verwacht

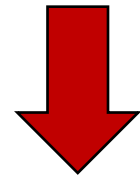
Hoe betrek je de organisatie



1 Interviews met kerngebruikers



2 Ronde tafel gesprek



3 Workshop



Functionaliteit Marketing

- & **Capaign Planning & Management**
(Campagne workflows, templates, lead generatie & qualificaties)
- & **Campaign Evaluation**
(response analyse, response modelling, efficiency marketing staff)
- & **Marketing Events**
(planning, voorbereiden, uitvoering en evaluatie events)
- & **Offer Design & Marketing Materials**
(Letter Templates, Brochures, cross-/ upsell, document man.)
- & **Target Group selection**
(search & select, list management, import, export, profiles & segments)
- & **Business Analytics**
(Klanttevredenheid, Enquetes, Trend analyse, financiële analyses)



Functionaliteit Service & Support

- & **Contact Center**
(manage agents, multi channel contacts, workload planning, in & outbound calling)
- & **Scripting**
(Opzetten en onderhouden scripts, modellering)
- & **Service requests**
(service aanvragen, workflow, escalaties, klachtenafhandeling)
- & **Field Service Automation**
(forecasting & scheduling, logistiek, remote access)
- & **Self Service**
(Gebruikers communities, web FAQ, voice response, web intake)
- & **Resolution Database**
(Problems & Solutions knowledge base)
- & **Contract Management**
(service contracten, SLA, garantie, contract vernieuwing)
- & **Analyse, Reporting and forecasting**
(Trends in service requests en defecten, efficiency)



Functionaliteit Sales

- & **Field sales**
account & contact overzichten, PDA & Notebooks, bezoekrapportage)
- & **Opportunity Management**
(lead management, qualification, sales methodologieën, concurrentie)
- & **Sales teams & territory management**
(sales management, quota, leads assignment)
- & **Quotes, orders & contracts**
(offertes, templates, order, product configurators)
- & **Sales support Informatie**
(product informatie, aanbod concurrentie, referenties, beschikbaarheid)
- & **Web Selling/Web store**
(Product catalogus, cross upselling, personalisatie, leadgeneratie)
- & **Partner Selling**
(Partner Portaal, Product Informatie, Leads, Logistiek)
- & **Analysis, reporting & Forecasting**
(Sales performance, sales funnel, pipeline, rapportage)

Van MISS naar KISS

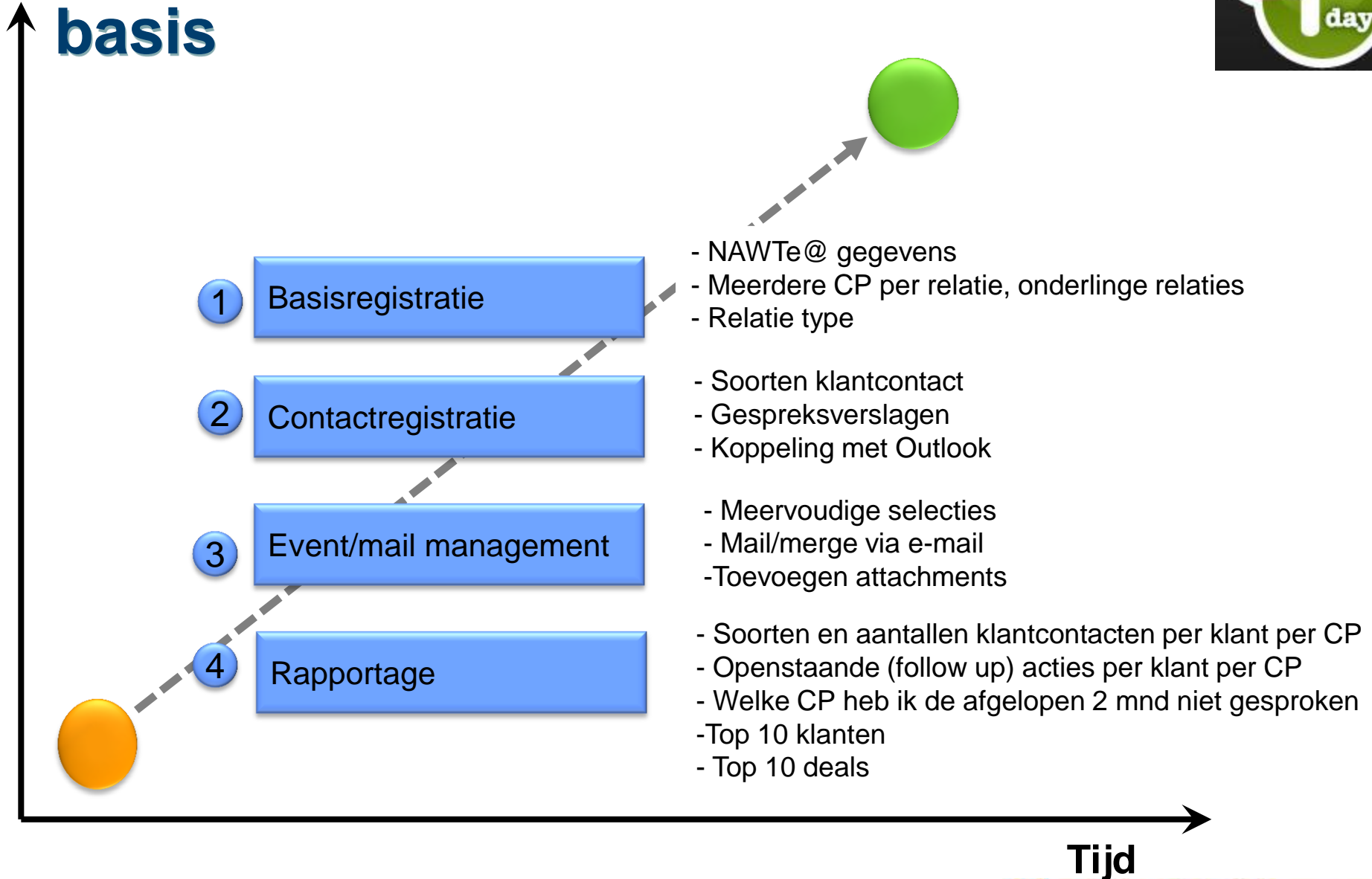


The Featuritis Curve



Bron: Kathy Sierra's juni 2005

Van MISS naar KISS: Start met de basis



Vragen?



FOKKE & SUKKE
HEBBEN HEEL VEEL BAAT BIJ CRM

HEEFT DEZE CLIËNT
AL **TWAALF** KLACHTEN-
BRIEVEN GESTUURD??!

STUUR DIE LUL
MAAR EEN BRIEFJE
DAT WE WETEN
WAAR 'IE WOONT??!



RGVT