

CRM software

Wat is CRM software, wat zijn mogelijkheden
en voordelen voor uw organisatie

VOOR BETERE ICT BESLISSINGEN

CRM software

**Wat is CRM software, wat zijn mogelijkheden
en voordelen voor uw organisatie**



Een uitgave van het ICT informatiecentrum, Houten
22e uitgave 2020 (06)

© ICT informatiecentrum

Alle rechten voorbehouden. Het is de ontvanger van deze publicatie verboden de inhoud ervan geheel of gedeeltelijk te verveelvoudigen, openbaar te maken, digitaal te verspreiden of op welke wijze dan ook te distribueren, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever. Hoewel deze uitgave met zorg is samengesteld, aanvaardt de uitgever geen enkele aansprakelijkheid voor schade ontstaan door het gebruik ervan en fouten of onvolkomenheden in de gepubliceerde teksten.

Voorwoord

Iedere organisatie heeft relaties: klanten, leveranciers, patiënten, leden of anderen waarmee contact wordt onderhouden. Met deze relaties bestaat overleg en worden afspraken gemaakt. Er worden gegevens over die relaties bewaard en beheerd. Commerciële informatie over inkopen, verkopen, offertes of prognoses wordt opgeslagen en moet eenvoudig gebruikt kunnen worden. Om dit goed, veilig, betrouwbaar en professioneel te doen, heeft u CRM software nodig.

In dit boekje leest u over de toepassing en mogelijkheden van CRM software. Het vertelt u waarom CRM oplossingen zo belangrijk zijn voor de commerciële en klantgerichte processen in uw organisatie. U maakt kennis met CRM in de cloud (online CRM oplossingen), social CRM en mobile CRM. Ofwel, een praktische en snelle kennismaking met de mogelijkheden van CRM software en daarmee een goed begin van uw oriëntatie op nieuwe CRM software.

ICTinformatiecentrum.nl

Als u ons nog niet goed kent

Het ICT informatiecentrum biedt met websites, boeken, whitepapers, de ICT nieuwsbrief en andere media informatie over de toepassing, selectie en implementatie van zakelijke ICT oplossingen. Al sinds 2001 is het ICT informatiecentrum daarmee de meest gebruikte informatiebron bij de keuze van bedrijfssoftware, ICT producten, diensten en leveranciers. Wij zijn onafhankelijk. Ons doel is dat u over de juiste kennis beschikt om hierover goede beslissingen te nemen. Met de ICT nieuwsbrief houden wij meer dan 13.000 ICT (mee)beslissers op de hoogte van relevante ontwikkelingen.

**Oriënteren of selecteren?
Gebruik de gratis CRM box**

[BEKIJK DE CRM BOX](#)

Inhoud

Voorwoord	3
Als u ons nog niet goed kent	4
Wat is CRM software? (1)	6
Wat is CRM software? (2)	9
Toepassing CRM software	12
Belang van CRM software	16
CRM in de cloud	20
Open source CRM software	23
Social CRM	24
Relatiebeheer in Excel kan niet meer	26
Meer informatie over ICT oplossingen	28
Kennispartners	29
ICT informatiecentrum	30

Wat is CRM software? (1)

Bron: ICT informatiecentrum

CRM staat voor customer relationship management, ofwel het beheer van contacten met klanten en andere relaties. CRM software wordt toegepast om alle informatie die daarbij gebruikt wordt, gestructureerd en consistent vast te leggen en bruikbaar te houden. Met actuele, complete en toegankelijke informatie over uw zakelijke relaties kunt u snel, goed en op het juiste moment handelen in het verkoopproces, analyses maken en optimaal inspelen op veranderingen in de behoefte van uw klanten en de markt. Met een bij uw organisatie passende CRM oplossing beschikt u over een belangrijk strategisch hulpmiddel in de verbetering van klanttevredenheid, performance en de kwaliteit van uw organisatie.

CRM software voor de hele organisatie

De toepassing en voordelen van CRM software beperken zich zeker niet tot de afdelingen sales en marketing. Als de software op basis van de juiste argumenten is gekozen en ingericht voor uw organisatie, profiteert iedereen ervan, ook uw afdelingen personeelszaken (HRM), administratie, business development en productontwikkeling. Alle relevante informatie over klanten, geleverde producten en diensten, toeleveranciers, partners en klantenservice staat in één systeem. Hierdoor is belangrijke informatie beter beheersbaar, bereikbaar en controleerbaar.

Totale klantbeeld

Met CRM software heeft u belangrijke commerciële informatie beter op orde. U weet bijvoorbeeld precies met wie u heeft te maken, op welk moment, voor welke producten of diensten en tegen welke condities. Elke vorm van contact en informatie-uitwisseling, wordt consequent en consistent in het CRM systeem opgeslagen en beheerd. Dus ook mail, telefoongesprekken en informatie uit social media.

Klanttevredenheid

Een deel van uw bedrijfsprocessen die gebruik maken van klantinformatie kunnen met de CRM software geautomatiseerd verlopen. Dat bespaart tijd en geld en voorkomt fouten door menselijk handelen. Alle contacten zijn inzichtelijk en kunnen indien gewenst snel tot actie van uw medewerkers leiden. Uw klanten kunnen op tijd en volledig worden geïnformeerd, wat kan leiden tot grotere klanttevredenheid.

Delen van informatie

Doordat alle informatie in één systeem is ondergebracht, is het eenvoudig om die informatie te delen, bijvoorbeeld met meerdere accountmanagers. Dat scheelt niet alleen veel tijd en overdrachtsgesprekken. Het maakt het voor hen ook een stuk eenvoudiger klanten te woord te staan, ook als het klanten zijn waar zij zelf geregeld contact mee hebben. In het CRM systeem is direct te zien wat er speelt en waarop moet worden gereageerd. U kunt specifieke doelgroepen binnen uw klantbestanden benaderen met een gerichte boodschap. U weet immers welke zaken u in het verleden al heeft gedaan met die klant en welke mogelijke behoeften er liggen.

CRM en online

Uw (potentiële) klanten en aanbieders van vergelijkbare oplossingen maken gebruik van internet en social media. Uw producten en diensten worden beoordeeld op allerlei platforms. Het is zaak om uw processen, producten en diensten helemaal op de klantbehoeften en klantbeleving af te stemmen. Klanten worden tevens veeleisender. Ze weten wat in de wereld te koop is en klantloyaliteit gaat net zo ver als de eerste grote fout die u maakt. Uw dienstverlening moet naar het hoogste niveau, anders haken klanten direct af. Ondersteuning van CRM software om zo een volledig klantbeeld te creëren, is de enige manier waarop u volledig klantgericht bezig kunt zijn.

Contactbeheer

Het belangrijkste proces dat CRM ondersteunt, is contactbeheer. Vaak is dat ook de eerste aanleiding om over te stappen op nieuwe CRM software. Met

een goed ingerichte oplossing voor contactbeheer kunt u alles rondom een klantcontact vastleggen, inclusief statussen, vervolgacties en procesbewaking.

Salesondersteuning

Met CRM software kunt u alle product- en diensteninformatie vastleggen en beheren. Van budget tot rayon, van prognose tot analyse van wat nog in de pijplijn zit; u weet precies wat is geweest en wat komt. Het is tevens mogelijk om medewerkers online toegang te geven tot al die gegevens, zodat ze ook onderweg kunnen werken met de meest actuele gegevens.

Marketing automation

U kunt eenvoudig vanuit uw CRM software marketingacties richten op klanten of specifieke klantdoelgroepen. Met de koppeling naar mailprogramma's of social media bent u in staat hen te bedienen langs de door uw klant zelf aangegeven communicatiekanalen. Marketing automation is eenvoudig realiseerbaar. De respons op uw acties wordt verwerkt in hetzelfde systeem, waardoor u niet op de gok een tweede poging hoeft te doen, als de klant al heeft aangegeven geen interesse te hebben. Dat bespaart de klant ergernis en kost u geen extra moeite en kosten. Een goed CRM systeem heeft een koppeling naar online verkoopkanalen (e-commerce) als een webwinkel. U geeft uw klanten toegang tot hun eigen gegevens en als u het goed heeft ingericht, houden zij die zelf bij. Het mes snijdt zodoende aan twee kanten: u bent online, actueel en volledig op de hoogte en uw klanten zijn tevreden. De informatie klopt en leidt tot voor hen interessante aanbiedingen. Wat klanten precies doen en waarin zij blijkbaar geïnteresseerd zijn, kunt u bovendien aflezen uit de bezoekersstatistieken.

Wat is CRM software? (2)

Bron: Diverse kennispartners

CRM is een centraal contactstelsel waarin alle gebruikers toevoegingen en wijzigingen kunnen maken en op deze wijze informatie over het contact met elkaar delen. Informatie betreft alle contactgegevens en alle gewenste overige informatie, ook notities, activiteiten zoals afspraken en taken en externe documenten. Een CRM systeem is in staat om op eenvoudige wijze de gewenste gegevens en selecties uit verschillende invalshoeken te tonen.
Act! Nederland - Relact

CRM is het organiseren van bedrijfsprocessen op basis van de behoeften van de klant (customer). De interactie met de klant (relationship) is de schakel tussen uw interne organisatie en de buitenwereld. Veel van deze interactie vindt plaats via communicatiemiddelen zoals websites, mailings, e-mails of persoonlijk klantcontact. Ter ondersteuning hiervan is CRM software een onmisbaar hulpmiddel. Voor veel organisaties is het lastig om bedrijfsdoelstellingen te vertalen in concrete meetbare verkoop- en marketingacties. Laat staan dat er geëvalueerd en beoordeeld wordt hoe rendabel deze zijn. De resultaten worden niet meegenomen in het maken van nieuwe keuzes of het opstellen van goede plannen. Ook hierbij ondersteunt CRM software. Bij dienstverlenende organisaties worden werkzaamheden veelal in projectvorm uitgevoerd. Met CRM zorgt u voor de juiste interactie tussen enerzijds de verkoop- en marketingafdeling en anderzijds de afdelingen die zich bezighouden met de uitvoering van de werkzaamheden. *BEND CRM*

Bij CRM gaat het om uw relatie met uw klanten en doelgroep(en). Uw klant staat hierbij centraal. Ieder klantcontact is waardevol en levert informatie op. Wat beweegt uw klant om nog (meer) zaken met u te willen doen. De gunfactor is en blijft nog steeds een belangrijke reden om zaken met elkaar te doen. Daarnaast zorgt CRM voor het delen van de juiste informatie en gegevens. Hiermee maakt u de salesprocessen duidelijker en efficiënter. In

een oogwenk is alles met betrekking tot de klant zichtbaar. CRM is een onderdeel van een business proces, waarbij het optimaliseren van klant- en salesprocessen beter ingericht kan worden. Hierbij speelt de integratie van CRM met uw overige business processen een belangrijke rol. *CenterOne Group*

CRM omvat de marketing, verkoop en serviceactiviteiten gericht op de optimalisatie van de relatie tussen een bedrijf en haar klanten. Het ultieme doel van CRM is het bereiken van een optimale klantwaarde. Ofwel, een gezonde balans tussen de waarde van de klant (de omzet en winst die de klant genereert) en de waarde voor de klant (productwaarde, gebruikerswaarde, belevingswaarde).

Organisaties die klantspecifieke producten en diensten verkopen, zoeken de balans tussen standaardisatie enerzijds en het aansluiten op behoeften van individuele klanten anderzijds. Omdat vaak sprake is van complexe producten of complexe prijsbepaling worden hoge eisen gesteld aan het kennisniveau van de verkooporganisatie. Dit maakt het verkoopproces buitengewoon uitdagend. Het succes van CRM wordt voor deze bedrijven met name bepaald door de mate waarin zij individuele klantwensen kunnen vertalen naar producten die zowel technisch haalbaar als commercieel aantrekkelijk zijn. Offertes en contracten vormen onmisbare en bedrijfskritische documenten in ieder verkooptraject van deze organisaties. Merkwaardig genoeg ondersteunt veel CRM software het tot stand komen van deze documenten niet of onvoldoende, terwijl het voor goed customer relationship management essentieel is. *Sofon*

CRM is een strategie waarin de klant centraal staat. Het is niet alleen een IT proces (software), het gaat om een verandering in denken en werken binnen de organisatie. Een bedrijf bestaat omdat er relaties zijn opgebouwd met onder andere klanten, leveranciers, publieke contacten. Persoonlijk contact speelt hierin een grote rol, waarbij vertrouwen moet worden opgebouwd en om het onderhouden van de relatie. Bij een groter bedrijf is dit proces

complexer dan bij een klein bedrijf, aangezien elke medewerker hierin zijn eigen visie heeft. Een basisstrategie voor CRM is daarom essentieel en dat moet vooral door de medewerkers gedragen worden. Kennen zij het belang van een goede relatie met de klant? Denken zij met de klant mee om het probleem op te lossen? De antwoorden hierop zijn voor het management van groot belang om de strategie succesvol te laten zijn. *Two Visions*

CRM is de implementatie van een strategie, waarmee een bedrijf of instelling beoogt klantrelaties te optimaliseren in termen van klantrendement en klanttevredenheid. CRM wordt daarbij gezien als een continue en systematische, organisatie omvattende activiteit. ICT wordt als een ondersteunende factor ingezet. *BrixCRM*

CRM software stelt organisaties in staat om optimaal in te spelen op de wensen en behoeften van hun klanten, prospects en business relaties. Het helpt hen om bestaande relaties (tevreden) te houden en gericht nieuwe klanten te werven. Een gepersonaliseerde 1-to-1 communicatie is daarbij het uitgangspunt. *Cegeka*

Toepassing CRM software

Bron: ICT informatiecentrum

CRM systemen bieden veel toepassingsmogelijkheden. Deze worden hieronder beschreven. Welke toepassingen voor u belangrijk zijn, hangt af van uw eisen, wensen en bedrijfsspecifieke situatie.

Relatiebeheer

CRM heeft tot doel contacten met klanten, prospects en andere zakelijke relaties zo te organiseren, dat deze maximaal bijdragen aan goede bedrijfsresultaten en continuïteit van de bedrijfsactiviteiten. Om op het juiste moment de juiste acties met betrekking tot relatiebeheer te kunnen ondernemen, is veel kennis over de relaties nodig. Dit betreft bedrijfsgegevens, adresgegevens, informatie over contactpersonen en overige contactgegevens. In combinatie met informatie over aankoopgedrag, beslissingsprocedures, contracten, gespreksverslagen, correspondentie, concernrelaties en andere relevante klantinformatie ontstaat een klantprofiel, op basis waarvan commerciële beslissingen kunnen worden genomen.

Contactmanagement

Contactmanagement is een belangrijk onderdeel van CRM systemen. U legt vast met wie u contact heeft, wanneer, waarover en via welk medium. Het CRM systeem legt alle contactmomenten vast, maar stelt u ook in staat deze contactmomenten te plannen. Door aan contacten statussen toe te kennen, kunt u eenvoudig vervolgacties definiëren, plannen (timemanagement) en bewaken (workflowmanagement).

Strategische marketing

Bij strategische marketing legt u gegevens in het CRM systeem vast over product/marktcombinaties, marktomvang, marktaandeel, kritieke succesfactoren, SWOT-analyses en concurrenten. Daarnaast kunt u

productbeschrijvingen, product- en prijsstrategie, product-life-cycles en marketing- en communicatiebudgetten vastleggen en bewaken. Voor uw verkoopkanalen bewaakt u met het software pakket de budgetten, verkoopdoelstellingen en resultaten.

Campagnemanagement

Met deze toepassing worden alle marketingcampagnes in CRM systemen vastgelegd. Dat gebeurt in de vorm van doelstellingen, activiteitenplanning, budgettering, kostenregistratie en bewaking. Campagnes kunnen gericht zijn op het uitbouwen van relaties met klanten of op het verkopen van producten en diensten. Bij sommige software oplossingen behoort campagne-management tot de standaard functionaliteit. Bij andere is het additioneel als module verkrijgbaar.

E-mailcommunicatie

Met deze toepassing selecteert u klanten (doelgroepselectie), maakt u een e-mailing aan en verstuurt u deze naar alle geselecteerde klanten. Hier legt u ook de respons vast: heeft men wel of geen interesse in het aangeboden product?

Telesales en telemarketing

Deze toepassing is bestemd voor al uw callcenteractiviteiten. U kunt belscripts vastleggen in het CRM systeem waarmee inkomende en uitgaande telefoongesprekken gestructureerd en uniform afgehandeld kunnen worden. Binnenkomende gesprekken worden, afhankelijk van instellingen, automatisch doorgeschakeld naar de eerst vrije of meest geschikte medewerker.

Verkoopondersteuning

Hiermee kunt u producten registreren (productcatalogus), offertes maken, de voortgang van het verkoopproces bewaken (opportunity management) en orders vastleggen in het CRM systeem. U kunt verkoopprays en verkoopbudgetten vastleggen. Ook kunt u verkoopprognoses opstellen en

forecastberekeningen en pijplijnanalyses uitvoeren. Voor buitendienst-medewerkers zijn verschillende oplossingen aanwezig waardoor zij op locatie toegang hebben tot het CRM systeem. Sommige CRM systemen bieden ook een volledige projectadministratie.

Klantenservice

Deze toepassing biedt mogelijkheden voor het registreren en afhandelen van klachten. Ook kunt u veel gestelde vragen met antwoorden vastleggen (FAQ) die klanten rechtstreeks kunnen inzien op uw website. Sommige CRM systemen bieden uitgebreide toepassingen voor 'servicemanagement'. Hiermee regelt u het beheer en onderhoud van technische producten, verwerkt u storingsmeldingen en plant u reparaties en onderhoudswerkzaamheden.

Tijdmanagement

Dit bestaat uit uitgebreide agendafuncties met to-do lijsten. Deze worden automatisch op medewerkers- en groepsniveau bijgewerkt vanuit klantcontacten, campagnemanagement en klantenservice. De agenda kan naadloos geïntegreerd worden met externe agenda-systemen in telefoons en tablets.

Workflow management

Met deze toepassing kunt u alle CRM processen sturen en bewaken. De meeste CRM systemen ondersteunen drie soorten workflows: klantcontacten, marketingacties en projectactiviteiten. Workflow management is nauw verbonden aan tijdmanagement.

Multi-channel management

Hier kunt u contactkanalen vastleggen met al hun kenmerken zoals mediagebruik, capaciteit en kosten. U kunt mensen, middelen en budgetten aan contactkanalen toewijzen en de uitputting daarvan bewaken. Per contactkanaal kunt u analyses maken van het gebruik en de effectiviteit.

E-commerce

Steeds meer CRM systemen ondersteunen e-commerce en vormen koppelingen met webwinkels en andere online activiteiten. Via selfservice functionaliteit hebben relaties online toegang tot hun gegevens en bestellingen en kunnen zij wijzigingen aanbrengen. Daarnaast kan bezoekersgedrag geregistreerd worden, zijn er webstatistieken bekend, kunnen er online geautomatiseerde dialogen worden gevoerd en kunnen gericht aanbiedingen worden gedaan op basis van het 'surfgedrag' van de relatie.

Business Intelligence

Een groot aantal CRM systemen heeft uitgebreide mogelijkheden voor het uitvoeren van selecties, analyses en het samenstellen en afdrukken van rapporten voor managementinformatie. Meer informatie over business intelligence en data analytics vindt u op de website BIsystemen.nl

Belang van CRM software

Bron: Diverse kennispartners

Als er meerdere personen vanuit een organisatie contact houden met een relatie kan met een CRM systeem een totaaloverzicht gecreëerd worden. Daarnaast biedt een CRM systeem een centrale plek voor alles wat met de relatie te maken heeft. Dit betreft naast contactdetails ook alle correspondentie (brieven, e-mails) en documentatie (alle gewenste bestanden, zoals foto's, Word documenten, PDF's, etc. kunnen worden gekoppeld aan een contact). Een CRM systeem biedt derhalve een totaaloverzicht en toegang tot alle gegevens over een relatie. Tijdwinst en gemak zijn directe voordelen hiervan. Door het maken van selecties op basis van specifieke kenmerken van een relatie, is het mogelijk om inzage te krijgen in uw relatiebestand. Hiermee kunt u specifieke acties uitvoeren op een deel van uw relaties. *Act! Nederland – Relact*

Volgens Darwin moet ieder organisme zich aanpassen aan de omgeving om te overleven. Dit geldt ook voor organisaties. Om te weten waar u zich op moet aanpassen, is het essentieel om de omgeving en de klant centraal te stellen en dat is waar CRM om draait. Kortom, een CRM strategie helpt om te 'overleven' en succes te hebben. De CRM software kan niet zonder een CRM visie, anders is het niet meer dan een elektronische kaartenbak. Overigens helpt de invoering van een CRM systeem wel bij het ontwikkelen van een CRM visie. CRM software is een instrument dat nieuwe inzichten verschaft, waarmee een organisatie vervolgens nieuw beleid of verkoop- en marketingstrategieën kan ontwikkelen. *BEND CRM*

CRM is onmisbaar voor elke klantgerichte organisatie. Binnen een dynamische economie is het van groot belang om snel in te kunnen spelen op veranderende klantbehoeften. Een goede prijs met excellente kwaliteit is de basis voor een betere klanttevredenheid. Dit is van levensbelang om de concurrentie voor te blijven. Als we vanuit deze gedachte zaken doen, dan is

CRM inderdaad onmisbaar. Er is overigens een groot verschil tussen de containerbegrippen CRM en CRM software. Bij de implementatie van CRM is het gevaar groot om dit meteen in de softwarehoek te zoeken, terwijl dit nu juist ondergeschikt is. CRM zelf is eigenlijk een proces en een werkwijze die binnen elke organisatie ingevoerd moet worden. *CenterOne Group*

Om klanten goed te kunnen bedienen en een optimale klantwaarde te kunnen bereiken, moet u weten wie uw klanten zijn (een centraal klantbeeld) en wat hun behoefte is. Een integrale operatie tussen de afdelingen marketing, verkoop en service is een voorwaarde om de juiste klantinformatie te kunnen verkrijgen en daarop in te kunnen spelen. Een (centraal) CRM systeem is nodig om deze klantinformatie centraal op te slaan en analyses te kunnen doen, zodat marketingacties zo goed mogelijk aansluiten op elke klant. Door de klanthistorie bij te houden, is het bijvoorbeeld mogelijk om trends te ontdekken in het klantgedrag. *iRelate*

De complexiteit van organisaties die klant specifieke producten en diensten verkopen, is groot. De informatie die tussen de organisatie en haar relaties wordt uitgewisseld, vereist veel kennis en ervaring. Het is daarom voor deze organisaties onmogelijk hun verkooptrajecten zonder goede CRM software onder controle te houden. Guided selling software zorgt ervoor dat alle relevante informatie kan worden vastgelegd en teruggevonden zonder zelf te moeten beschikken over alle kennis en ervaring. Deze software begeleidt de gebruiker bij het maken van de juiste commerciële, product technische, prijstechnische, juridische beslissingen op basis van vraag- en antwoord-dialogen. Op deze manier kan een organisatie ervoor zorgen dat alle gebruikers op hetzelfde professionele niveau kunnen opereren. De CRM software zorgt ervoor dat de offertes en contracten gemaakt kunnen worden in een fractie van de tijd die het voorheen kostte. *Sofon*

CRM hoort bij de strategie van zowel een klein als een groot bedrijf. Uiteraard is de invulling verschillend en wordt software op een andere manier ingezet, maar de werkwijze om dit onderdeel uit te laten maken van

de strategie van de onderneming is gelijk. Alles draait om het onderhouden van relaties. Soms kan het nodig zijn om extra aandacht te besteden aan de relatie als de service naar een klant te wensen overliet. Hierop moet het management kunnen anticiperen en iedereen moet zich ervan bewust zijn. Software inzetten voor deze strategie is onmisbaar, want dat begeleidt de medewerker in het proces van contact met de klant en geeft het management de kans dit te monitoren en te sturen. *Two Visions*

Prijs- en productkenmerken zijn niet meer genoeg om u als bedrijf mee te onderscheiden. Dankzij het internet en sociale media heeft de klant van vandaag meer keuze, meer kennis en meer macht dan ooit. Om de toenemende concurrentie het hoofd te kunnen bieden, is klantgericht ondernemen daarom onontbeerlijk. Zowel in de b2b als b2c markt heeft de klant hoge verwachtingen met betrekking tot (proactieve) service. Wanneer niet aan de gewenste en verwachte klantervaring wordt voldaan, is de kans groot dat de klant bij de concurrent gaat kijken. Hoewel CRM meer is dan alleen software, vormt een effectief CRM systeem wel de fundering voor een klantgerichte organisatie. Een complete CRM oplossing zorgt voor een optimale stroomlijning van marketing-, sales- en service- en supportprocessen. Met de juiste applicatie kan de (potentiële) klant via diverse kanalen op een persoonlijke manier worden benaderd en beter worden ondersteund door de inzet van individuele klant-kennis. Hiermee wordt niet alleen de waarde van de klant verhoogd, maar ook de waarde voor de klant. *BrixCRM*

CRM in één zin samengevat: 'De klant staat centraal. 'Customer centricity' is vandaag de dag een voorwaarde om succesvol zaken te doen. Klanten worden veeleisender, mondiger en hun loyaliteit is geen verworven recht. Klanten (tevreden) houden, is iedere dag keihard werken.

CRM software geeft bedrijven antwoord op de volgende vragen, die tevens fungeren als signalen dat een CRM systeem nodig is:

- “Ik heb geen zicht op wat mijn verkopers doen de hele dag” (sales director).
- “We maken fouten, omdat iedereen een versnipperd beeld heeft van de klant” (accountmanager).
- “Ik heb zo het gevoel dat we te veel geld investeren in klanten die te weinig opleveren” (CEO).
- “Ik weet niet welke marketingcampagnes het meeste impact hebben op onze resultaten” (marketing director). *Cegeka*

CRM in de cloud

Bron: ICT informatiecentrum

Bijna alle CRM software wordt tegenwoordig online gebruikt. Dit wordt ook wel aangeduid als CRM in de cloud. Dat betekent dat het CRM systeem en de klantgegevens zich niet meer op een computer of server binnen uw bedrijf bevinden, maar via internet beschikbaar zijn. Zowel de CRM software als uw data bevinden zich in een beveiligde omgeving elders. Het grote voordeel van CRM software in de cloud is dat u zich niet meer druk hoeft te maken over de installatie en de werking van software zelf.

Eigenschappen van CRM in de cloud

Diverse aspecten van het online gebruik van CRM software leest u hieronder.

Onderhoud

Het beheer van CRM systemen verlangt regelmatig onderhoud. Bij online software heeft u er zelf geen omkijken meer naar. U belast uw eigen organisatie niet, hoeft er de kennis niet voor in huis te hebben, hoeft geen kosten meer te maken voor regelmatige updates en werkt altijd met de meest recente versie van de software.

Eenduidige data

Met CRM software op uw eigen computers ontstaan er binnen uw bedrijfsnetwerk al snel subsysteempjes met eigen opslag van voor anderen waardevolle relatiegegevens. In de praktijk kan dit leiden tot het niet toegankelijk zijn van data of synchronisatieproblemen. Bij CRM in de cloud is de opslag per definitie centraal en daarmee de kans op problemen klein.

Overall toegang

Online CRM biedt u optimale flexibiliteit. Overall ter wereld heeft u via internet toegang tot het systeem waarvan u online gebruik maakt. Thuiswerken en werken op locatie zijn hierdoor eenvoudig mogelijk.

Geen investering

Het gebruik van online CRM software kost u een vast bedrag per periode, meestal betaalt u per maand en per user. U hoeft geen grote investering ineens meer te doen.

Schaalbaarheid

Er zijn geen beperkingen qua aantallen gebruikers. U betaalt gewoon voor het aantal gebruikers dat van de CRM software gebruik maakt. Als uw bedrijf groeit of krimpt, groeit de CRM oplossing direct met u mee.

Flexibiliteit

Als u niet tevreden bent met de softwareoplossing of de door de leverancier geboden service kunt u uw contract opzeggen en overstappen naar een andere leverancier van online CRM. Dat gaat gemakkelijker en levert u minder financiële schade op dan in de situatie dat u de software gekocht en op uw eigen systemen geïnstalleerd zou hebben.

Eenvoudige inbedrijfstelling

Het installeren en in gebruik nemen van nieuwe CRM software op uw eigen computersystemen vergt doorgaans veel tijd en verloopt zelden probleemloos. Maakt u gebruik van een online CRM dan is het gebruiksklaar maken van de software en het overzetten van de data meestal snel geregeld.

Beveiliging van data

Als de CRM software en de data op uw eigen computers is geïnstalleerd, moet u zelf voor de veiligheid daarvan zorgen. Bij een online CRM oplossing regelt uw provider dat. Dat gebeurt bijna altijd op een hoger niveau dan u zelf zou doen.

Dataverlies

Alle gegevens over uw relaties zijn opgeslagen in uw CRM systeem. Als u vergeet om regelmatig een back up te maken van de data van uw eigen CRM systeem, dan loopt u het risico data te verliezen. Die kans is bij cloudoplossingen nihil, omdat hierbij doorlopend backups worden gemaakt.

Open source CRM software

Bron: ICT informatiecentrum

Er is ook een aantal CRM oplossingen als open source software beschikbaar. Bijzonder aan open source software is dat de broncode ('de tekst van het softwareprogramma') voor iedereen vrij beschikbaar is.

Gebruikers van open source CRM software hebben de mogelijkheid deze voor ieder doel te gebruiken. De software kan worden gewijzigd, gekopieerd en gedistribueerd, zonder dat er op enig moment rechten moeten worden betaald aan de oorspronkelijke ontwikkelaars. Meestal ontwikkelt de softwareoplossing zich verder door de inbreng van de gebruikers, waarbij internet het medium is. De oorspronkelijke ontwikkelaars coördineren doorgaans de verdere ontwikkeling.

Hoewel de broncode vrij beschikbaar is, betekent dit niet per definitie dat de software waarvan u gebruikt maakt u niets kost. Open source slaat immers alleen op de vrije beschikbaarheid van de broncode.

Social CRM

Bron: Diverse kennispartners

Social CRM benadrukt de extra contactmomenten die er zijn via de social media. *Two Visions*

Social CRM staat voor de integratie van social media kanalen met CRM software. De wijze waarop we met elkaar communiceren is door de komst van sociale media sterk veranderd. Kanalen als Twitter, LinkedIn, Whatsapp, Instagram en Facebook hebben ervoor gezorgd dat we makkelijker, sneller, maar bovenal op grotere schaal informatie delen. Ook in de wereld van CRM heeft dit een belangrijke ontwikkeling teweeg gebracht. De klant heeft door social media meer macht gekregen. Bedrijven moeten dan ook anders naar hun klanten luisteren. Door social media te negeren, wordt veel waardevolle informatie gemist en bent u als organisatie niet in staat optimaal in te spelen op de wensen, behoeften en klachten van uw (potentiële) klant. *BrixCRM*

Social CRM houdt in dat organisaties social media kanalen monitoren om aan sales, marketing en service te doen. Het stelt bedrijven in staat om via social trends te detecteren en in te spelen op problemen, klachten of opportuniteiten. Een specifieke toepassing in de food industrie: B2B voedingsbedrijven leveren aan retail, niet aan de consumer. Het monitoren van social media over hun merk kan hen helpen inzicht te verkrijgen in consumentengedrag (de eindklant) en zo verduidelijking te verschaffen over verkoopcijfers, stijgende of dalende omzetcijfers. Social media geeft B2B2C inzicht in hoe de C denkt over hun product. *Cegeka*

Voordelen van social CRM

U slaat meer informatie van uw relatie op in uw CRM. Uw klant begeeft zich vaak op een of meerdere social media kanalen. Wat houdt hem bezig? Waar schijft hij over? Data die uw klantrelatie kan versterken. *Two Visions*

Het grote voordeel van social CRM is dat het een extra kanaal is dat het 360-graden beeld van de klant vervolledigt. *Cegeka*

Nadelen van social CRM

De overschatting van de waarde van alle berichten die uw relaties delen of schrijven op social media. Lang niet alle data voegt iets toe aan de relatie die de persoon met uw organisatie heeft. *Two visions*

Het grote nadeel van social CRM is dat het geen exacte wetenschap is. Er is nog altijd iemand nodig die de data moet interpreteren. Het is ook iets waar u zich als bedrijf moet voor 'organiseren'. Het is niet iets wat tussen neus en lippen kan gebeuren en het vereist specifieke skills. *Cegeka*

Relatiebeheer in Excel kan niet meer

Bron: ICT informatiecentrum

Organisaties die hun boekhouding, relatiebeheer, personeelszaken of voorraadbeheer uitvoeren met Excel sterven uit. Sommige omdat zij uiteindelijk toch doorhebben dat ‘echte’ bedrijfssoftware niet voor niets bestaat en voordelen biedt ten opzichte van Excel. Andere omdat zij het niet hebben gered. Gaat dit alleen over kleine bedrijfjes? Helaas niet. Ook veel grotere organisaties lopen nog hopeloos achter, constateert het ICT informatiecentrum. Met alle gevaren van dien.

Rekenen

Excel is als spreadsheet- of rekenbladprogramma onderdeel van Microsoft Office. Belangrijkste eigenschap van het programma is het gemak waarmee rekenkundige bewerkingen kunnen worden uitgevoerd. Onderscheidend werd het programma door de grafische vormgeving van gegevens en resultaten, in de vorm van grafieken en tabellen. Een rekenprogramma dus en daardoor ook handig voor het maken van facturen, voorraadtellingen, overzichten van personeelskosten en uitbetalingen, enz. De stap om Excel vervolgens in te richten voor de meest basic versie van bedrijfsadministratie was klein. En omdat ook de minimaal vereiste klantgegevens in Excel te verwerken zijn, kreeg het programma ook een rol in relatiebeheer. Met als gevolg dat Excel voor talloze organisaties een oervorm van bedrijfssoftware werd.

Grenzen van Excel

Natuurlijk hadden de ‘serieuze’ organisaties snel door dat dit allemaal prima werkt als er 30 facturen in de maand verzonden moeten worden en er 20 klanten zijn, maar dat er problemen ontstonden bij grotere aantallen facturen en klanten. Dan leent Excel zich niet meer voor een professionele afhandeling van administratieve taken en relatiebeheer. Te lastig, te

ingewikkeld, te foutgevoelig, te tijdrovend. Logisch, want voor deze taken is het ook helemaal niet bedoeld.

Extra gevaar

Er is een bijkomend gevaar. Een deel van de notoire Excelgebruikers doet dat als onderdeel van Microsoft Office in versies waarvan de ondersteuning inmiddels is gestopt. Dat betekent dan dat er geen beveiligingsupdates meer zijn en dat waardevolle bedrijfsgegevens zomaar verloren kunnen gaan.

Gebrek aan kennis en visie

De belangrijkste reden dat organisaties nog steeds Excel gebruiken in plaats van een daarvoor ontwikkelde CRM, ERP, HRM of andere bedrijfssoftware oplossing, is een mix van veranderingsangst, gebrek aan kennis van moderne softwareoplossingen en het ontbreken van een heldere visie op IT toepassingen (en de inrichting van bedrijfsprocessen) voor de komende jaren. In plaats van onderzoeken naar wat nieuwe software de organisatie kan opleveren, worden beslissingen uitgesteld tot het moment dat de huidige oplossing echt niet meer houdbaar is. Tot die tijd 'gaat het toch goed zo' of 'besteden wij ons geld en onze tijd liever ergens anders aan'. Pas als de nood hoog wordt, wordt er gekeken naar bedrijfsprocessen, verdiept men zich in nieuwe oplossingen en is er haast geboden bij het implementeren ervan. De kans op fouten neemt hierdoor toe, met als gevolg dat de organisatie na de ombouw met slecht werkende software blijft zitten. Dit nog los van de kans dat uw medewerkers en klanten ontevredener worden en uw omzetcijfers dalen.

Tijdig starten met zoeken

Excel is en blijft een prachtig programma voor het maken van rekenkundige bewerkingen en de presentatie daarvan. Blijf het vooral daarvoor gebruiken. Voor CRM heeft u echt andere software nodig. Met CRM software kunt u veel meer. U zult dat snel ervaren.

Meer informatie over ICT oplossingen

ICTinformatiecentrum.nl

Alle ICT thema's en informatie

ICTboekensite.nl

Gratis boeken en publicaties

ICTwhitepapers.nl

Whitepapers, artikelen, checklist, cases

ICTberichten.nl

Belangrijk ICT nieuws + de ICT nieuwsbrief

CRMsystemen.nl

CRM en relatiebeheer, sales automation

ERPsystemen.nl

Geïntegreerde bedrijfssoftware

DMSsystemen.nl

Document management, ECM

BIsystemen.nl

Business intelligence, data oplossingen

HRMsystemen.nl

HRM software, e-HRM, ESS en MSS

WMSsystemen.nl

Warehouse management, magazijnbeheer

TMSsystemen.nl

Transport management

Heeft u vragen over ICT oplossingen, leveranciers of informatie? Bel ons op 085 40 10 218 of kijk op ICTinformatiecentrum.nl. Wij helpen u graag!

**Meer weten over CRM software?
Gebruik de gratis CRM box**

[BEKIJK DE CRM BOX](#)

Kennispartners

De inhoud van dit boek is tot stand gekomen in samenwerking met diverse specialisten op het gebied van CRM software. Hieronder presenteren zij zich aan u. Heeft u een vraag aan hen of over het thema van hun bijdrage, neemt u dan vrijblijvend contact met hen op. Zij helpen u graag bij de verdere uitvoering van uw CRM project.

Act! Nederland - Relact - Graaf Florisweg 58 | 2805 AM Gouda
T +31 (0)18 252 26 66 | info@relact.nl | relact.nl

BEND CRM - Laan Corpus den Hoorn 108 | 9728 JR Groningen
T +31 (0)50 820 02 13 | info@bendcrm.nl | bendcrm.nl

CenterOne Group - Huis ter Heideweg 26 | 3705 LZ Zeist
T +31 (0)30 605 58 77 | info@centerone.nl | centerone.nl

iRelate – Veldkant 33 | 2550 Kontich, België
T +32 (0)3 450 80 30 | info@irelate.be | irelate.be

Sofon - Science Park Eindhoven | 5692 EG Son
T +31 (0)40 267 71 99 | info@sofon.nl | sofon.com/nl

Two Visions – Dannegracht 9a | 3621 AA Breukelen
T +31 (0)30 267 67 37 | contact@twovisions.nl | twovisions.nl

BrixCRM - Haven Noordzijde 129 | 7602 EH Almelo
T +31 (0)88 102 06 00 | info@brixcrm.nl | brixcrm.nl

Cegeka - Bastion 4 | 3905 NJ Veenendaal
T +31 (0)31 841 00 00 | info@cegeka.nl | cegeka.com

ICT informatiecentrum

Dit boek is een uitgave van het ICT informatiecentrum. Met meer dan 200.000 gebruikers is het ICT informatiecentrum sinds 2001 het grootste zelfstandige en onafhankelijke informatieplatform voor bedrijven en overheden in Nederland en België over de selectie, implementatie en toepassing van ICT oplossingen.

Met de publicatie van gratis beschikbare online informatie, boeken, whitepapers, informatiepakketten, nieuws, checklists en andere media beoogt het ICT informatiecentrum een bijdrage te leveren aan goede beslissingsprocessen rondom investeringen in hard- en software en de toepassing ervan in de praktijk.

Het ICT informatiecentrum is onafhankelijk in de samenstelling van publicaties. Deze staan altijd onder eigen redactie en komen tot stand in samenwerking met onafhankelijke ICT redacteuren en externe kennispartners. Indien kennispartners verbonden zijn aan leveranciers van commerciële ICT producten of diensten, dan wordt hiervan altijd melding gemaakt, zodat in alle gevallen duidelijk is vanuit welk belang een publicatie tot stand is gekomen.



Kijk voor alle (gratis) kennis en informatie over bedrijfssoftware en andere ICT thema's op ICTinformatiecentrum.nl