



CRM en ROI

CRM
Info

Wat wilt u bereiken met de inzet van een CRM systeem? Wat levert het u op? Oftewel wat is de Return on Investment (ROI). Voordat u überhaupt aan CRM begint, is het belangrijk te bepalen of uw investering zich terugverdient. Als u niet zeker weet of de opbrengsten hoger zijn dan de kosten, is er geen reden eraan te beginnen. U kunt CRM alleen met succes invoeren, als de opbrengsten hoog genoeg zijn. Dat motiveert!

CRM of een vrachtwagen

Enige tijd geleden had ik een gesprek met een directeur van een transportbedrijf. Hij wilde een CRM* systeem aanschaffen. In het gesprek bleek dat de benodigde investering veel hoger was dan de mogelijke opbrengsten. Zijn terechte conclusie was; ik wacht nog wel even met CRM, ik kan beter een extra vrachtwagen kopen.

Tips voor uw ROI berekening

Het vaststellen van de kosten voor het implementeren van CRM is vrij eenvoudig: hardware, software licenties, consultancy plus de tijd van de eigen medewerkers. Het toeschrijven van opbrengsten aan de inzet van CRM is veel moeilijker. Wordt meer omzet behaald door betere marktomstandigheden of door de inzet van CRM?

Wat zijn de strategische doelstellingen? En hoeveel draagt CRM bij aan het behalen ervan.

Enige voorbeelden:

- Meer omzet bij bestaande klanten door upselling en cross selling.
- Omzet bij nieuwe klanten door het nauwgezet opvolgen van leads en effectieve marktbenadering.
- Klanten behouden, door beter klantcontact en snellere afhandeling van klachten. Het maken van nieuwe klanten is duurder dan bestaande klanten behouden. Beperk ik met de inzet van CRM de uitstroom van klanten? En zo ja wat levert dat op per behouden klant.
- Hoe kan ik het sales- en marketingproces effectiever en efficiënter maken.
- Hoeveel geld is er te verdienen met operational excellence (minder fte's).



De hoogte van de verwachte ROI geeft een goede onderbouwing van uw investering.



CRM Info

Wettelijke verplichtingen

Opbrengsten hoeven niet altijd in geld uitgedrukt te worden. Zo hebben wij klanten waar de doorlooptijd van bepaalde processen volgens de wet binnen een bepaalde termijn moeten worden afgehandeld. Of financiële dienstverleners, die moeten aantonen dat zij hun klanten voldoende keuze mogelijkheden hebben geboden. Ook deze “opbrengsten” rechtvaardigen de investering in CRM, anders ben je out-of-business.

Blijf meten

Als u besluit CRM te implementeren is het belangrijk dat u begint met een nul meting; hoe is het nu.

Vervolgens dient u regelmatig metingen te doen. Dan kunt u bewaken of u de vooraf vastgestelde doelen bereikt.

Resultaat bepaalt de acceptatie van CRM

Als u duidelijk kunt aangeven dat de verwachte opbrengsten van de investering in CRM hoger zijn dan de kosten, zal dat de acceptatie van CRM sterk verbeteren.



Leo Rietbergen heeft al ruim 15 jaar CRM ervaring, waarvan 11 jaar bij DBS. Eerst als Account Manager, later als Product Manager is hij betrokken geweest bij honderden CRM trajecten. Al sinds de introductie van Microsoft Dynamics CRM in 2003 verzorgt Leo de maandelijkse [CRM informatie sessies](#) bij DBS