



## Hoe haal ik meer uit CRM?

CRM  
Info

Iedereen wil betere service voor klanten, beter inzicht in de verkoopkansen en beter campagne management. Hiervoor en voor andere processen die met relaties te maken hebben, kan CRM software een goede ondersteuning bieden. Maar, dan dient die CRM software wel goed te zijn geïmplementeerd en goed te worden gebruikt. Helaas schort het hier vaak aan. Hieronder staan 3 belangrijke en algemeen toepasbare tips.

### Implementatie

Na het selectietraject en de keuze van leverancier begint de implementatie. Er zijn ondertussen al talloze CRM implementaties gerealiseerd. Er zijn boeken vol over geschreven. Toch zijn er 3 succes bepalende factoren, die onvoldoende aandacht krijgen.

- **Doel** (Wat wilt u met CRM bereiken)

Vreemd genoeg wordt CRM nog steeds geïmplementeerd zonder dat bij alle betrokkenen de doelstelling helder is. Voor een succesvolle implementatie en gebruik van CRM is het noodzakelijk dat alle betrokkenen van het volgende op de hoogte zijn:

- de doelstellingen,
- de prioriteiten
- en welke kwaliteit er wordt verwacht.

- **Middelen** (Waarmee)

Om als gebruiker en als organisatie goed CRM te kunnen “doen” is het handig als je over de goede hulpmiddelen beschikt. De juiste software, de juiste training, de juiste koppelingen, integratie met andere applicaties, en dergelijke.

Microsoft Dynamics CRM is een zeer krachtig CRM systeem met veel functionaliteit.

Zo wordt er functionaliteit geboden voor;

Marketing - het verkrijgen van leads / prospects

Verkoop - het sluiten van orders

Service - het behouden van klanten

Omdat er zoveel functionaliteit wordt geboden, is het belangrijk om bij een implementatie gefaseerd te werk te gaan. Alle functionaliteit in één keer aan alle gebruikers beschikbaar stellen is gewoon te veel. Natuurlijk zijn de middelen tijd (beschikbaarheid) en geld ook nodig.





# CRM Info

- **De mens** (Wie)

Verreweg de belangrijkste succesfactor bij het implementeren van CRM is de factor mens. Oftewel u, uw collega's en de consultants van de leverancier. Willen, mogen, kunnen de betrokkene met CRM omgaan zoals u dat wilt.

Vreemd genoeg wordt aan deze belangrijke succesfactor weinig aandacht besteed. De kerngebruikers, de projectgroep zijn vaak "aangewezen" vrijwilligers.

Dus wilt u CRM succesvol implementeren besteed dan meer aandacht aan de factor mens. Informeer, inspireer de betrokkenen, maak een nieuwsbrief, verzorg een kick-off bijeenkomst.



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