

DE CRM CHECKLIST

de kracht van inzicht

Inleiding

Om een CRM traject een succes te maken is het de crux om te weten waar je naartoe wilt (beoogde situatie) en wat de huidige situatie is. Pas dan kun je bepalen wat de route naar de beoogde situatie moet zijn.

Deze checklist helpt je bij het bepalen van je beoogde situatie en brengt je huidige situatie in kaart. Hierdoor ben je na het invullen in staat de route te bepalen.

Het verdient de voorkeur om bij het invullen van bepaalde onderdelen van de checklist input te betrekken vanuit de ICT verantwoordelijke binnen je organisatie.

Deze checklist leidt tot invulling van je CRM strategie

Vervolgstappen

Met de ingevulde checklist, ofwel je duidelijk geformuleerde CRM strategie, kun je goed voorbereid gesprekken aangaan over de aanpak van een CRM traject of een CRM pakketselectie.

Daarnaast kun je deze checklist gebruiken bij het opstellen van een offerte-aanvraag of voor het verkrijgen van advies aangaande CRM implementaties.

Vorbereiding

Voordat je offertes aan gaat vragen en/of een pakketselectie gaat doen, is het belangrijk te weten waar je je in essentie op gaat richten. Daarom hebben we voorbereidende vragen opgenomen in deze checklist.

Nadat deze vragen (voor jezelf) zijn beantwoord, is het je meteen duidelijk waar je focus moet liggen en hoe je aan de meer inhoudelijke vragen invulling kan geven.

1. Voorbereidende vragen

1.1 Welk percentage van de huidige klanten is volgend jaar nog steeds klant?

1.2 Wat zijn de redenen van de afhakers?

1.3 Om welke redenen besluiten mensen/bedrijve/instellingen jullie klant te worden?

1.4 Om welke redenen besluiten mensen/bedrijven/instellingen geen klant van jullie te worden?.

1.5 Wat kost het om een klant te verliezen? (gederfde winst, gederfde omzet)

1.6 Wat is het percentage omzet van nieuwe versus bestaande klanten?

Van start

De antwoorden op de vragen van de vorige pagina geven je richting in welke strategie te volgen. Je krijgt daarmee inzicht in welke veranderingen noodzakelijk zijn en wel of niet aan zullen slaan. De probleemgebieden die aangepakt moeten worden worden daarmee scherper. De strategie heeft draagvlak nodig om te slagen. Dat vraagt om een goede voorbereiding.

Je kent je klanten, je hebt in kaart gebracht wie de meest waardevolle klanten zijn, je kent hun behoeften en voorkeuren, je snapt wat ze tevreden maakt, wat invloed heeft op hun koopbeslissing en wat de klantrelatie verbetert.

Dit kun je vertalen naar: 1) waar moet ik me op richten met **sales & marketing**? 2) waar moet ik me op richten met **customer service**? En 3) hoeveel moet (kan) ik investeren in **het behouden van klanten**?

Als je merkt dat de antwoorden op de vragen van de vorige pagina lastig te vinden zijn, weet dan dat dat met CRM een stuk eenvoudiger is en inzichtelijker wordt, voor iedereen. ;)

2. Situatieschets

2.1 Heb je een of meerdere CRM systemen? Welke is of zijn dit?

2.2 Indien er meerdere CRM systemen worden gebruikt? Wil je deze dan samenvoegen?

2.3 Wat is je doelstelling met een nieuw CRM systeem?

2.4 Beschrijf beknopt het huidige CRM systeem.

2.5 Waarom wil je veranderen van CRM systeem c.q waarom begin je er aan?

2.6 Wordt e-mail gearchiveerd in je CRM systeem? Is dit straks de bedoeling?

3. Data

3.1 Hoeveel bedrijven (relaties) bevat je huidige systeem?

3.2 Hoeveel contacten bevat je huidige systeem?

3.3 Hoeveel leads bevat je huidige systeem?

3.4 Hoeveel verkoopkansen bevat je huidige systeem?

4. Overige informatie in uw huidige systeem

4.1 Beschrijf de communicatiehistorie die opgeslagen is in je CRM en het belang daarvan? (e-mails, notities, gesprekken, taken)

4.2 Documenten: welke documenttypes worden gebruikt?

4.3 Wat is de bandbreedte in bestandsgrootte (en de gemiddelde grootte)?

4.3 Welke overige informatie bevindt zich in het huidige CRM systeem?

5. Sales en Marketing

5.1 Werken jullie met leads?

5.2 Gebruiken jullie een sales proces? Zo ja, hoe ziet het proces (flow) eruit?

5.3 Hoe komen jullie aan nieuwe leads, verkoopkansen, contacten en relaties (bedrijven)?

5.4 Importeren jullie (regelmatig) data uit andere bronnen om dit te gebruiken voor verkoop en marketing?

6. Gebruikers

6.1 Hoeveel gebruikers zullen naar verwachting het systeem gaan gebruiken?

6.2 Hoeveel van deze gebruikers dienen toegang te hebben tot data in het systeem terwijl ze buiten kantoor werken?

7. Mobile devices

7.1 Willen jullie toegang tot het systeem bieden met smartphones? Indien ja, welk type device dient te worden ondersteund?

- iPhone
- Android
- Windows Mobile
- BlackBerry
- overige (geef aan welk type).

8. Mobile devices

8.1 Willen jullie toegang tot het systeem bieden met tablets? Indien ja, welk type device dient te worden ondersteund?

- iPad
- Android
- Windows Mobile
- BlackBerry
- overige (geef aan welk type).

9. Beveiliging (gebruikersniveau)

9.1 Welke restricties gelden er bij de toegang van gebruikers tot informatie op basis van business unit of afdeling?

9.2 Welke restricties gelden er bij de toegang van gebruikers tot informatie op basis van rollen (Sales, Marketing, staf, stagiaire)?

9.3 Welke restricties gelden er bij de toegang van gebruikers tot informatie op overige wijzen?

9.4 Er zijn geen restricties.

10. Modules

10.1 Welke CRM modules verwacht je te gaan gebruiken? Modules voor:

- Sales
- Marketing (campagnes)
- Services (support, projecten)
- Klantenportal
- Documentopslag

11. Zakelijk inhoudelijk

11.1 Welke gebieden verwacht je te versterken met CRM en wat is je doelstelling per gebied?

- Account management
- Lead Management
- Pipeline Management
- Plannen van Services
- Marketing Campagnes
- Verslaglegging / Communicatiemanagement
- Rapportages

12. Integratie

12.1 Zijn er (IT) systemen binnen jullie organisatie die je wilt integreren met CRM? Zo ja, welke:

13. Maatwerk

13.1 Beschrijf maatwerktoevoegingen aan het CRM systeem voor zover dit te verwachten valt.

14. Jullie IT organisatie

14.1 Wordt jullie IT beheer ge-outsourced?

14.2 Beschikt jullie organisatie over CRM expertise (operationeel, management)?

14.3 Willen jullie het CRM systeem intern gehost hebben (on premise) of in de 'Cloud'?

14.4 Is er een voorkeur voor Microsoft of Oracle als database platform? Of maakt dit niet uit?

15. Projectplanning

15.1 Zal of kan er sprake zijn van een gefaseerde uitrol?

15.2 Wanneer willen of kunnen jullie met het traject starten?

15.3 Is er al een intern projectteam samengesteld?

16. Afrondend

16.1 Additionele wensen en eisen die nog niet aan de orde kwamen?

16.2 Zijn er reeds functionele specificaties voor een CRM systeem opgesteld? Sluit die dan bij bij een offerteaanvraag.

16.3 Zijn er reeds Business Process Requirements voor een CRM systeem opgesteld? Sluit die dan bij bij een offerteaanvraag.

16.4 Additionele vragen? Laat het ons weten!

“De kracht van inzicht”

OpenSesame gelooft in het kennen van je prospects en klanten. Wij bieden de tools om dit en de daardoor mogelijke persoonlijke (1-op-1) benadering met je klanten mogelijk te maken.

Al onze oplossingen draaien vanuit de cloud. Dit betekent; geen software-investeringen, je betaalt alleen voor gebruik.

Geen ICT, alle producten zijn self-service. Geen programmeur nodig, geen software te downloaden en op elk moment aanpasbaar.

Neem contact op:

Tel: +31 30 60 35 640

Email: info@os-crm.com

Web: www.os-crm.com

OpenSesame CRM

Richterslaan 2

3431 AK Nieuwegein