

# DE CRM PAKKETSELECTIE LEIDRAAD

*de kracht van inzicht*

## Inleiding

Er zijn online vele mogelijkheden om CRM pakketten met elkaar te vergelijken. Dit is heel erg nuttig, het geeft veel informatie en het brengt je dichterbij de 'short list' van interessante pakketten voor jouw organisatie. Feitelijk kunnen we tegenwoordig de stap van de 'long list' hierdoor overslaan.

Deze pakketselectie worksheet is zo opgesteld dat je de door jou samengestelde short list niet zomaar op functioneel niveau met elkaar vergelijkt, maar dat je kijkt hoe elk pakket zich verhoudt tot de situatie en processen in jullie organisatie.

Het gaat er namelijk niet om dat je het beste pakket selecteert, het gaat erom dat je het beste pakket voor jullie organisatie selecteert.

*Met deze leidraad selecteer je het beste pakket voor jouw organisatie.*

## Aanpak

Succesvol relatiebeheer stoelt op verschillende aandachtsgebieden, die vormen ook bij de pakketselectie de rode draad. Wij hebben alle aandachtsgebieden welke bij het kiezen van een CRM pakket van belang zijn op een rijtje gezet:

1. Verandering: organisatie of pakket?
2. De crux: 360° klantbeeld
3. Processen
4. Managementinformatie
5. Personeel
6. IT omgeving en benodigdheden
7. Risicobeheersing

## Van start

In de leidraad voor de CRM pakketselectie worden deze gebieden uitgewerkt en bieden je daarmee een praktische leidraad om te komen tot een vergelijking van pakketten uit je shortlist.

Als je na invullen weet welk pakket of pakketten je voorkeur genieten, kun je tesamen met de uitkomst van de CRM checklist gericht offertes aanvragen. Denk bijvoorbeeld ook aan demo's waarin de specifieke aandachtspunten voor jouw organisatie worden geadresseerd.

# 1. Omgaan met verandering

Automatiseer niet de chaos. CRM aanzetten is niet genoeg (omzet loopt niet automatisch naar binnen als er CRM is). Dus, het bedrijf zal zich zeker ook moeten aanpassen aan welke CRM oplossing dan ook (werkwijze, discipline) en dat kan heel goed uitpakken. Maar CRM moet ook flexibel genoeg zijn om zich aan jullie branche aan te passen.

1. Verandering	Score CRM 1	Score CRM 2	Score CRM 3
1.1 Biedt het pakket handige ondersteuning voor jullie branche?			
1.2 In welke mate biedt het pakket flexibiliteit?			
1.3 Is het pakket goed te integreren met aanwezige systemen?			

## 2. 360° klantbeeld

Transparantie over alle interactie met de relaties. Hoe meer afdelingen en systemen op CRM worden aangesloten, hoe krachtiger het systeem, doordat een vollediger klantbeeld ontstaat. Dit is de crux van CRM dus beoordeel de pakketten hier kritisch op en vergelijk.

2. 360° klantbeeld	Score CRM 1	Score CRM 2	Score CRM 3
2.1 In hoeverre kun je alle communicatiekanalen administreren?			
2.2 Locatieonafhankelijk? Kan iedereen er bij?			
2.3 Integratie / koppelmogelijkheden			
2.4 Infrastructuur; past het bij de rest? Bij de investeringen, bij de strategie?			

## 3. Verbetering van het klantproces

Om concurrentie voor te blijven en ROI te verbeteren is het belangrijk continu je klantprocessen te verbeteren. Omdat de processen waar klanten mee te maken krijgen vaak veranderen, is flexibiliteit belangrijk.

3. Het klantproces	Score CRM 1	Score CRM 2	Score CRM 3
3.1 Worden de voor mij belangrijke klantprocessen (sales, workflow) standaard ondersteund?			
3.2 Is het mogelijk workflows op maat aan te maken?			
3.3 Is de interface voor de belangrijkste processen eenduidig en helder?			
3.4 Flexibiliteit: is het systeem eenvoudig aan te passen?			
3.5 IT onafhankelijkheid: kunnen workflows en rapportages aangepast worden zonder een beroep te doen op de IT afdeling?			

## 4. De waarde voor het management

Het is ontzettend belangrijk om de directie mee te krijgen in de keuze voor het CRM pakket. Zij gaan er 100% achter staan als ze de voordelen duidelijk op het netvlies hebben.

4. Management	Score CRM 1	Score CRM 2	Score CRM 3
4.1 in hoeverre wordt de investering gerechtvaardigd door de te verwachte opbrengst			
4.2 kunnen de gewenste rapporten gegenereerd worden?			
3.3 kan het management vanuit rapporten doordringen tot de details (drill down)?			
3.4 Is een hoge gebruikersacceptatie te verwachten?			



## 5. De waarde voor het personeel

CRM gaat niet voor je werken als het personeel het systeem liever niet gebruikt. Ze gaan het gebruiken als het makkelijk werkt, het hen helpt klussen te klaren en het management er achter staat.

5. Personeel	Score CRM 1	Score CRM 2	Score CRM 3
5.1 Is het pakket prettig om mee te werken?			
5.2 biedt het systeem veel informatie?			
5.3 Is het systeem op de persoon af te stemmen?			
5.4 Is het gemak van 'single sign on' aanwezig?			
5.5 In welke mate biedt het systeem mobiele of offline toegang?			

## 6. IT benodigdheden

Ondersteuning van de IT afdeling is belangrijk. Indien je gebruikt maakt van support van de leverancier, let er dan op of dit past qua beschikbaarheid en kosten.

6. IT benodigdheden	Score CRM 1	Score CRM 2	Score CRM 3
6.1 past de benodigde infrastructuur bij jullie ict beleid? (cloud, on premise, windows, linux, etc)			
6.2 Ondersteunt het systeem jullie werkwijze? (desktop pc, mac, mobile)			
6.3 Voldoet de schaalbaarheid aan de behoefte?			
6.4 Is een redundante setup (voor bijvoorbeeld fail-back of rapportages) mogelijk?			
6.5 In hoeverre zijn upgrades eenvoudig?			
6.6 Weeg en scoor de mogelijkheden voor 1e en 2e lijns support			

## 7. Risicobeheersing

Een CRM systeem gaat langere tijd mee en het is belangrijk de risico's betreffende de toekomstbestendigheid mee te wegen.

7. Risicobeheersing	Score CRM 1	Score CRM 2	Score CRM 3
7.1 Is het platform toekomstbestendig?			
7.2 Weeg en scoor de betrouwbaarheid van het merk.			

*Noot: Met toekomstbestendigheid bedoelen we echt een lange periode, zeg 25 jaar. Bestaat de vendor dan nog? Is het bestandsformaat dan nog te openen? Het gebruiken van open standaarden biedt hier vanzelfsprekend meer zekerheid, maar dient ook gepaard te gaan met benaderbaarheid.*

*Voorbeeld: Denk aan een cloud vendor die open standaarden hanteert (je waant je veilig), maar waar na faillissement de curator de applicatie en toegang tot de data op slot zet.*

## Huidige behoefte

Het is belangrijk te inventariseren op basis van huidige behoeften, niet op basis van behoeften waarvan gedacht wordt dat dit in de toekomst weleens mogelijk zou kunnen zijn.

Dit laatste kan gebeuren doordat medewerkers gewend zijn niet alles te krijgen wat ze vragen, en daardoor overvragen. Het kan verleidelijk zijn in deze vergezichten mee te gaan, maar het is beter om bij de behoefte van het hier en nu te blijven.

Neem de innovatiekracht van de leveranciers mee om te bepalen of jullie daar in de toekomst ook blij mee zijn.

Succes met de CRM pakketselectie!

Team *OpenSesame* CRM

## “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](mailto:info@os-crm.com)

Web: [www.os-crm.com](http://www.os-crm.com)

*OpenSesame CRM*

Richterslaan 2

3431 AK Nieuwegein