

'Voor Wolfslaar is klantkennis net zo belangrijk als gastronomie en gastheerschap'

Presentatie van een CRM casus voor
het HBO-onderwijs met 'klantkennis'
als thema

Door: Marcel Bultink

Ten behoeve van de PVKO Onderwijsdag op 30 oktober 2017

Een 'vernieuwde vorm' voor een HBO casus voor CRM onderwijs

Het gaat om een wisselwerking (!)..

...tussen het leren nadenken over aan CRM
gerelateerde marketing en servicevraagstukken
voor een organisatie, en...

....het verwerven van inzicht in de wijze waarop
moderne CRM software daarbij ondersteuning
kan bieden.

Het prototype

Green Hill Parcs

PLATFORM
KLANTGERICHT
ONDERNEMEN

(1) Een casus-
beschrijving
met daarbij
vragen en een
antwoordmodel

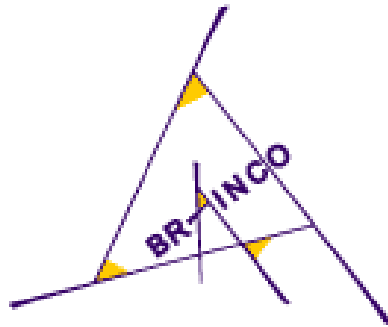
(2) Een dataset
(50.000 records)

(3) Een 'Solution'
binnen maximaal
3 maanden

Het voortschrijdend inzicht



Het Co-creëren



diederick.com
promo producer - video editor





CRM bij Wolfslaar: Een 'best practice' CRM-oplossing als vertrekpunt voor een HBO-onderwijs casus

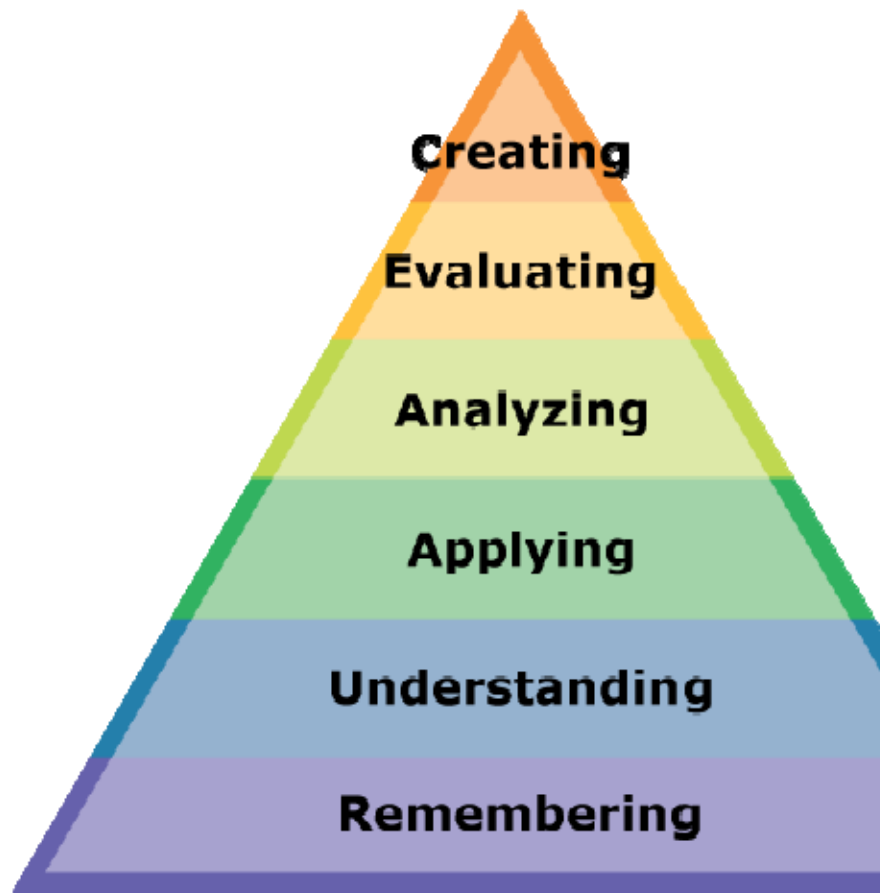


Waarom CRM bij Wolfslaar zeer illustratief is voor een casus met als thema 'klantkennis'

- 22000 klanten, 5500 bedrijven, 45000 database registraties
- Synergie tussen liefst 5 product-marktcombinaties; klanten zijn vaak binnen meerdere product-marktcombinaties klant
- Een relatiegerichte strategie en persoonlijke aandacht voor klanten is essentieel; daarom een groot belang om voorkeuren en behoeften van klanten gestructureerd vast te leggen
- CRM als integraal onderdeel van de bedrijfsstrategie; CRM is het 'hart' geworden van veel bedrijfsprocessen
- CRM versterkt de reeds aanwezige relatiegerichte cultuur




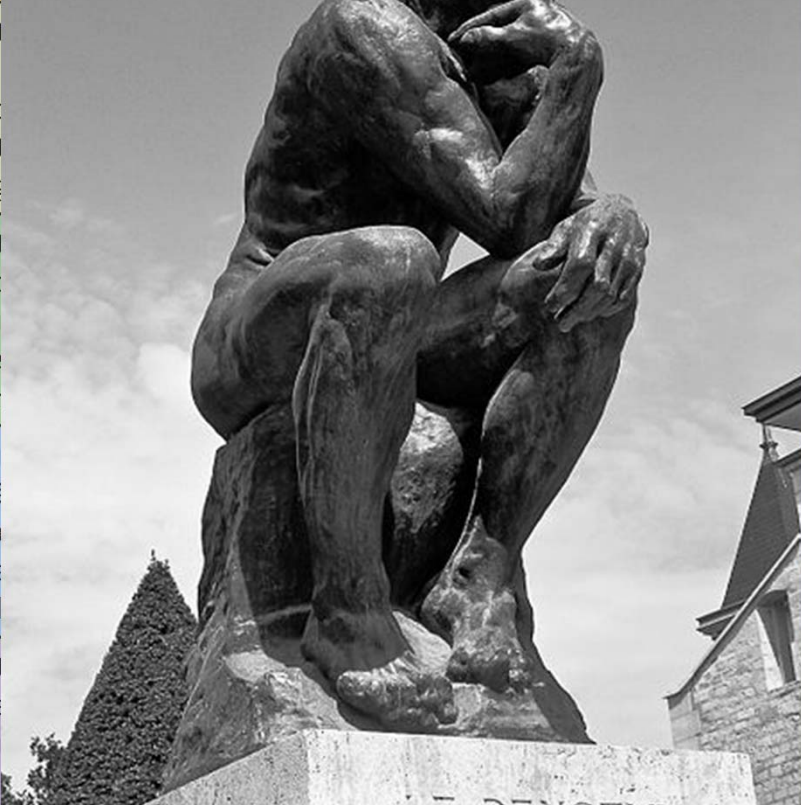



Hoe de casus te gebruiken binnen HBO onderwijs in CRM



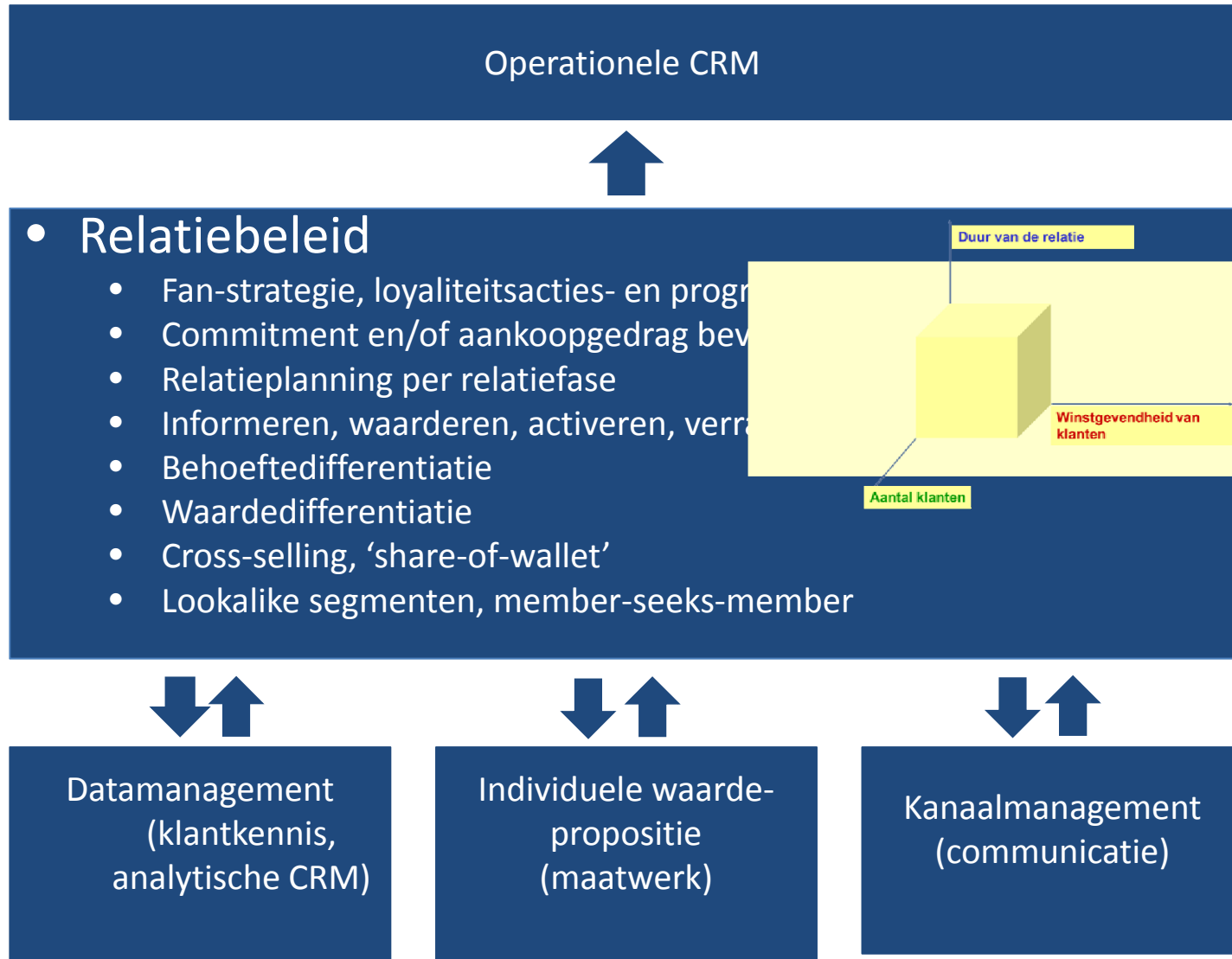
Conceptueel leren			Project- onderwijs
Boek/ zelfstudie	Hoor- college	Workshop	Project
		•	
		•	
		•	
•		•	
•		•	

'Bloom revised taxonomy'

De leerdoelen van deze casus zijn over verschillende kennisniveaus verdeeld

<p>Evaluating</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Het kunnen analysemen (o.a. beoogd) • De student 'Social Eng' • De student situatie wa 		<p>iteit en e van de onderneming kheid om data vanuit innen optreden in een rd.</p>
<p>Analyzing</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De student klantcontac gegevens p • De student klanten ing 		<p>en en gebruiken van n afdelingen. e profieldata van ing.</p>
<p>Applying</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De student te stellen c • Het kunnen student de van de klar 		<p>(klantenpiramide) op en; hierbij kan de kter c.q. de 'diepte'</p>
<p>Understanding</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Het kunnen (categoriee gebruiksw • Uit een pra de verschil 		<p>worden verzameld tiehistorie, worden ervaren door</p>
<p>Remembering</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De student bijhorende • Het kunnen investeren 		<p>oemen en om de samenhangen met het</p>

Wat te doen als je wilt dat studenten ook 'creëren'?



Te leggen accenten in *projecten* hangen ook samen met het type HBO opleiding

Waaruit bestaat de casus ‘Wolfslaar’?

- Video
- Een casustekst

Deze beschrijft de situaties in de video op een hoger detailniveau
- Vragen bij de casustekst

Twee voorbeelden van vragen



Het werken aan klantkennis en het verzamelen van klantdata: het klinkt zo eenvoudig. ICT kan er bij helpen, maar bij het werken aan een hoge datakwaliteit is ook de inzet van vele medewerkers hierbij onmisbaar.

- ❖ Kijk eens of je uit de casus kunt afleiden (en je kunt dit aanvullen met ‘gezond verstand’) op welke wijze – verdeeld over verschillende klantcontactmomenten in de tijd – het registreren, verzamelen, analyseren en gebruiken van gegevens plaatsvindt. Geef hierbij ook aan hoe de rollen zijn verdeeld over medewerkers en afdelingen en laat tevens zien waar gegevensverwerking mogelijk ‘automatisch’ plaatsvindt.



Een meer gedifferentieerde klantbenadering, bijvoorbeeld in die zin dat in de uitvoering van campagnes de content wordt aangepast op het klantprofiel (behoefte-differentiatie), is een veel voorkomende CRM-strategie op weg naar meer ‘customer intimacy’. Wanneer je de CRM casus verkent kom je voorbeelden tegen van data die niet zo zeer te maken hebben met kenmerken van de reserveringsaanvraag (transactiehistorie met bijhorende details), maar meer met kenmerken van de klant of opdrachtgever (in geval van een event) zelf.

- ❖ Geef voorbeelden van data, die te maken hebben met kenmerken van de klant of opdrachtgever zelf, die uitgangspunt zouden kunnen zijn voor nadere klantprofilering ten behoeve van een meer gedifferentieerde klantbenadering.

Enkele eerste reacties van ons studenten-testpanel

- ‘Je krijgt zo wel goed zicht op hoe een CRM systeem in een organisatie werkt’
- ‘Best nog wel veel tekst eigenlijk; het helpt dat je eerst de video hebt gezien, dat leest makkelijker’
- ‘Je krijgt zo wel zin om meer van zo’n systeem te gaan verkennen’
- ‘Ik ben benieuwd naar hoe een sales medewerker ook het overzicht houdt bij veel klanten’
- ‘Kun je bijvoorbeeld ook in een overzicht zien welke aanvragen er in een aanvraagstatus of offertestatus zijn?’
- ‘Ik ben benieuwd naar wat er nu op het webformulier wordt ingevuld en wat er naderhand door een salesmedewerker nog wordt bijgeplaatst op basis van een gesprek; heeft een salesmedewerker daarvoor ook een ‘scripting tool’ bijvoorbeeld?’
- ‘Zoals we nu de vragen in een groepje hebben bediscussieerd zou het ook een leuke aanpak voor in een les zijn; beter dan in je eentje thuis iets maken’
- ‘Je krijgt wel zin om er te gaan eten’

Naar de toekomst

- Het beheer van deze onderwijscasus ligt nu bij PVKO
- Contactpersoon daar is Karoline Wiegerink (karoline.wiegerink@pvko.nl) of Jorien Wesseling (jorien.wesseling@pvko.nl)
- Bij een vervolg is een nieuwe werkstructuur nodig
- Wie enthousiast is om ook een casus te gaan creëren laat het aan PVKO weten

‘Met alle ervaringen is het de volgende keer eenvoudiger’