

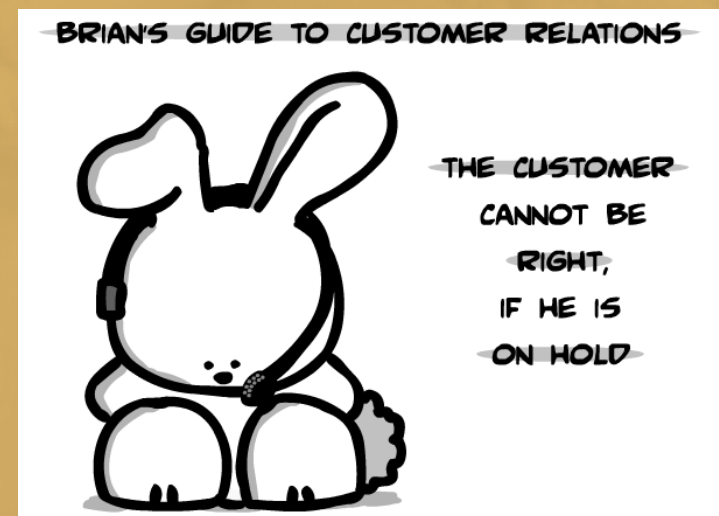
Highlights survey CRM in Nederland 2009/2010

CRM vanuit organisatorisch perspectief

MarketCap International BV
13 Januari 2010

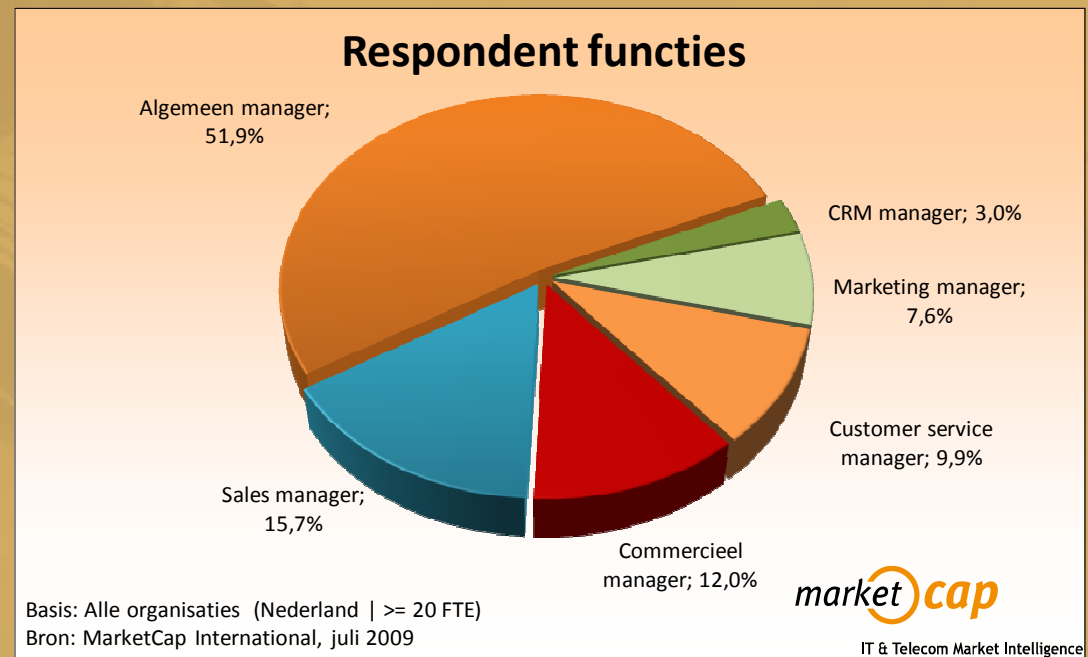
AGENDA

- over de survey en de populatie
- actief met en focus op CRM
- hulp van buiten / inhuur advies
- CRM: organisatie, processen en effecten
- doelstellingen en prestatie indicatoren
- klantcampagnes
- kwaliteitsmanagement
- software en toepassingen
- speciaal aanbod



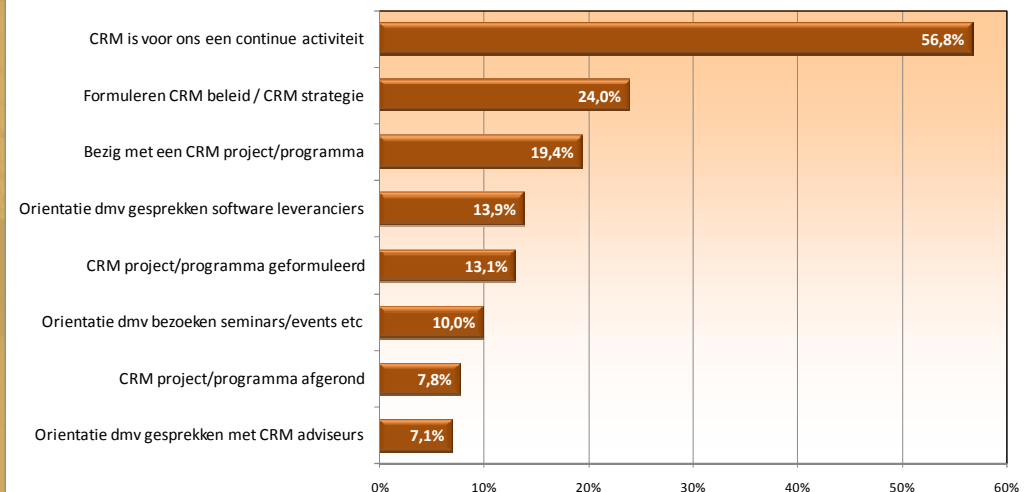
OVER DE SURVEY

- Sample
- Methode
- Respondenten
- Segmentatie
- Typologie



- Heet CRM wel CRM?
 - 74% actief met CRM-achtige activiteiten
 - 34% noemt het ook CRM
- ...waar bij 57% CRM continue proces

Wijze waarop bezig met CRM

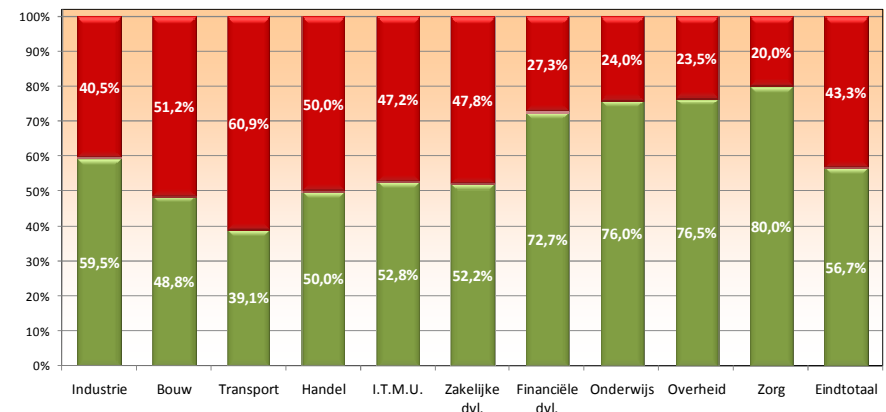


Basis: Organisaties met CRM (Nederland | >= 20 FTE)
Bron: MarketCap International, juli 2009

EXTERN ADVIES

- Externe dienstverleners actief bij 57%
 - Software leveranciers
 - Business consultants
 - Strategische consultants
- Veel verschillen per sector

Inschakeling externe dienstverleners t.b.v. CRM activiteiten



Basis: Organisaties met CRM (Nederland | >= 20 FTE)
Bron: MarketCap International, juli 2009

■ Nee, gebruiken we niet
■ Ja, gebruiken we

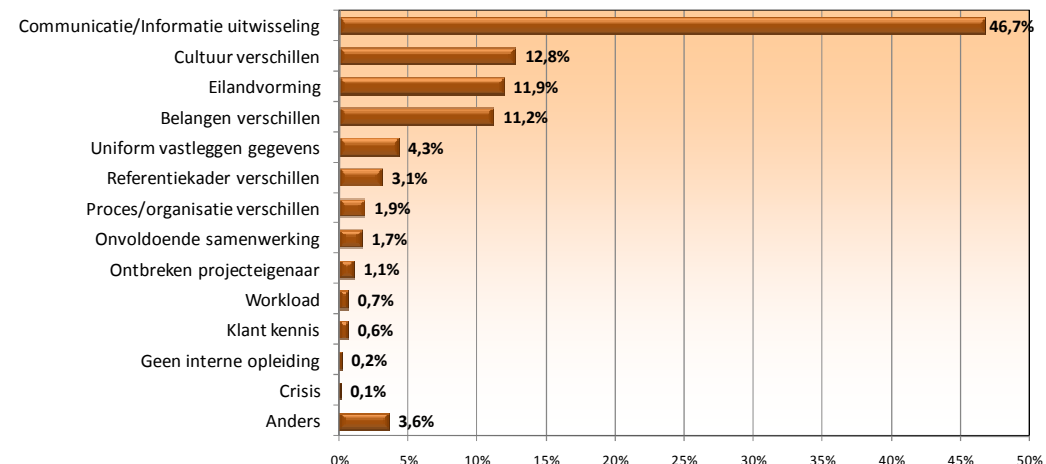
- Invoering CRM strategie
 - 64% organisaties voelt positief effect
 - klant verrassen met service bovenverwachting
- CRM ingebed in organisatie
 - 24% kent eigen CRM management / manager
 - welke vooral lid is van management team
 - 61% resulteert onder andere afdeling
 - CRM 'rapporteert' aan commercie / directie
 - CRM management tevreden over budget

- Invoering CRM strategie
 - 64% organisaties voelt positief effect
 - klant verrassen met service bovenverwachting
- CRM ingebed in organisatie
 - 24% kent eigen CRM management / manager
 - welke vooral lid is van management team
 - 61% resulteert onder andere afdeling
 - CRM 'rapporteert' aan commercie / directie
 - CRM management tevreden over budget

- Invoering CRM strategie
 - 64% organisaties voelt positief effect
 - klant verrassen met service bovenverwachting
- CRM ingebed in organisatie
 - 24% kent eigen CRM management / manager
 - welke vooral lid is van management team
 - 61% resulteert onder andere afdeling
 - CRM 'rapporteert' aan commercie / directie
 - CRM management tevreden over budget

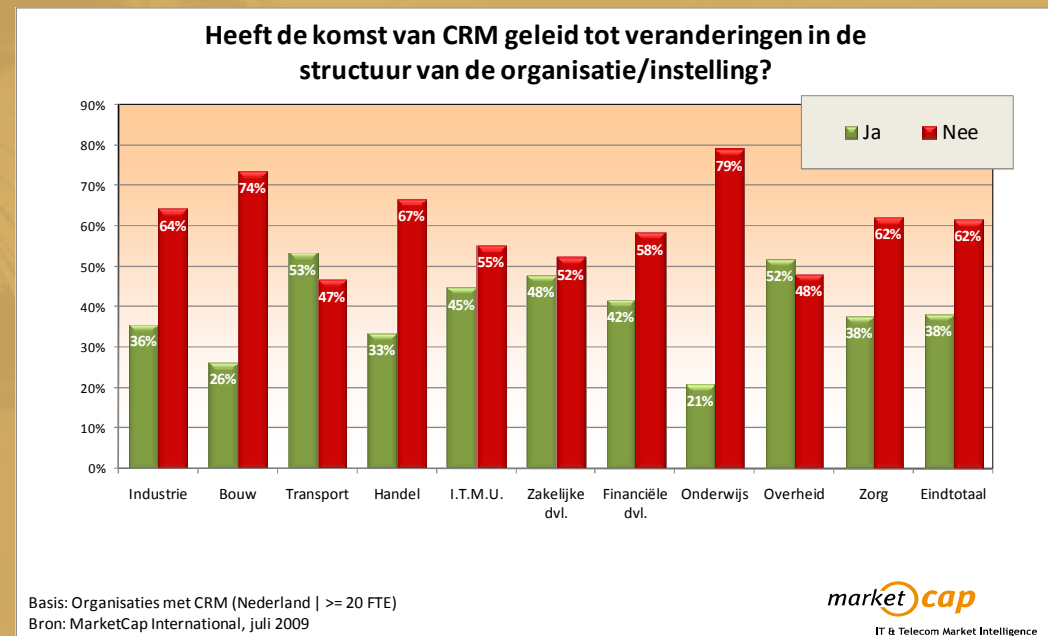
- Interne samenwerking m.b.t. klantcontact
 - over algemeen goed en zelfs 8% zeer goed
 - toch 20% matig / slecht
- Communicatie / informatie uitwisseling niet optimaal

Belangrijkste knelpunt bij interne samenwerking op het gebied van klantcontact



Basis: Organisaties met CRM en slechte of matige samenwerking (Nederland | >= 20 FTE)
Bron: MarketCap International, juli 2009

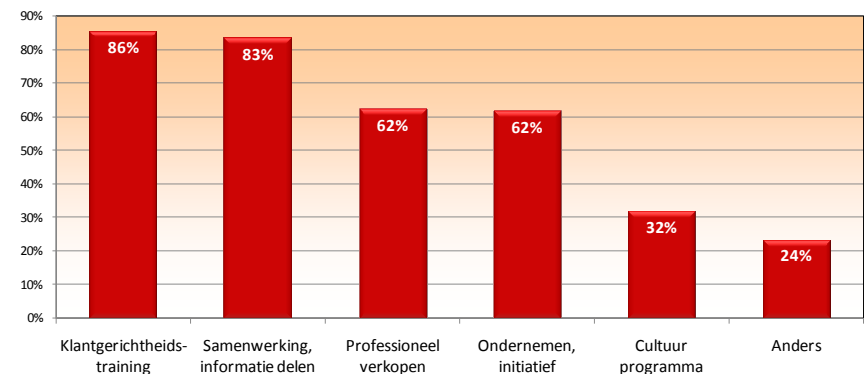
- CRM als oorzaak veranderingen
 - Bij 38% leidt / leidde CRM invoering tot veranderingen in structuur van organisatie en/of de instelling van personeel.
 - Nieuwe functies / teams / afdelingen



- Wat brengt toekomst in kader van CRM
 - 31% heeft lopende verandermanagement projecten / programma's in kader CRM
 - 15% is hiermee in 2^{de} helft 2009 gestart
 - Meer klantgericht denken / samenwerken verbeteren / informatie delen



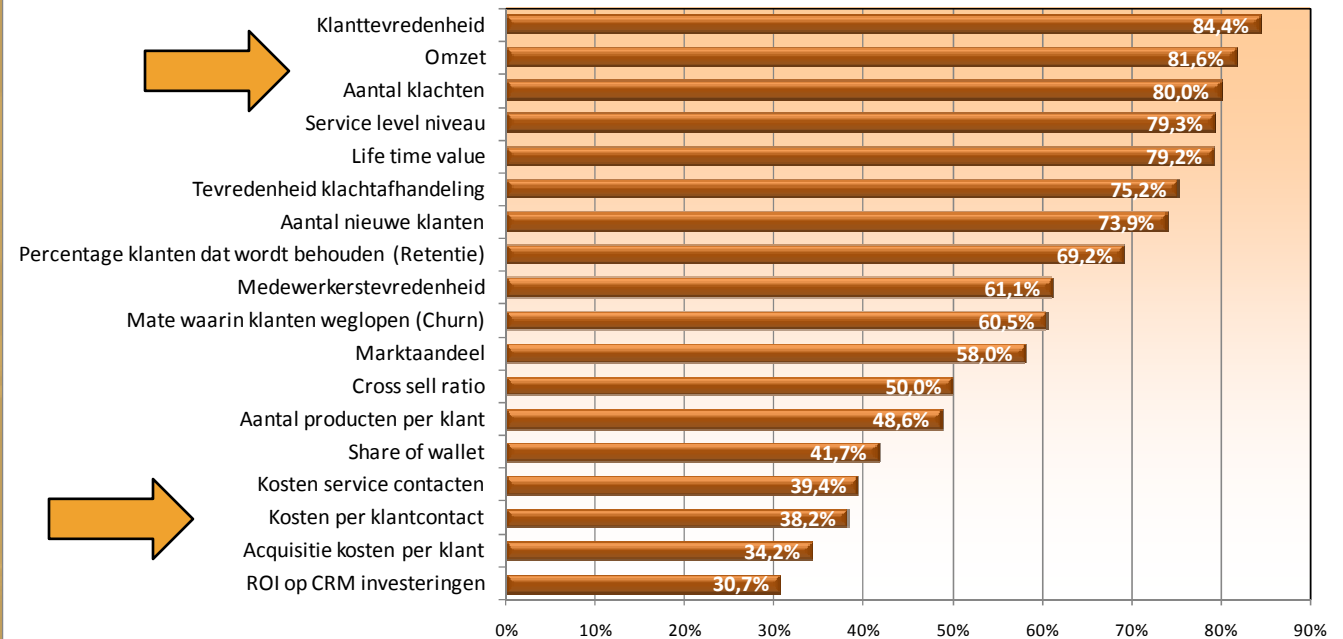
Onderdelen in het programma van CRM verandermanagement



Basis: Organisaties met CRM en verandermanagement (Nederland | >= 20 FTE)
Bron: MarketCap International, juli 2009

- Indicatoren: tevredenheid & omzet
- Rol op CRM investeringen scoort laag

Gebruik prestatieindicatoren bij de CRM activiteiten

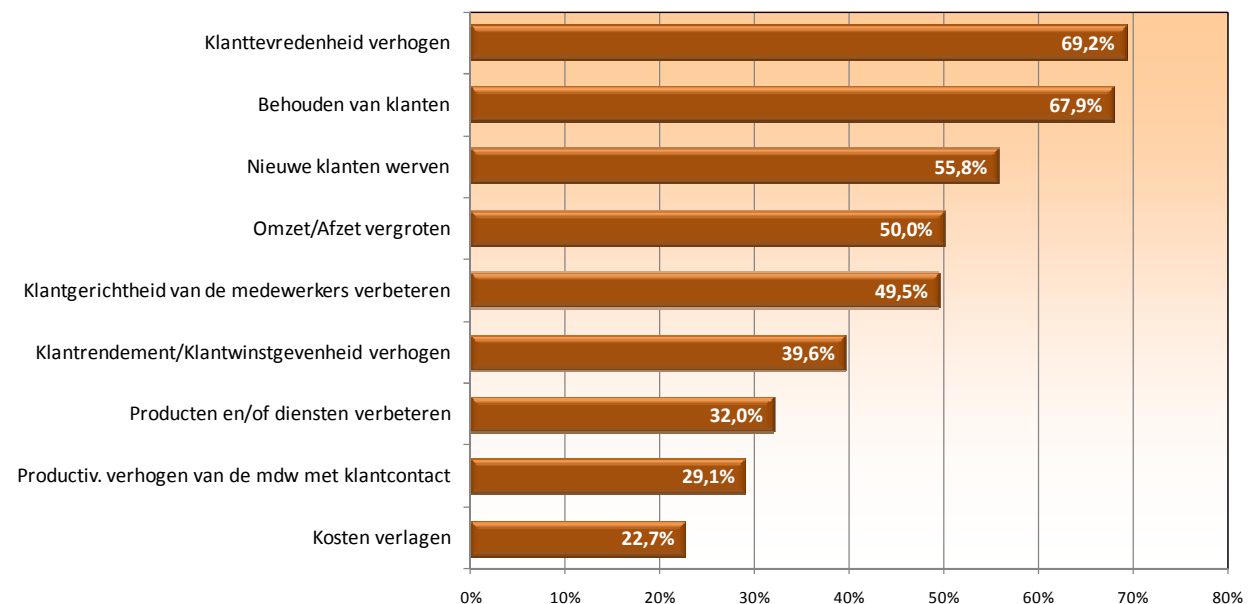


Basis: Organisaties met CRM (Nederland | >= 20 FTE)

Bron: MarketCap International, juli 2009

- Doel: tevredenheid & behoud
- Kostenverlaging / productiviteit minder nagestreefd

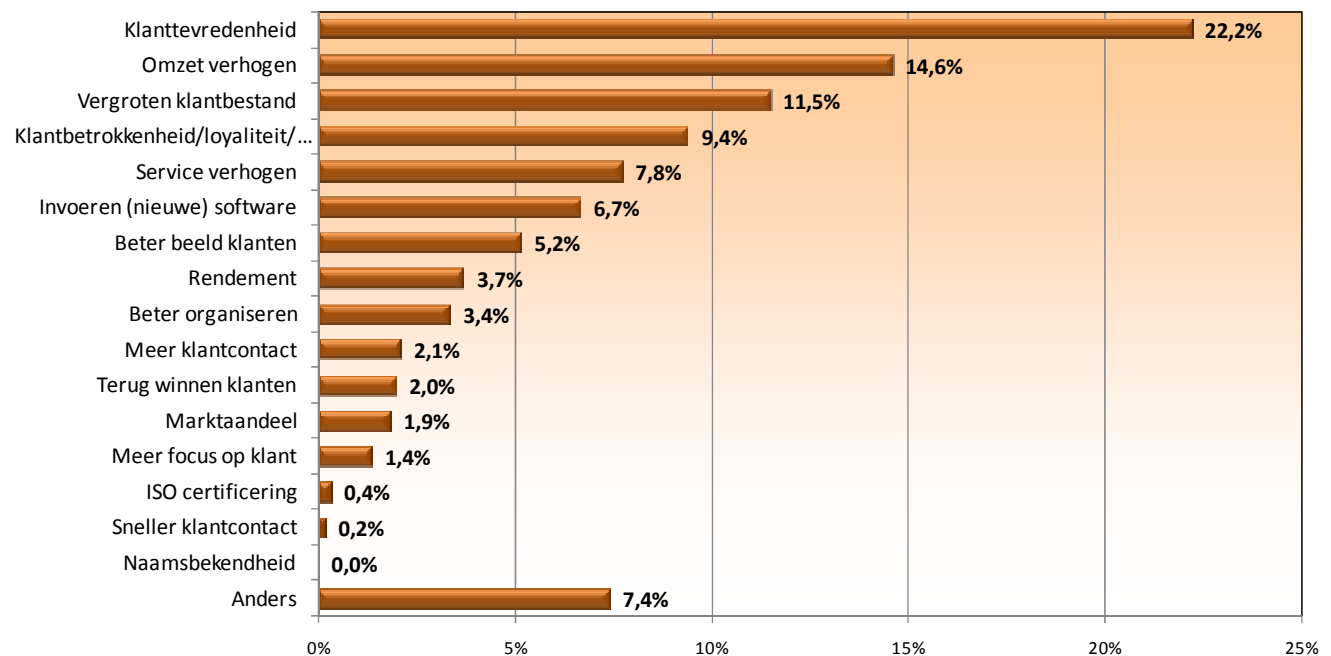
Doelstellingen die worden nagestreefd met CRM



Basis: Organisaties met CRM (Nederland | >= 20 FTE)
Bron: MarketCap International, juli 2009

- Doelstelling eind 2009: Klanttevredenheid !
- .. en alles wat daar mee samenhangt

Belangrijkste doelstelling voor CRM in 2009

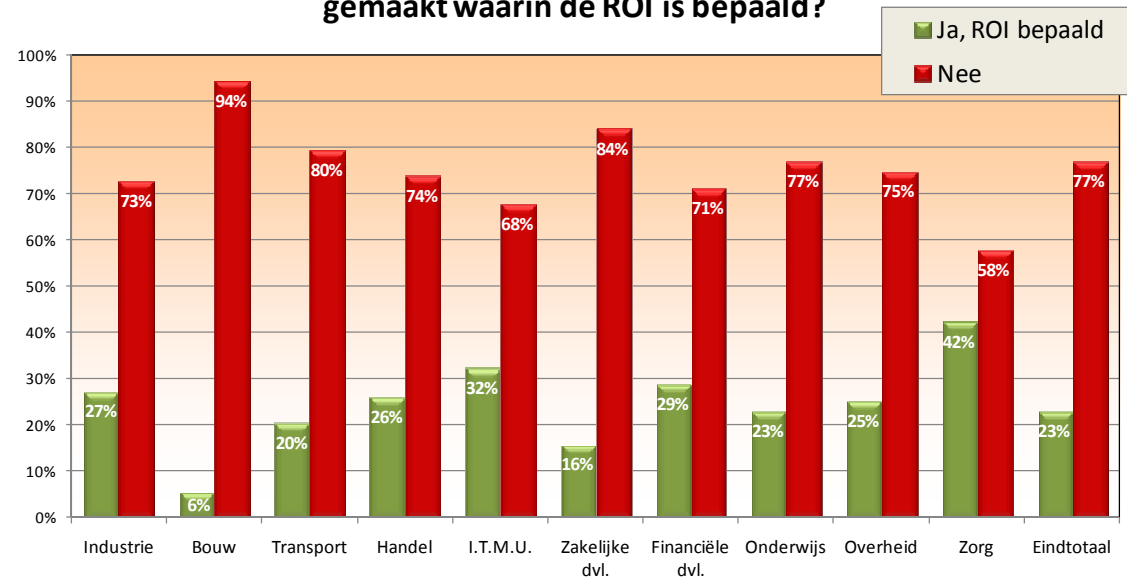


Basis: Organisaties met CRM (Nederland | >= 20 FTE)
Bron: MarketCap International, juli 2009

DOELEN & INDICATOREN

- Planmatige aanpak?
- Rol doelen vooraf bepaald?
- Ruimte voor verbetering!

Is voor geplande of lopende CRM activiteiten een Business Case gemaakt waarin de ROI is bepaald?

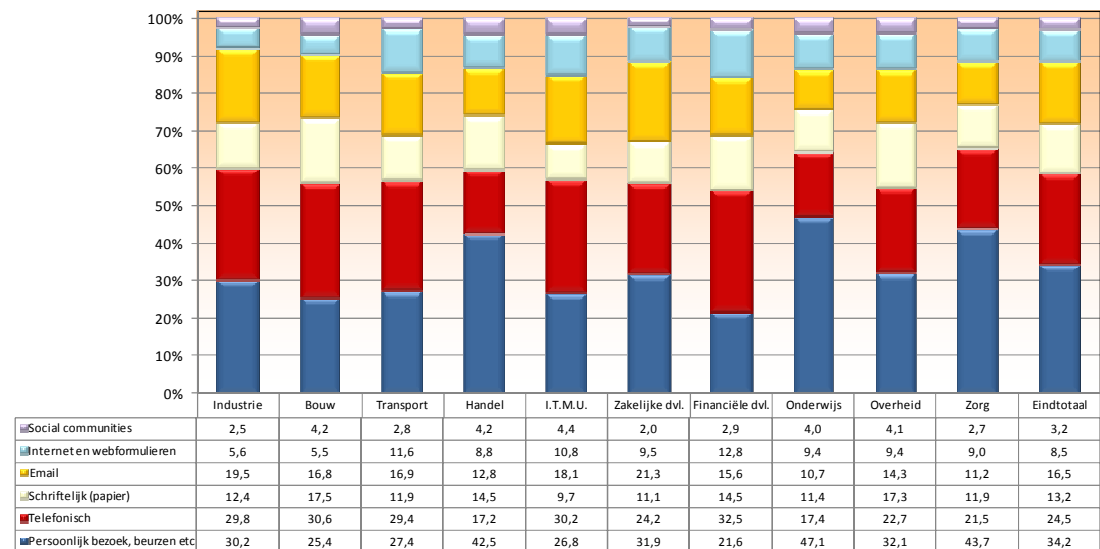


Basis: Organisaties met CRM (Nederland | >= 20 FTE)
Bron: MarketCap International, juli 2009

KLANTCAMPAGNES

- Klantcontact naar typen
 - Persoonlijk contact #1
 - Internet & social communities in opkomst
 - Mail is post voorbijgestreefd

Verdeling (in procenten) van de contactmomenten naar typen

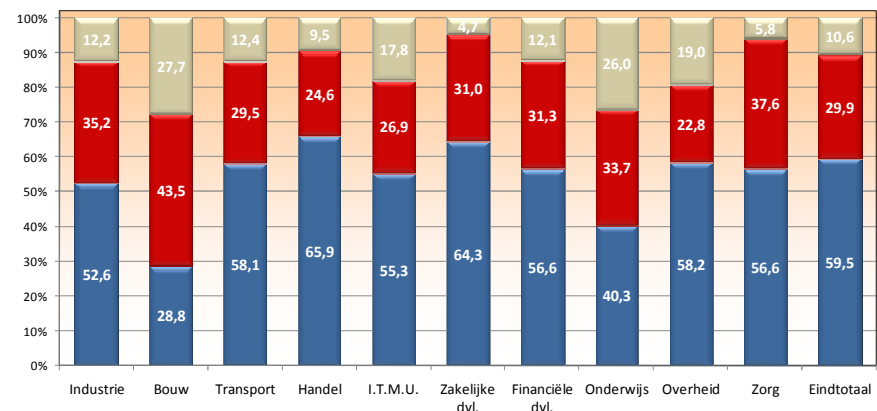


Basis: Alle organisaties (Nederland | >= 20 FTE)
Bron: MarketCap International, juli 2009

KLANTCAMPAGNES

- Klantcampagnes
 - 59% doet regelmatig campagnes
 - vooral outbound campagnes
 - inbound marketing sterk in opkomst
 - campagnes vooral b-to-c

Verdeling (in procenten) van de klantcampagnes naar typen

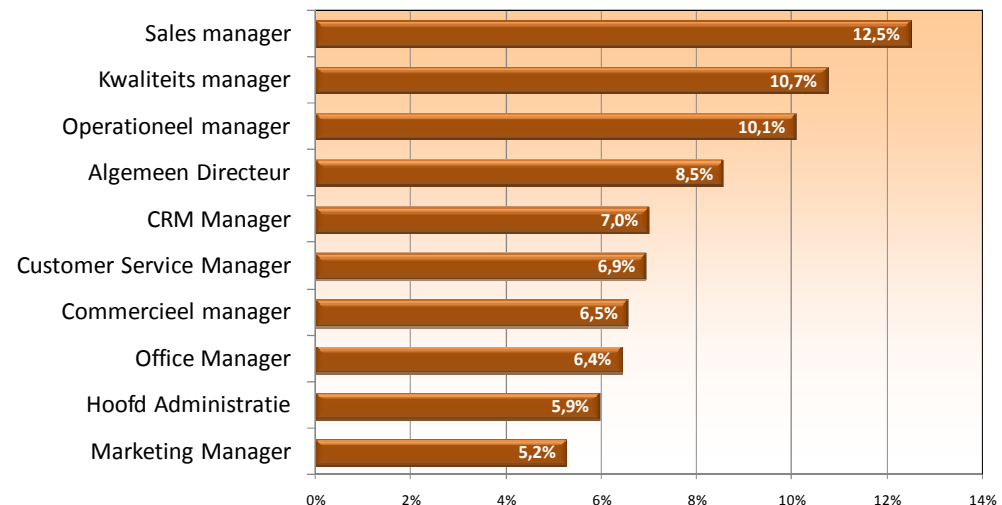


Basis: Organisaties met klantcampagnes (Nederland | >= 20 FTE)
Bron: MarketCap International, juli 2009

Event driven campagnes
Inbound campagnes
Outbound campagnes

- Kwaliteit klantgegevens
 - 1 op 7 organisaties laat dit aan toeval over
 - ...1 op 6 organisaties heeft 1 aanspreekpunt
 - ...1 op 9 kent 'echte' data kwaliteitsmanager

**Top 10 meest genoemde functionarissen
verantwoordelijk voor kwaliteit klantgegevens**



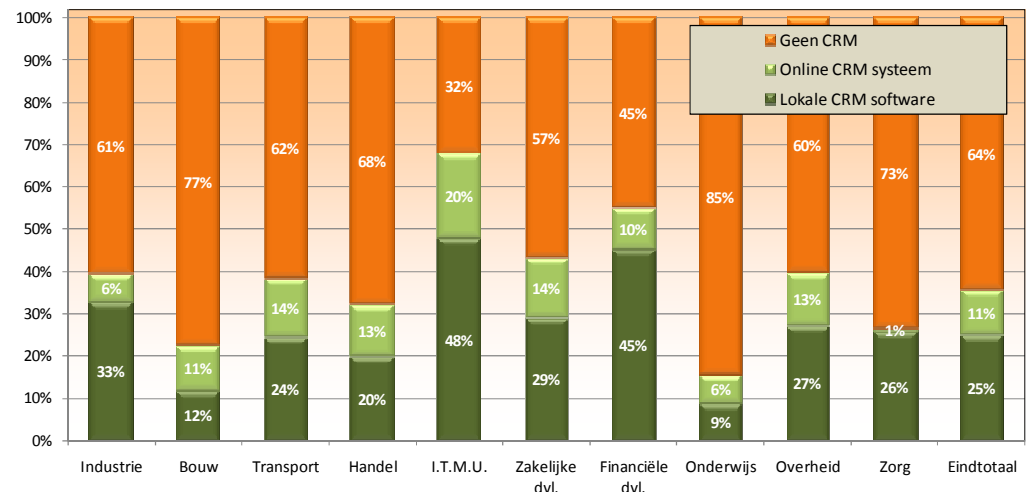
Basis: Organisaties met CRM en 1 functionaris voor de datakwaliteit (Nederland | >= 20 FTE)
Bron: MarketCap International, juli 2009

- Kwaliteit klantgegevens
 - 76% goed tot zeer goed
 - ... maar dus ook 24% matig tot slecht
 - datakwaliteit zorgsector is zorgelijk



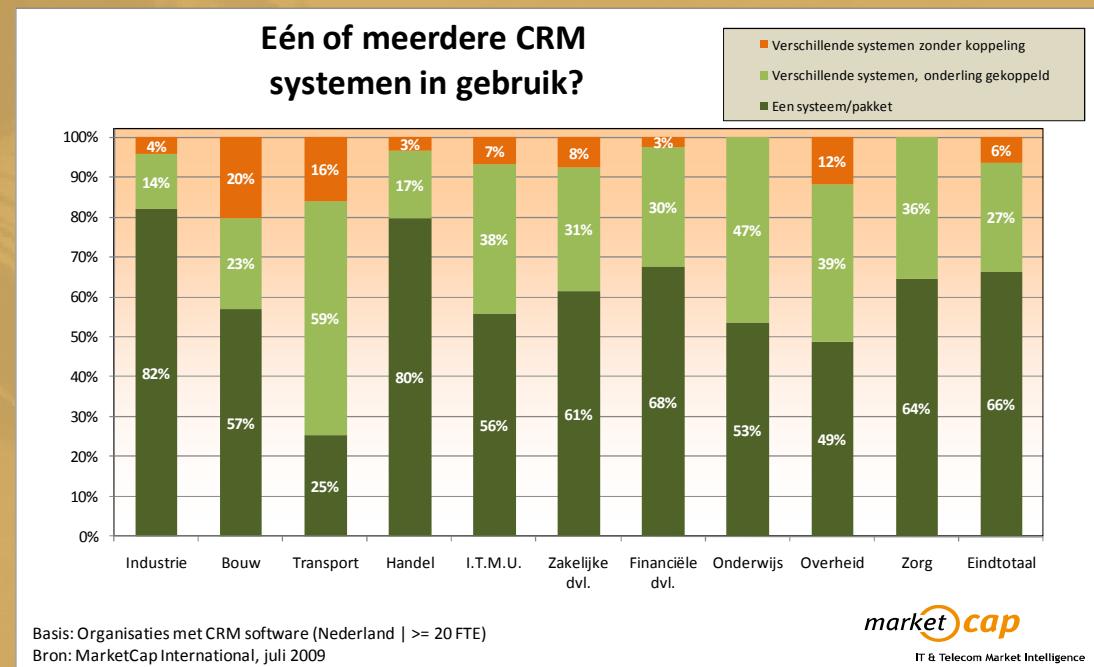
- Software voor CRM
 - 36% heeft zogenaamd CRM systeem
 - ... 25% lokale installatie / implementatie
 - ... 11% online SaaS / Remote / Cloud

Wordt er gebruik gemaakt van een CRM systeem binnen uw bedrijf instelling?



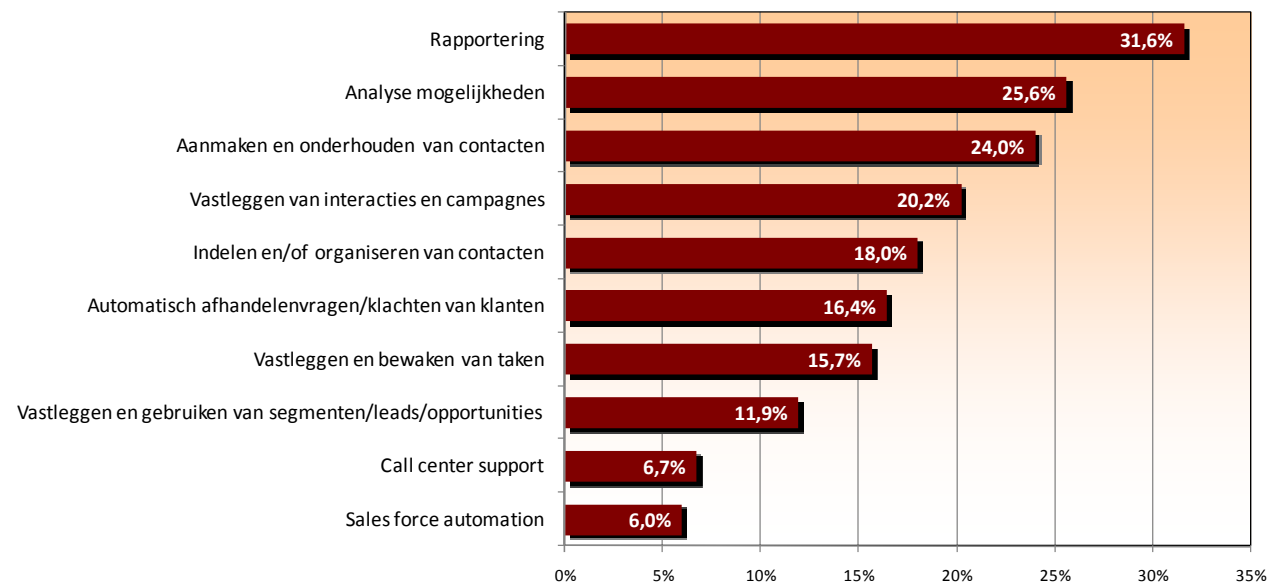
Basis: Alle organisaties (Nederland | >= 20 FTE)
Bron: MarketCap International, juli 2009

- Software voor CRM
 - 2008 kende enorme groei, 2009 minder
 - ca. 12% is ≥ 10 jaar oud (1^{ste} implementatie)
 - 66% heeft 1 systeem / pakket



- Software voor CRM
 - verbetering gewenste rapportage / analyse
 - tevreden over aanmaak / onderhoud contacts

Onderdelen van het CRM systeem meest vatbaar voor verbetering



Basis: Organisaties met CRM software (Nederland | >= 20 FTE)
Bron: MarketCap International, juli 2009

- CRM opinies / meningen
 - *De meeste CRM trajecten zijn achtergebleven bij de oorspronkelijke doelstellingen*
 - *Bij invoering CRM strategie wordt te weinig aandacht besteed aan verandermanagement*
 - *CRM gaat richting SaaS / Cloud Computing*
 - *Business cases zijn veelal te optimistisch*
 - *Organisaties onderkennen belang CRM strategie te weinig*

CRM in Nederland 2009/2010

marketcap

IT & Telecom Market Intelligence



Highlights survey CRM in Nederland 2009/2010

CRM vanuit organisatorisch perspectief

MarketCap International BV
13 Januari 2010