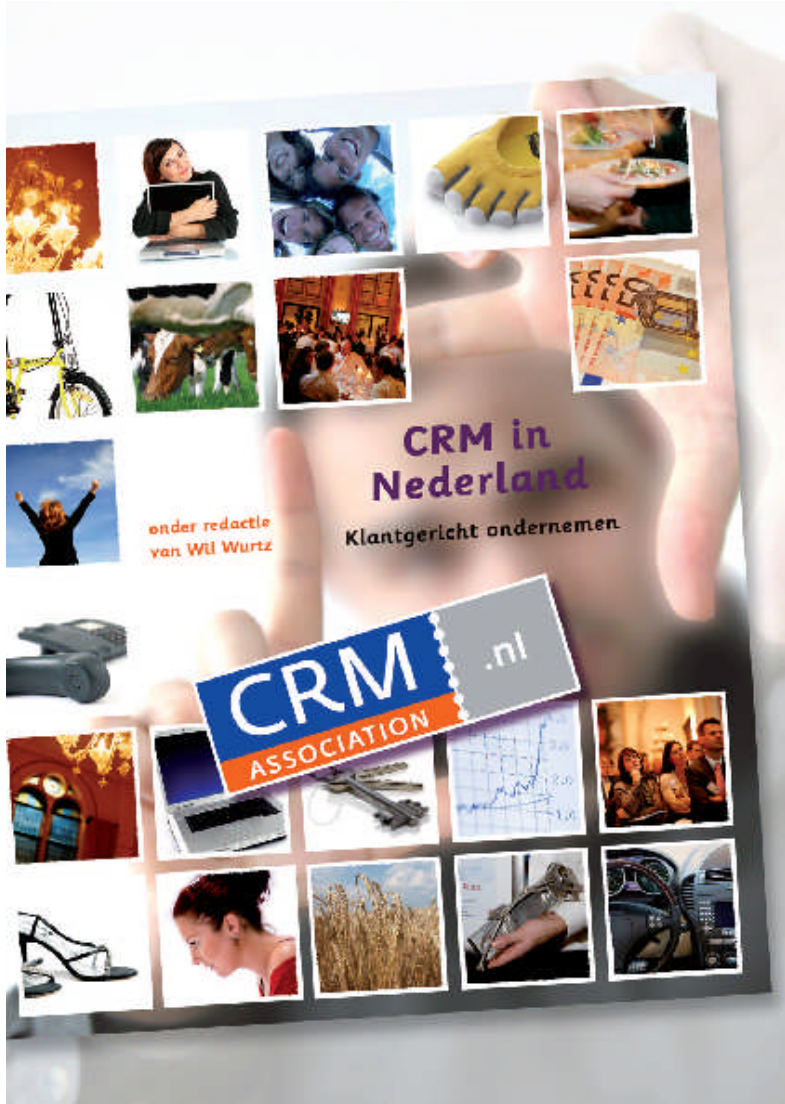


Agenda

- 18.30 – 18.45 Inleiding
- 18.45 – 19.15 CRM in zakelijk Nederland, Ruud Alaerds (MarketCap)
- 19.15 – 19.45 CRM status in NL, Kobus Smit (Hogeschool Utrecht)
- 19.45 – 20.15 Pauze
- 20.15 – 20.45 CRM trends 2005-2008, Wil Wurtz (CRM Association NL)
- 20.45 – 21.00 Disussie en afsluiting

Inleiding



Beginselverklaring CRM Genootschap Juni 2002



“Hoewel CRM de laatste tijd een beladen begrip is geworden door alle publiciteit rondom moeizaam verlopende of mislukte ICT-projecten, wil de vereniging toch aan deze term vasthouden. Daarmee legt de vereniging zichzelf de verplichting op de term CRM die inhoud te geven in de markt die zij daaraan zou willen verbinden.”

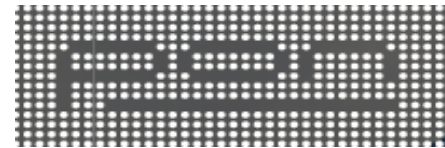
Strategic Customer Management



2006, Bob Thompson, CRM Guru → Customer Think, 2007

CRM ≠ ABC

Wat hebben deze bedrijven gemeen?



ROBECO



Rabobank

T-Mobile



SONY



ABN-AMRO



kpn



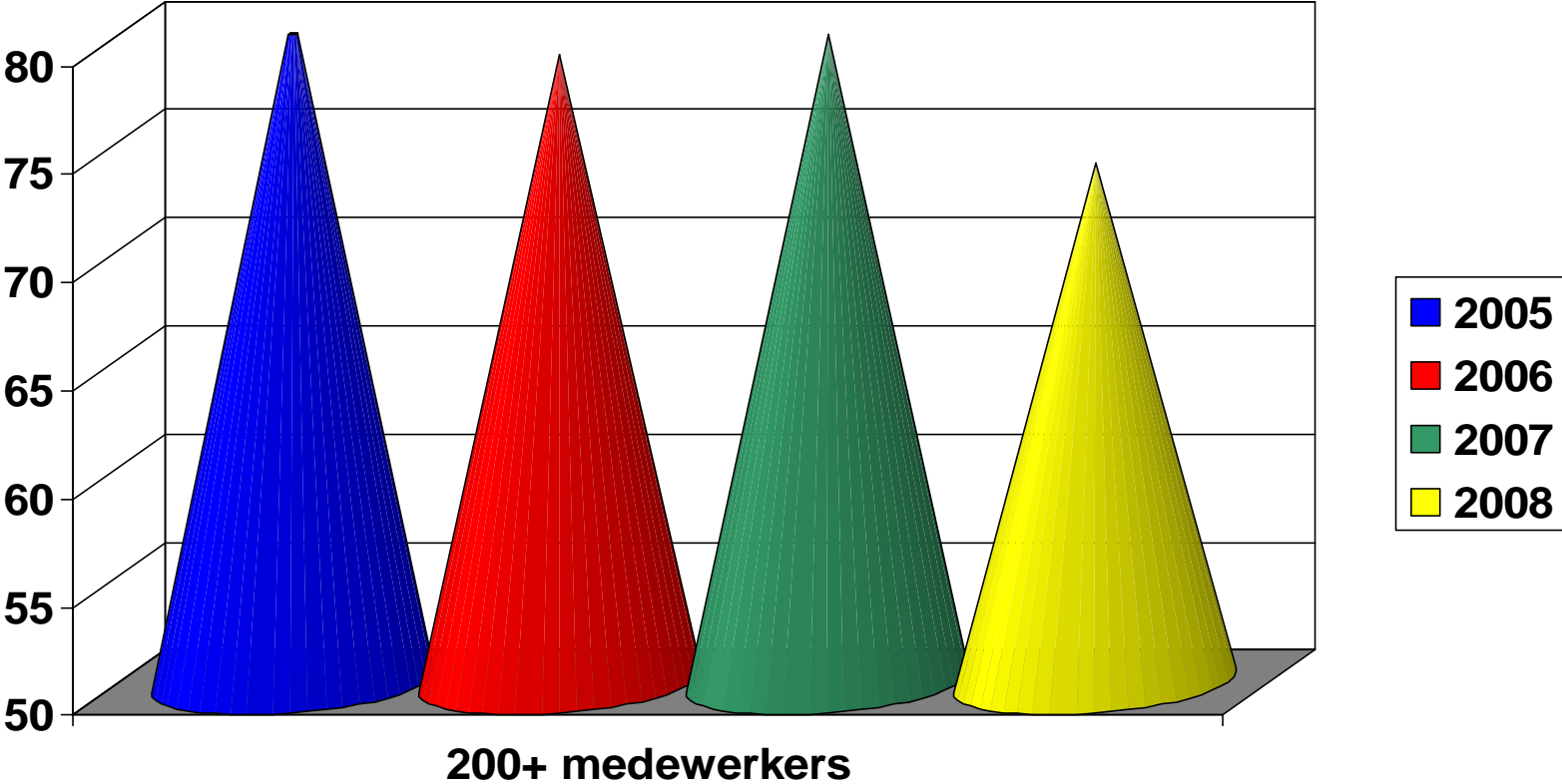
VARA



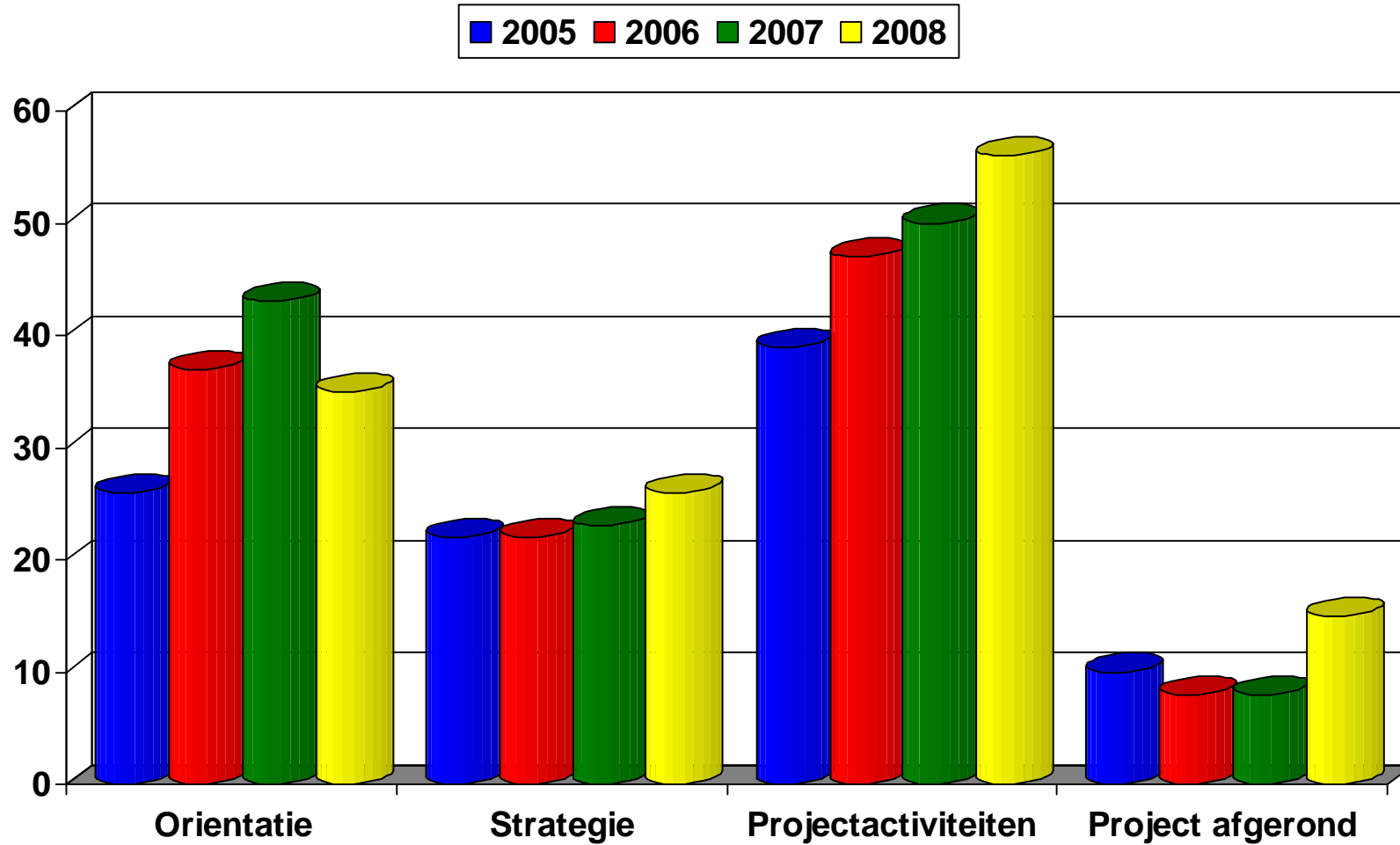
CRM trends 2005 – 2008

Wil Wurtz

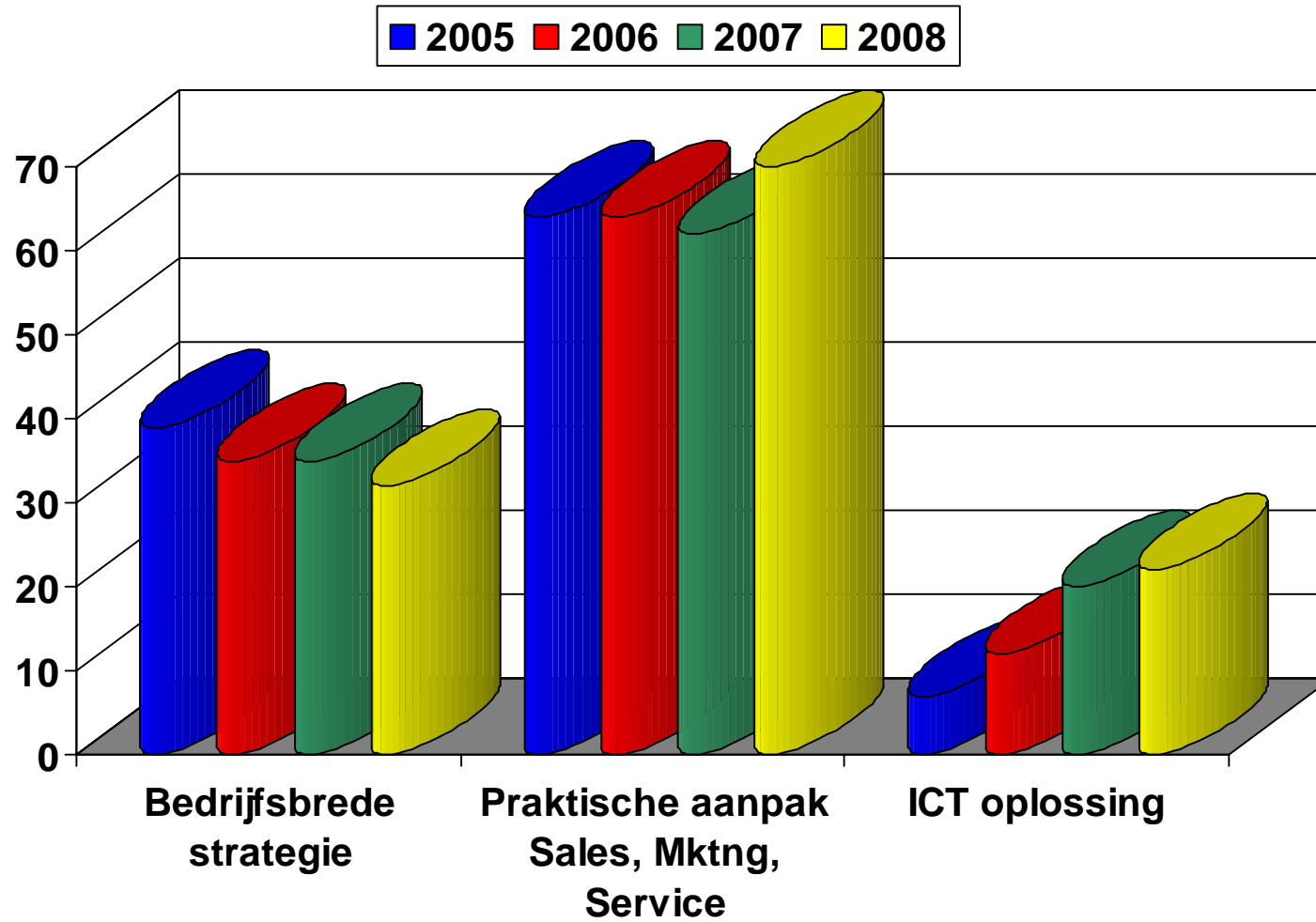
Bezig met CRM



CRM activiteiten



CRM opvatting



CRM doelstellingen: top 3



2005

1. Verhogen klanttevredenheid
2. Verhogen klantgerichtheid
3. Klantbehoud

2007

1. Verhogen klanttevredenheid
2. Verhogen klantgerichtheid
3. Klantbehoud

2006

1. Verhogen klantgerichtheid
2. Verhogen klanttevredenheid
3. Klantbehoud

2008

- 1. Klantbehoud**
- 2. Verhogen klanttevredenheid**
- 2. Verhogen klantgerichtheid**

CRM aanleiding: top 3



2005

1. Professionaliseren sales
2. Meer kennis over klanten
3. Inzicht in klanttevredenheid

2007

1. Meer kennis over klanten
2. Professionaliseren sales
3. Inzicht in klanttevredenheid

2006

1. Meer kennis over klanten
2. Inzicht in klanttevredenheid
3. Professionaliseren sales

2008

- 1. Professionaliseren sales**
- 2. Meer sturing salesactiviteiten**
- 2. Meer kennis over klanten**

CRM trends

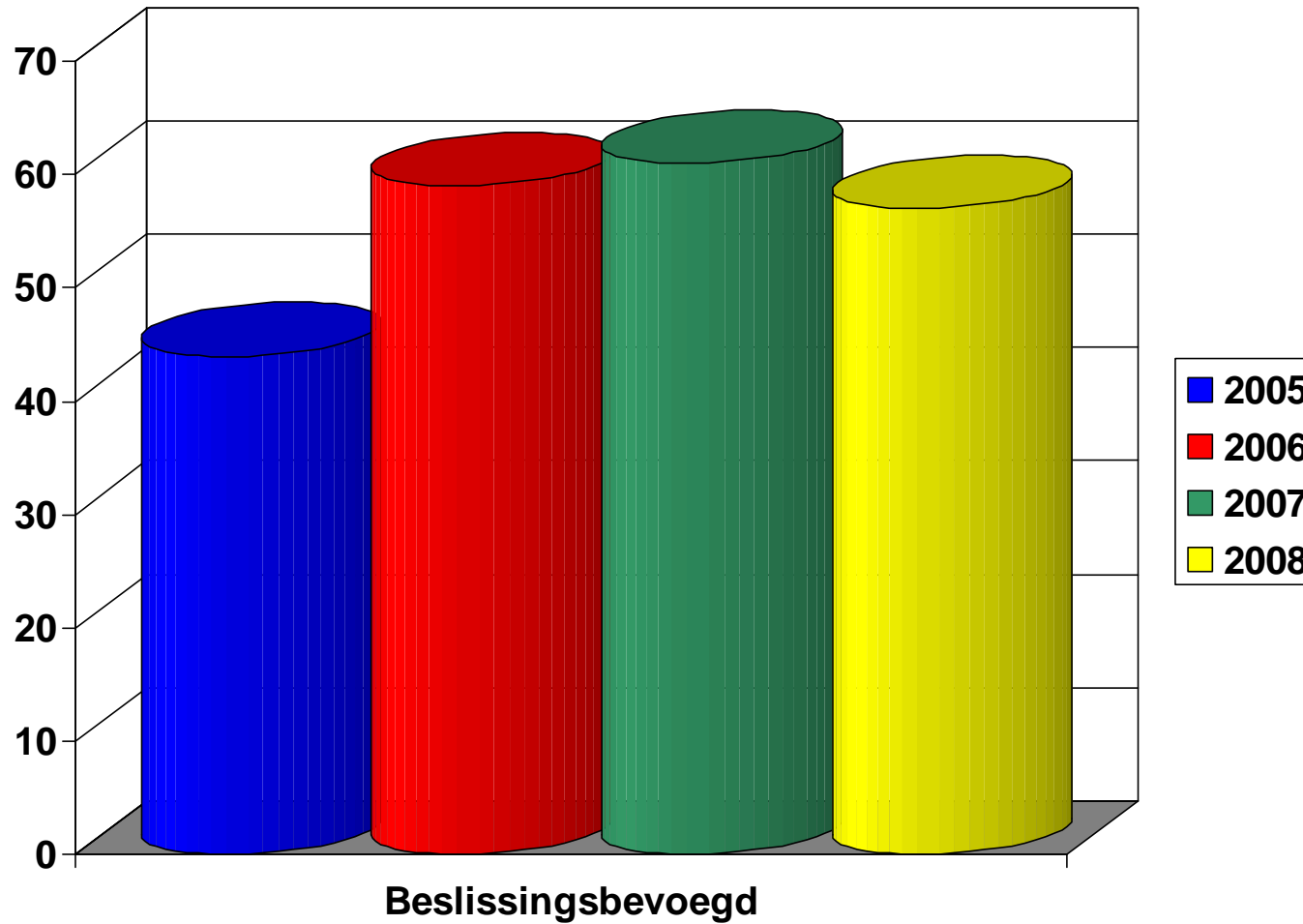
Organisatie



- Procesmanagement
 - Interne samenwerking
 - Outsourcing
- Verandermanagement
- De opkomst van de CRM manager

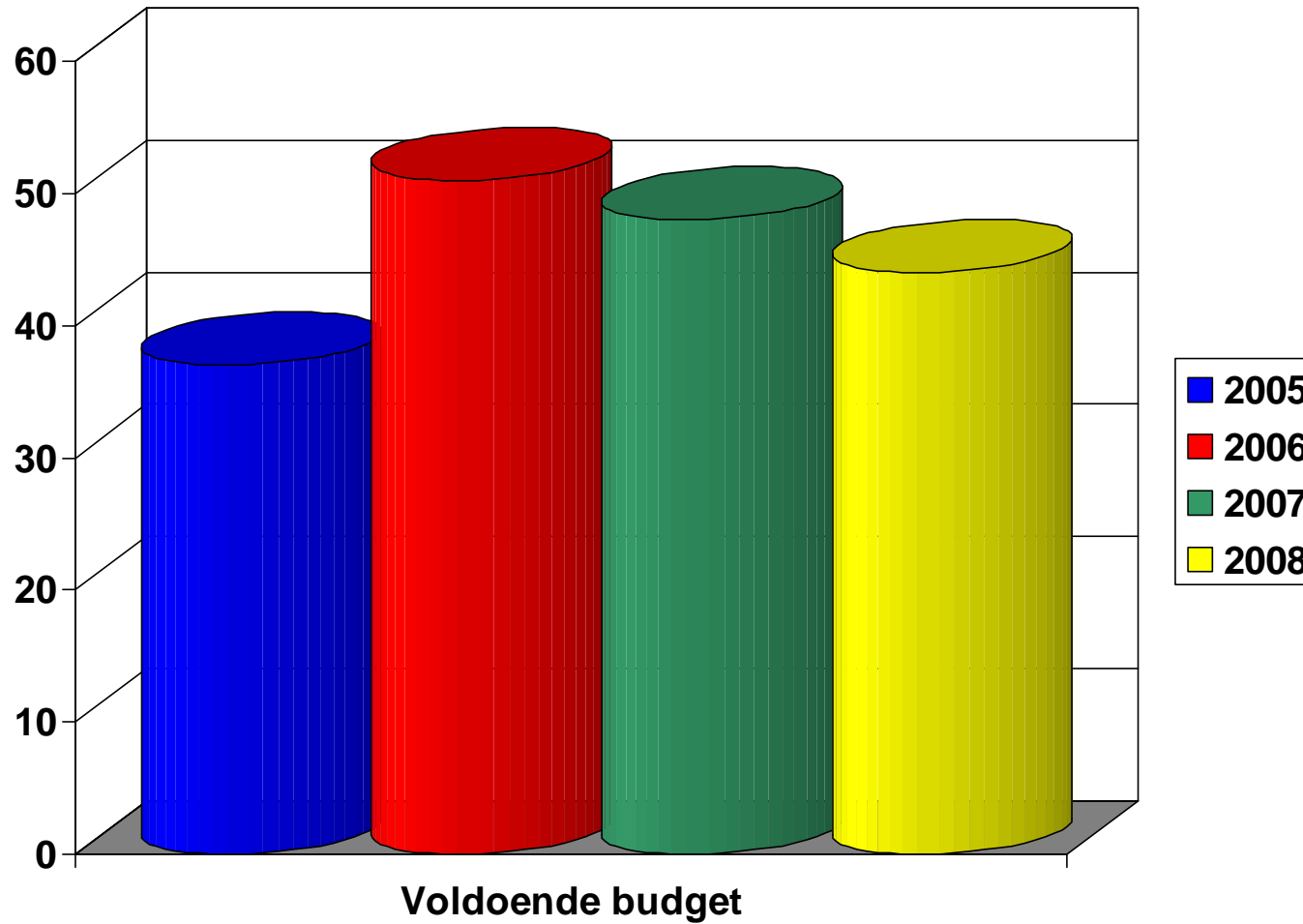


CRM verantwoordelijke - beslissingsbevoegd -

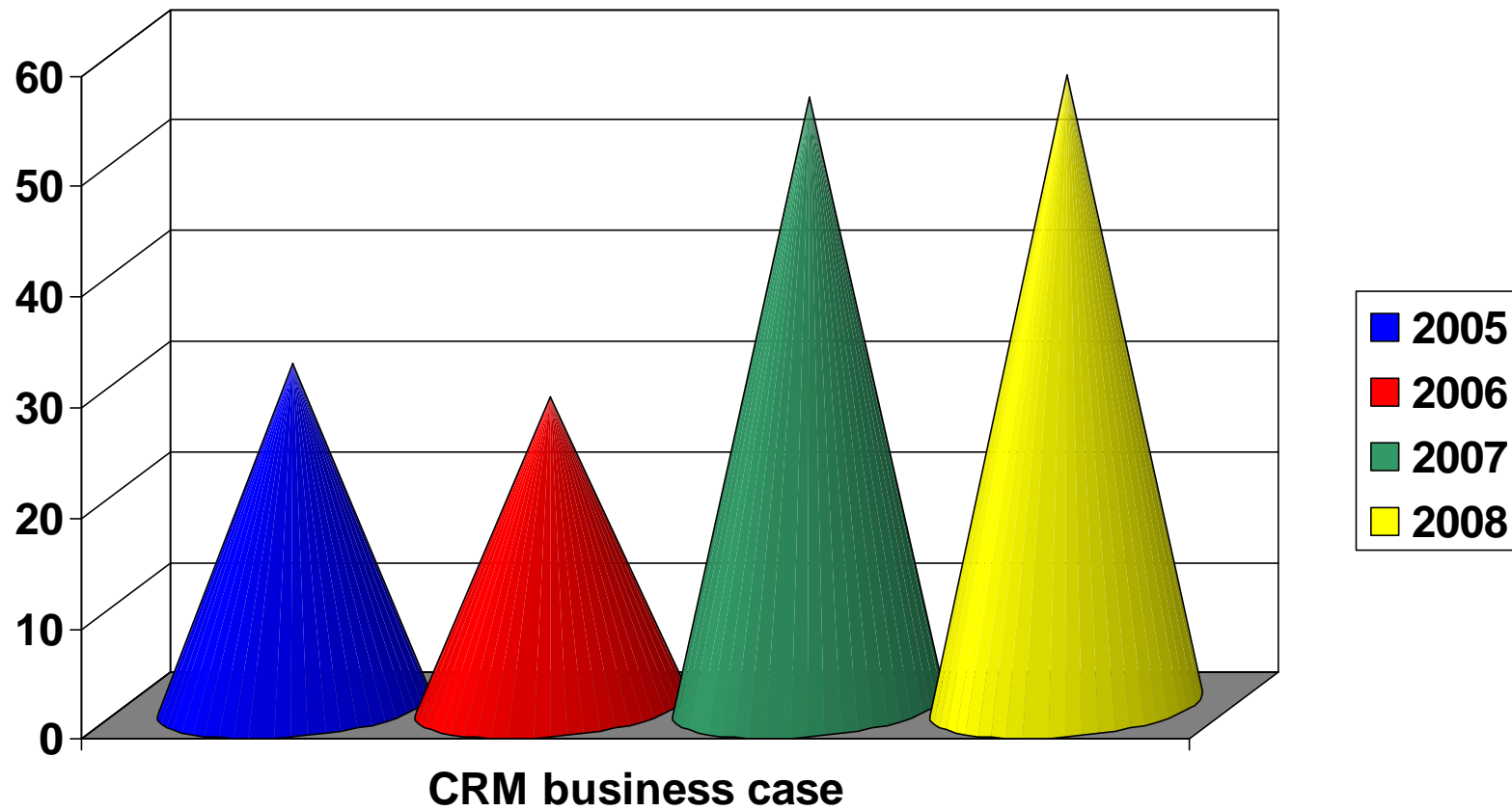


CRM verantwoordelijke

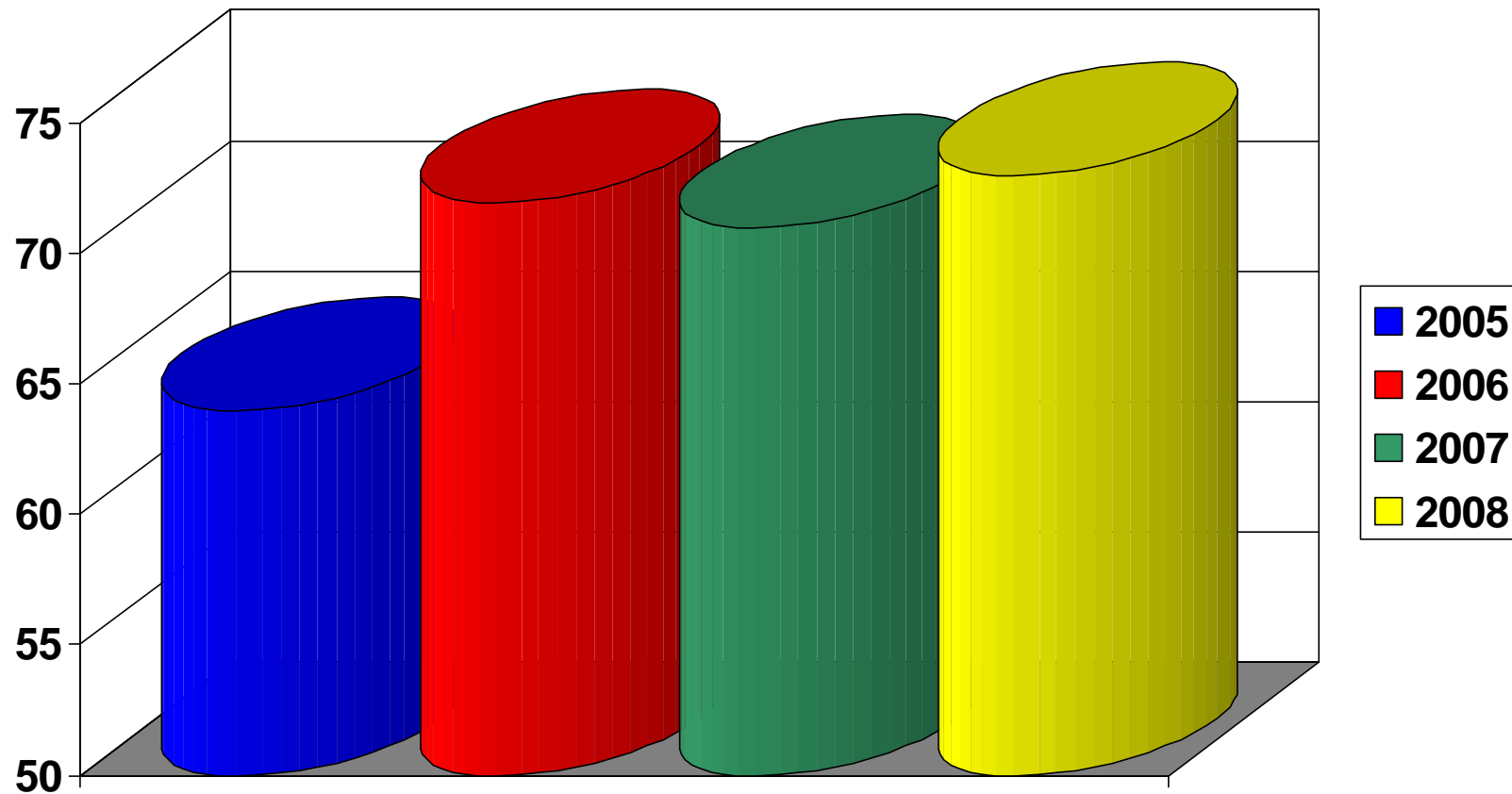
- voldoende budget -



CRM business case



CRM: inzet externen



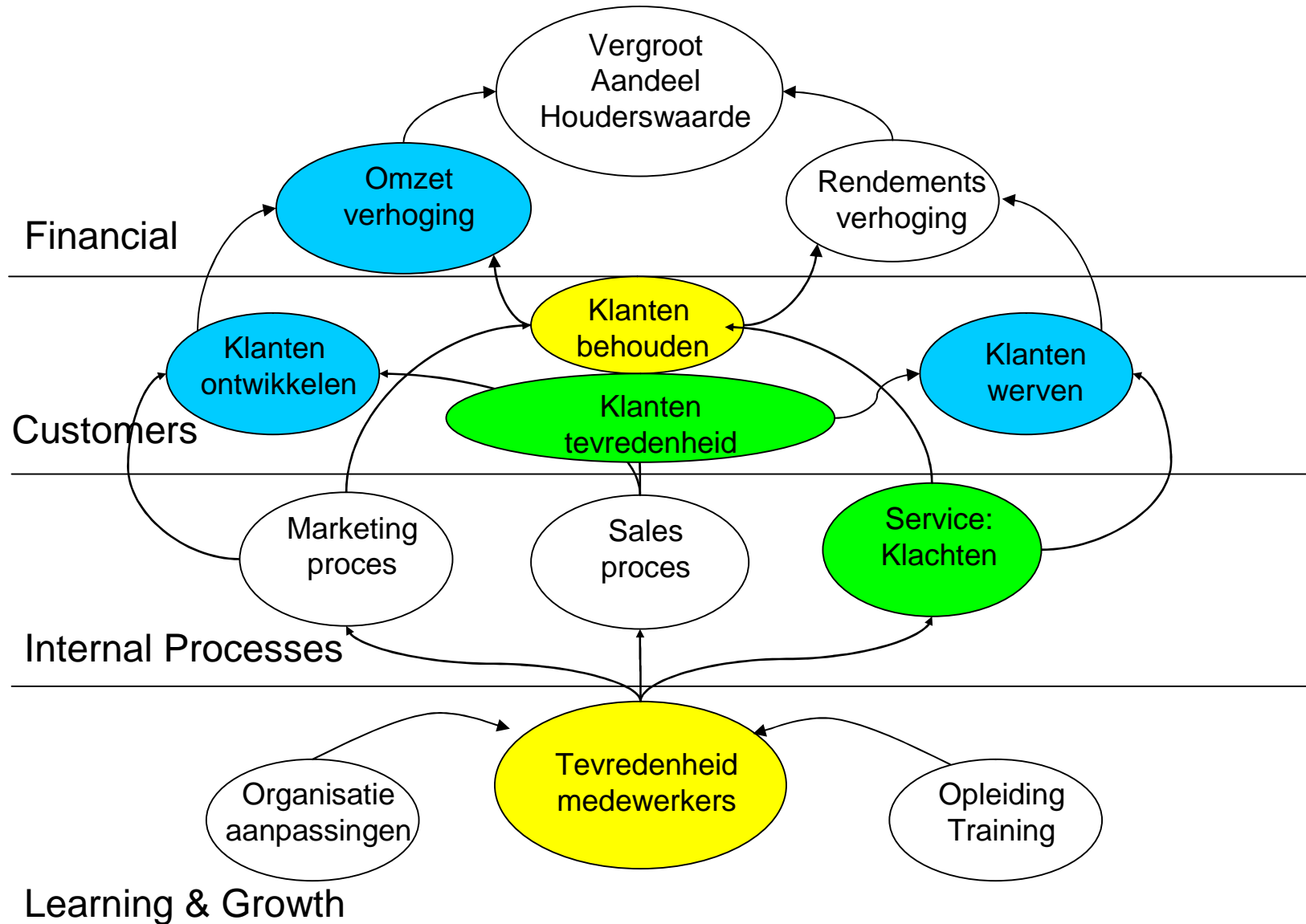
CRM en KPI's



<i>KPI wordt gemeten: rangorde</i>	2008	2007	2006	2005
Omzet	1	3	3	1
Aantal nieuwe klanten	2	7	6	9
Aantal producten per klant	3	6	7	7
Aantal klachten	4	2	1	3
Klanttevredenheid	5	1	2	2

<i>Wordt te weinig op gestuurd</i>	2008	2007	2006	2005
Medewerkerstevredenheid	1	1	1	2
Churn/weglopen van klanten	2	3	2	1
Tevredenheid klachtenafhandeling	3	12	8	7
Kosten service contacten	4	8	9	4
Cross sell	5	5	3	10

CRM en KPI's



Concluderend



- *CRM wordt steeds serieuzer opgepakt*
 - *Weliswaar minder bedrijven (74 %) die zeggen met CRM bezig te zijn, maar..*
 - *Meer bedrijven (56%) die zeggen met projecten bezig te zijn*
 - *Meer bedrijven (15%) die CRM projecten hebben afgerond*
- *Toenemende professionaliteit uit zich ook in:*
 - *Toenemend aantal bedrijven dat een business case opstelt (57%)*
 - *Kritischer houding t.o.v. budgetten: 44% voldoende*
 - *Toenemende beroep op externen: 73% maakt daar gebruik van*
- *CRM steeds vaker gezien als praktische aanpak (74%) voor verbeteren van commerciële processen en daarmee samenhangend als ICT oplossing (22%)*

CRM is Klantgericht Ondernemen

“De implementatie van een strategie waarmee een bedrijf of Instelling beoogt (klant)relaties te optimaliseren in termen van klantrendement en klanttevredenheid. CRM wordt gezien als een continue en systematische, organisatie-omvattende activiteit....

.....Daarbij wordt ICT als een ondersteunende factor gezien.”

